

INSTITUCIONALES

Firma de convenio con PAMI

Sabías que ahora los adultos y adultas mayores pueden atenderse en el Centro Médico Doctor Ramón Carrillo? En el mes de agosto, el presidente del Mercado Central, Nahuel Levaggi, firmó un convenio con el Director...

PAG 12

INSTITUCIONALES

Un cocinero argentino suelto en la minorista

¡Miren quién vino! El Mercado Central convocó a nuestro amigo Juan Braceli, quien estuvo grabando episodios especiales de Cocineras y Cocineros Argentinos en la Feria Minorista del...

PAG 13

DEBATE

Abastecer de frutas y verduras: pensar la historia de los mercados

Los Mercados son actores centrales en las cadenas alimentarias a lo largo y a lo ancho del mundo, responsables de abastecer de alimentos frescos...

PAG 18



INSTITUCIONALES

Chacra Los Tapiales: un museo con memoria activa

PAG 10



Un museo abierto es una gestión representativa

Por Nahuel Levaggi

Este año decidimos poner en valor la Chacra Los Tapiales, abriendo a la comunidad un museo con memoria activa, en donde no solo se considera el aspecto histórico, sino también una perspectiva crítica y transformadora.

Con la llegada de nuestra gestión, escuchamos lo que distintos actores y actrices del Mercado nos comentaban sobre este espacio. Los hacedores del Mercado Central veían a La Chacra como un lugar cerrado, con un marcado deterioro estructural,

producto de la desidia y/o abandono durante varias gestiones. Hicieron falta muchos recursos para abrirlo a la comunidad, aunque en este punto no tendría sentido hablar sobre lo económico. Más valorable fue la decisión política, el consenso de avanzar y trabajar juntos y juntas. Desde un principio entendimos que era necesario recuperar este lugar, sede de un capital cultural incalculable.

La Chacra es un espacio que, por su emplazamiento, siempre estuvo un poco invisibilizado. Por ello, es muy



probable que mucha gente que frecuenta el Mercado Central ni siquiera lo conozca. Y nosotros queremos todo lo contrario.

Este museo tiene que ser un espacio abierto, en el que se complemente la historia con la vasta riqueza cultural que convive en el Mercado Central, relacionada a la tierra, al trabajo y a la producción de alimentos. **En cada rincón de La Chacra tenemos la oportunidad de generar conciencia sobre nuestra cultura popular, de volver a nuestras raíces y de proyectar un futuro mejor para todos y todas.**

Tuvimos más de un año y medio de trabajo poniendo en valor este espacio de memoria. El resultado hubiera sido imposible sin el trabajo coordinado de distintas áreas del Mercado, como los compañeros y compañeras de las gerencias de Mantenimiento, Proyectos y Desarrollo y el Departamento de Comunicación y Relaciones Institucionales. También

fueron artífices operadores, operadoras y distintos trabajadores y trabajadoras que, por su antigüedad, hicieron aportes significativos al proyecto.

Sin dudas quiero destacar y agradecer a la Comisión Nacional de Monumentos, Lugares y Bienes Históricos y al Museo Casa de Ricardo Rojas, que aportaron sus equipos de museólogos e historiadores. Su colaboración llenó de precisión la historia que quisimos reconstruir. Partimos desde la veracidad de los hechos, y desde ahí aportamos nuestra visión crítica, resignificando cuestiones centrales de nuestra visión cultural. ✓

Más alimentos a precio justo

En el año 2020 creamos el *Compromiso Social de Abastecimiento (CSA)* para transparentar información y garantizar precios justos a todos los vecinos y vecinas del Central. A través de acuerdos entre operadores y operadoras del Mercado Central, establecemos los precios para la venta mayorista durante una semana.

Este año ampliamos dichos acuerdos para que esos alimentos sanos y seguros sean ofrecidos a precios accesibles en carnicerías adheridas, dentro de la Feria Minorista del MCBA. Gracias a la colaboración de las empresas que integran esos espacios, desde el principal centro abastecedor de frutas y verduras del país **seguimos generando políticas que aseguren los valores de**

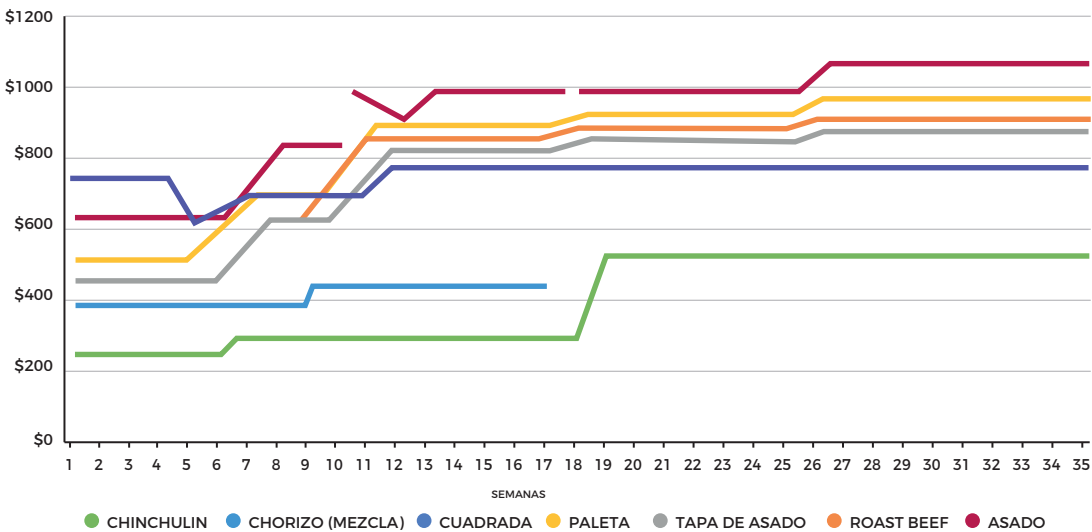
referencia más bajos en la compra de alimentos para todos los argentinos y argentinas.

Ampliar el acceso a alimentos de calidad es una de nuestras prioridades. De esta forma ayudamos a crear un consumo consciente y seguimos apostando a la alimentación sana, segura y soberana.

Te dejamos un repaso de los acuerdos de precios en lo que va del año para una serie de productos bovinos, porcinos, avícolas y marítimos.



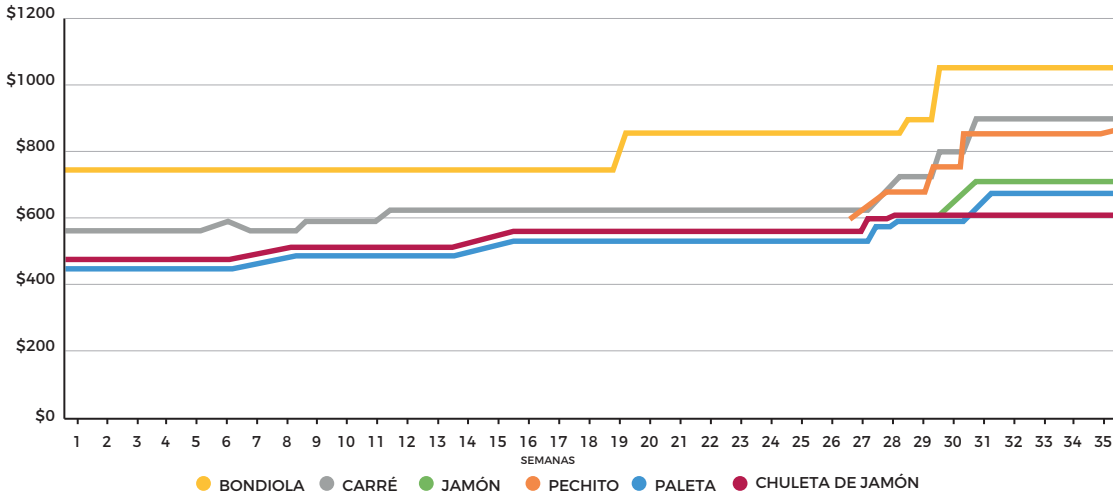
Precios semanales en carne vacuna



Establecimos valores de referencia para los cortes Asado, Roast Beef, Tapa de Asado, Colita de Cuadril/Tapa de Nalga, Paleta, Espinazo, Hígado, Centro de Entraña, Cuadrada/Bola de lomo, Morcilla, Chinchulín y Chorizo. **¡Este año el Asado aumentó solo \$40!** A comienzos de septiembre extendimos esos acuerdos en carnicerías adheridas.



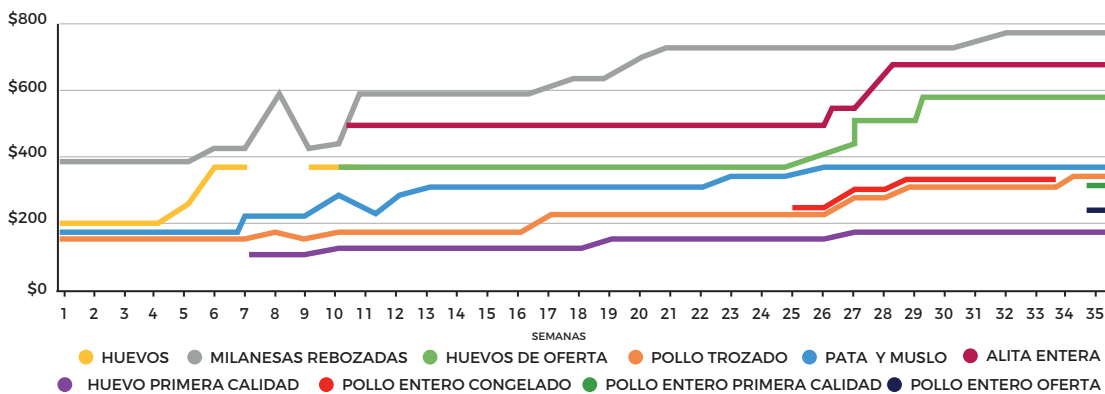
Precios semanales en carne porcina



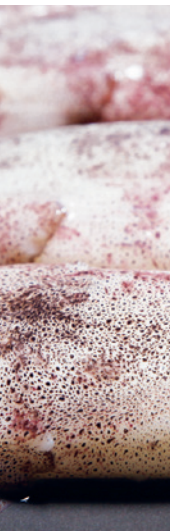
Nuestro CSA estableció acuerdos de precios para los cortes Paleta, Bondiola, Pechito, Jamón, Carré y Chorizo de cerdo. Los mismos estuvieron disponibles en el mes de septiembre en el Mercado de Carnes del MCBA.



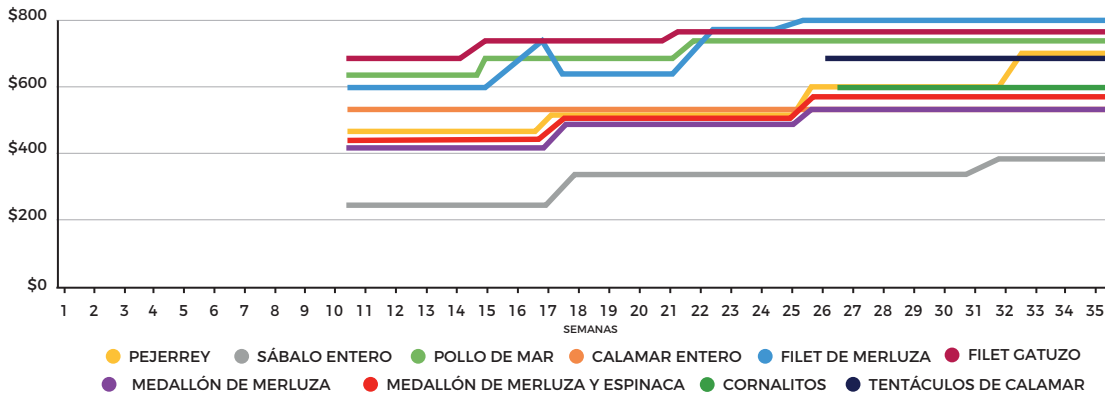
Precios semanales en productos avícolas



Productos avícolas: Fijamos valores de referencia para Pata Muslo, Pollo Trozado, Milanesas Rebozadas, Huevos y Alita Entera. Durante la primera mitad de septiembre fijamos los precios en comercios adheridos.



Precios semanales en productos de pescadería



Desde marzo establecimos acuerdos de precios en Filet de Merluza, Calamar Entero, Sábalo Entero, Pejerrey Despinado, Filet de Gatuza, Pollo de Mar y Medallones de Merluza.

FRUTILLA

La Argentina es el tercer país productor de frutillas de Sudamérica

Santa Fe, Tucumán y Buenos Aires concentran el 70% de la producción nacional



Coronda (Santa Fe) es reconocida como "la capital argentina de la frutilla"

Don Lamberto Lafuente inauguró la plantación de frutillas en la ciudad allá por 1919

El 60% de la fruta se consume fresca y el 40% se procesa

Breve historia

Integra el grupo de los llamados frutos rojos o "frutas finas". En nuestro país es la fruta fina más difundida, con una gran aceptación de parte de los consumidores. Los especialistas consideran que la producción frutillera en nuestro país se remonta a comienzos del siglo XX.

¿Sabías esto?

A nivel comercial, la frutilla es considerada una fruta "llamadora", ya que su consumo está fuertemente vinculado a la compra compulsiva. **El consumidor la ve y la quiere.**

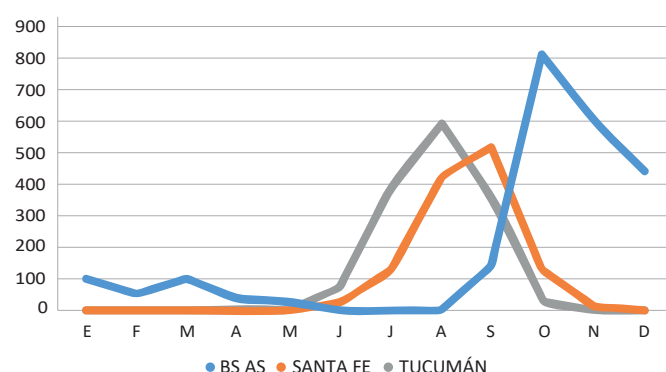
Producción en el país

Argentina cuenta actualmente con unas 1400 hectáreas de frutilla, con una producción aproximada de 45-50 mil toneladas anuales. Los mayores polos frutilleros se concentran en Coronda (Santa Fe), Lules (Tucumán), el AMBA y Mar del Plata (Buenos Aires).

Temporada

Hay oferta durante todo el año, **aunque es un fruto predominantemente invernol-primaveral**. Tucumán, Corrientes y Santa Fe abastecen los mercados de fruta primicia en invierno. Esta última provincia y Buenos Aires concentran la oferta de fruta de estación en primavera. En los meses estivales hay producción en la provincia de Buenos Aires, el NOA y algunas regiones de la Patagonia.

Toneladas que ingresan al central por mes



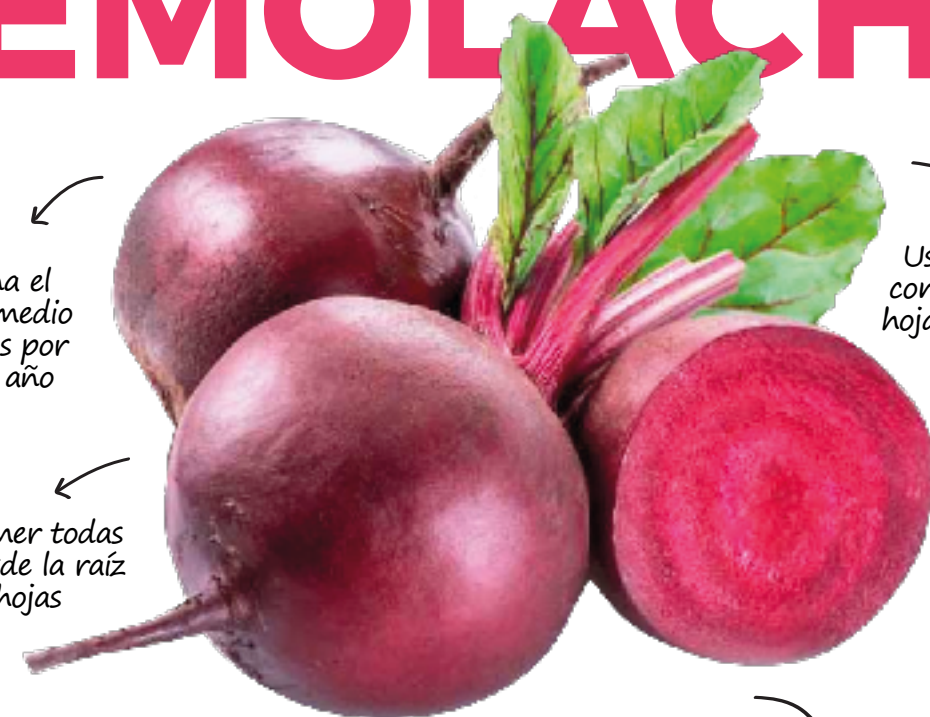
REMOLACHA

En Argentina el consumo promedio es de 2.5 kilos por habitante al año

Se pueden comer todas sus partes, desde la raíz hasta las hojas

Aunque en nuestro país se comercializa sin cadena de frío

Suele cultivarse intercalada con otras especies en producciones pequeñas



Usualmente se comercializa con hojas en jaulas de 20 kilos

También se venden jaulas sin hojas de 15 kilos

Para un crecimiento vigoroso necesitan suelos fértiles, ricos en potasio y buen drenaje de agua

Breve historia

Esta hortaliza era muy apreciada por egipcios, griegos y romanos. En épocas de la Edad Media europea se usó como alimento y como medicamento, en especial para combatir enfermedades de la sangre. Llegó a nuestro país desde Europa, donde ya tenía una larga tradición gastronómica y cultural.

Una opción saludable

La remolacha contiene altos niveles de antioxidantes, carbohidratos, ácido fólico y agentes antiinflamatorios únicos que ayudan a prevenir diferentes tipos de cáncer.

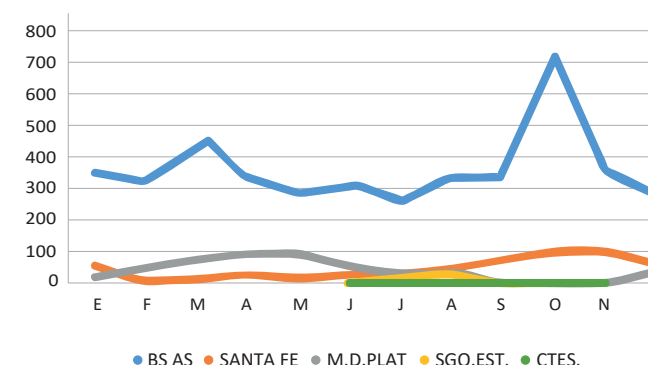
Temporada

Su cultivo se desarrolla durante todo el año, aunque la calidad y el volumen difiere según la estación y las zonas productoras. Los mayores niveles de oferta se concentran entre septiembre y noviembre, ya que es cuando más se produce en Buenos Aires.

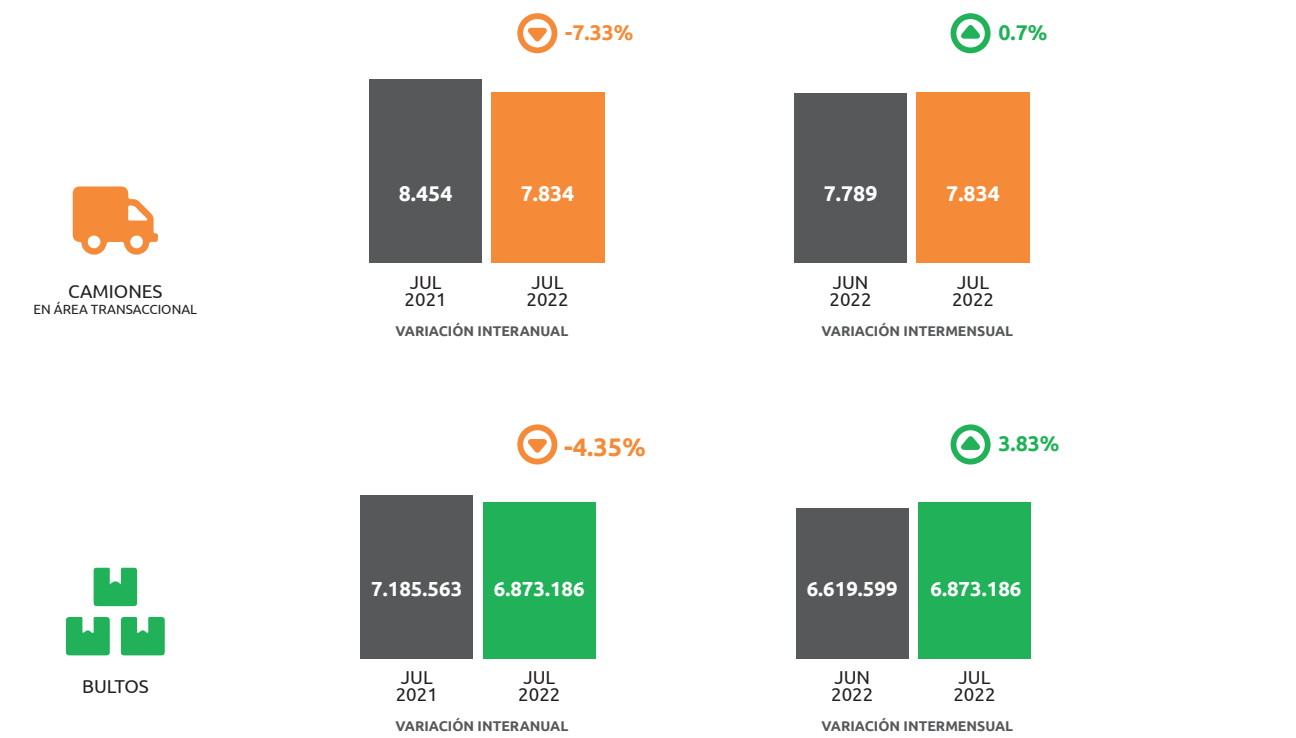
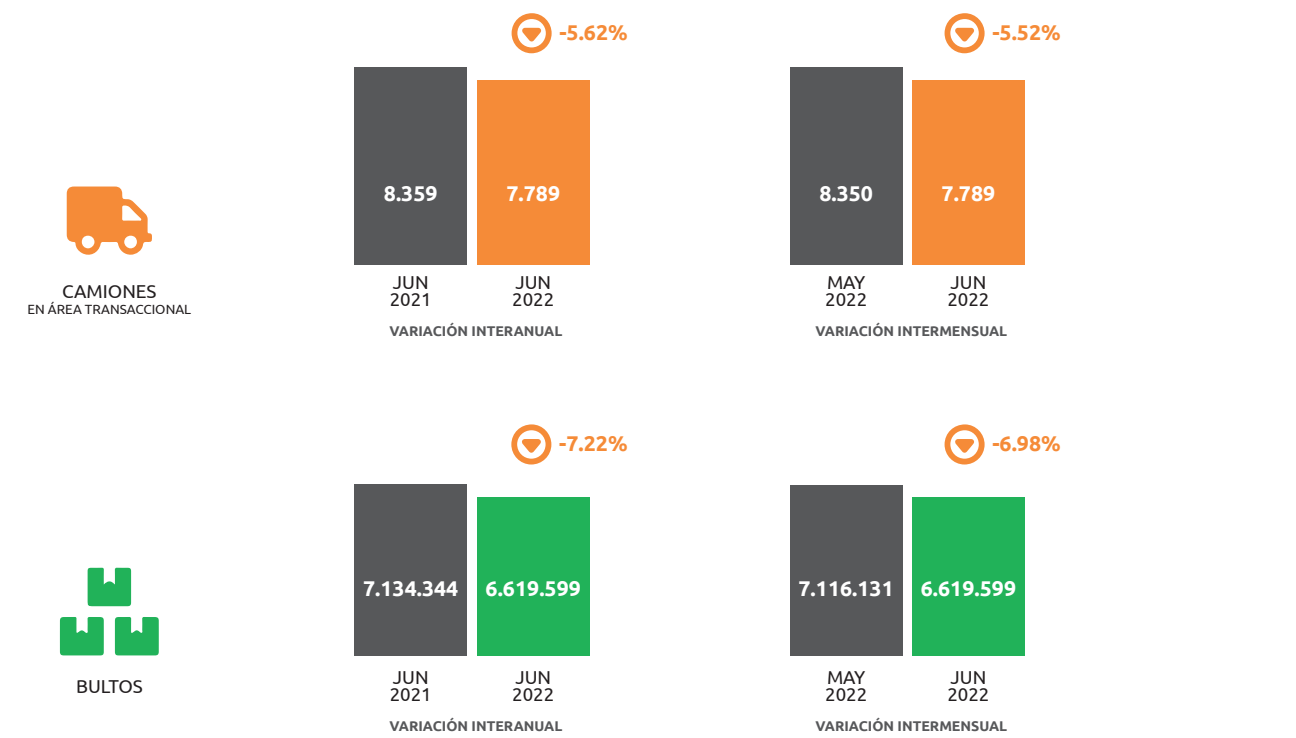
Zonas productoras

Los cinturones verdes de Buenos Aires son los principales abastecedores del Mercado Central, con más de 4.000 toneladas anuales. Esta hortaliza también se produce en Santa Fe, Santiago del Estero y Córdoba, aunque la producción suele dirigirse a Mercados Concentradores de cercanía.

Toneladas que ingresan al central por mes



Variaciones mensuales e interanuales de ingresos



Precio promedio por kilo de los 10 productos con mayor

participación en la oferta de 2021

PARTICIPACIÓN EN LA OFERTA ABRIL 2022	MANZANA	TOMATE	BANANA	NARANJA	ZAPALLITO	MANDARINA	ZAPALLO	ZANAHORIA	PAPA	CEBOLLA
	4.84%	8.24%	5.77%	6.89%	3.06%	9.23%	4.36%	3.77%	25.91%	8.30%
\$ PROMEDIO	\$148.05	\$120.60	\$88..98	\$46.74	\$72.22	\$54.66	\$49.66	\$68.94	\$38.13	\$43.82

PARTICIPACIÓN EN LA OFERTA JULIO 2022	MANZANA	TOMATE	BANANA	NARANJA	ZAPALLITO	MANDARINA	ZAPALLO	ZANAHORIA	PAPA	CEBOLLA
	4.77%	10.31%	4.25%	7.60%	3.00%	8.25%	4.10%	3.65%	24.50%	8.81%
\$ PROMEDIO	\$145.08	\$75.35	\$114.48	\$43.27	\$118.63	\$53.64	\$58.59	\$60.07	\$42.57	\$94.54

Frutas y hortalizas de la temporada



Viene creciendo la oferta de hortalizas de hoja como la lechuga y la acelga gracias a condiciones climáticas más favorables, con precios a la baja para todas las variedades. En el caso de la lechuga, los ingresos provienen de Santa Fe y Buenos Aires.

El tomate continúa presentado calidades dispares entre zonas productoras. Los precios más altos para la especie los registró el comercial redondo, aunque la oferta es insuficiente. En contraste, los lotes del tipo comercial perita presentaron numerosas partidas con deterioros y exceso de madurez, marcando los valores mínimos para la especie.

El pimiento mantuvo ingresos acotados con precios al alza, tanto en variedades de color verde como rojo. También persisten los precios elevados para la cebolla, hortaliza que ingresa desde Santiago del Estero, el sur de Buenos Aires, Salta y Brasil.

Se encamina el final de temporada para los cítricos. Sin embargo, la naranja aún mantiene precios estables

y un aceptable volumen de ingresos. El limón también registró una oferta abundante y precios estables. En ambos casos las zonas productoras son Jujuy, Salta y Entre Ríos.

Cada vez hay menor oferta de manzana conservada en frío, dando lugar a lotes de atmósfera controlada. Si bien la calidad es superior, los costos también, por lo que esperan un aumento progresivo de precios en lo que resta del año.

Nota: Los valores presentados se construyen gracias al relevamiento diario que se realiza desde el Departamento de Información Estadística y Transparencia de la CMCBA a los puestos frutihortícolas de venta mayorista del Mercado. En base a este relevamiento se construye un promedio mensual de cada uno de los productos, considerando los precios modales (más frecuentes) relevados en todas sus variedades, procedencias y formatos de presentación.

Fuente: Toda la información presentada ha sido relevada y procesada por el Departamento de Información Estadística y Transparencia de Mercado, Gerencia de Calidad y Transparencia de la CMCBA.

Chacra Los Tapiales: un museo con memoria activa



Este monumento histórico se emplaza en las más de quinientas hectáreas que componen al Mercado Central de Buenos Aires. Desde agosto, este espacio único se abrió a la comunidad para que todas las personas interesadas puedan visitarlo ¹⁰⁰

En una jornada de puertas abiertas, los primeros visitantes recorrieron las salas que fueron restauradas y ambientadas. También hubo recorridos por el patio interno, las salas itinerantes y los espacios verdes.

✳ Las tareas de recuperación en la Chacra Los Tapiales buscaron reconstruir no sólo la historia del lugar, sino también armar un relato narrado a través de las distintas salas temáticas.

← La decisión de transformar este espacio emblemático en un museo de puertas abiertas

comenzó a tomar forma hace más de un año, cuando distintos equipos del Mercado comenzaron a ponerlo en valor, para abrirlo y mostrarlo a la comunidad.

El coordinador principal de este proyecto fue Mauro Herrera, dependiente del Departamento de Comunicación y Relaciones Institucionales del Mercado Central. En una conversación con Noticias de Tu Lado expresó: “Agradecer el trabajo en equipo a veces puede parecer algo para quedar bien, pero es verdad que de cada encuentro fuimos rescatando lo mejor: nos reunimos con operadores, operadoras, gente del sector comercial, personal histórico de la Corporación, representantes de la Comisión Vesubio-Puente 12, antiguos propietarios y propietarias, la asociación Amigos de la Chacra los Tapiales y la Comisión Nacional de Monumentos, Lugares y Bienes Históricos, entre otros. De ahí en más, fue formar equipos con museólogos e historiadores y dar vida a las palabras”.

“Mi función fue escuchar, mediar en instancias de diálogo, para vincular todo con los objetivos que esta gestión tenía para el espacio. Me llevo un gran aprendizaje y la alegría de haber aportado a un proyecto tan ambicioso desde lo social”, agregó Herrera.

El presidente del Mercado Central de Buenos Aires, Nahuel Levaggi, destacó en su discurso que “esta obra surge de la decisión política de poner la Chacra Los Tapiales en función del bien común. Entendemos que en este lugar hay un enorme capital cultural y por eso lo ofrecemos a la comunidad”.

Entre otras menciones, Levaggi agradeció al equipo de museólogos e historiadores del Museo Casa de Ricardo Rojas, el aval de la Comisión Nacional de Monumentos, de Lugares y de Bienes Históricos y la familia Saguier-Elía.

Del mismo modo, resaltó el aporte de distintas áreas del Mercado Central, como las gerencias de Mantenimiento y Proyectos y Desarrollo, responsables de las tareas edilicias, y al Departamento de Comunicación y Relaciones Institucionales, responsables de la coordinación general del Museo.

✓ Las fechas y horarios para visitar el Museo Chacra Los Tapiales se gestionan a través del correo electrónico oficial: museo@mercadocentral.gob.ar

Te invitamos a un espacio crítico, histórico y social, donde podés hacer tu aporte y sembrar una cultura de derechos con nosotros.

¿Sabías que?

- La construcción de la casona data de 1615.
- Hernando Arias de Saavedra (Hernandarias), conquistador y primer gobernador criollo rioplatense, decidió vender los terrenos y permitir producciones en el mismo.
- Martín José de Altolaguirre, uno de los primeros ingenieros agrónomos del país, compró el predio a Hernandarias. Allí trabajó la agricultura.
- En 1808, Francisco “Pancho” Ramos Mexía (Mejía) le compra con la dote de su esposa, María Antonia de Seguro, la Chacra a Altolaguirre.
- Sin embargo, Ramos Mexía no sólo le compró a Altolaguirre, sino que también a los querandíes que habitaban el campo en pleno contexto de genocidio indígena. Desde ese momento, los recibió como peones para que trabajen en la agricultura, la ganadería. Además, algunos integrantes de este colectivo fueron educados y evangelizados.



¡Celebremos el Día del Mercado!

Para el momento en que llegue a tus manos esta novena edición de Noticias de Tu Lado, seguramente estaremos festejando el Mes del Mercado Central 🍰

Un 15 de octubre de 1984 el Estado Nacional decretó la apertura del centro para distribución y recolección frutihortícola más grande del país. 38 años después, la Corporación del Mercado Central de Buenos Aires ocupa más de 500 hectáreas y cuenta con un Programa de Reducción de Pérdidas (PRP), una nave de familias productoras, un centro logístico con alta tecnología, el Centro Médico Doctor Ramón Carrillo, entidades bancarias, sedes de organismos estatales y todo tipo de servicios 🏠

¿Qué representa el Mercado Central a nivel País? 🤔

🍏 El Mercado Central es un actor fundamental para comprender los circuitos productivos de frutas



Corporación del Mercado Central de Buenos Aires *de tu lado*

y hortalizas a nivel nacional y regional. Además, es la principal referencia en materia de precios en todo tipo de alimentos y productos 🥕

📍 Inicialmente operaba con el nombre de Mercado del Abasto, dentro de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Sin embargo, en

la actualidad se encuentra en la localidad de Tapiales, partido de La Matanza.

Dato: con motivo de conmemorar el esfuerzo del personal, realizamos una entrega de medallas para las personas que cumplen décadas redondas e intermedias en sus funciones 🎉

Firma de convenio con PAMI



¿Sabías que ahora los adultos y adultas mayores pueden atenderse en el Centro Médico Doctor Ramón Carrillo? 🤝

En el mes de agosto, el presidente del Mercado Central, Nahuel Levaggi, firmó un convenio con el Director Ejecutivo de la UGL XXXV La Matanza, Jorge Tomás Medina. De este modo, nuestro Centro Médico se convirtió en prestador oficial de servicios médicos para el Instituto Nacional de Servicios Sociales para Jubilados y Pensionados, con distintas especialidades para adultos y adultas mayores.

📞 ¡Anotá el teléfono!: 6091-5215 interno 5100.📞

Un Cocinero Argentino suelto en la minorista

¡Miren quién vino! El Mercado Central convocó a nuestro amigo Juan Braceli, quien estuvo grabando episodios especiales de Cocineras y Cocineros Argentinos en la Feria Minorista del Mercado Central. Las filmaciones tuvieron lugar entre agosto y septiembre. 📺

Se trata de una coproducción entre la Corporación del Mercado Central y la Televisión Pública. Los episodios fueron emitidos por la Televisión Pública, pero podés revivirlos en la cuenta de YouTube oficial del Mercado. 📺

🥬 Con productos frescos y de estación, Braceli preparó recetas que tuvieron como protagonistas a la acelga y al alcaucil, hortalizas que el protagonista fue recolectando en visitas por la feria y las naves mayoristas.

📺 ¡No te lo pierdas! 📺

Nueva plantada

🌱 Continuamos con las actividades de forestación en el Mercado Central. Por eso, en el mes de agosto realizamos una nueva jornada de plantación, con la intención de seguir embelleciendo el predio.

En esta ocasión cubrimos la vereda de la Chacra Los Tapiales, lindera al área transaccional mayorista. De esta forma, comenzamos a completar la manzana del nuevo Museo. 🌳 Plantamos 45 árboles de la variedad "Trompeta Amarilla" para que todo este espacio se nutra de verde y vida.

Este trabajo de reforestar el Mercado se desarrolla desde hace más de un año, y, como viste en publicaciones anteriores, hasta ahora se plantaron más de 200 árboles de distintas especies 🌳 📺



El Vesubio, un nuevo espacio de Memoria para la comunidad

El 19 de septiembre el presidente del Mercado Central, Nahuel Levaggi, firmó un convenio junto al secretario de Derechos Humanos de la Nación (SDH), Horacio Pietragalla. Este acuerdo otorga permiso para usar el predio de lo que había sido el centro clandestino de detención y tortura (CCDyT) El Vesubio.

Después de tantos años y diferentes gestiones del Mercado, se tomó la decisión política de brindar a familiares y víctimas sobrevivientes del ex CCDyT

la chance de convertir ese lugar en un espacio de Memoria, mientras esté vigente la ley 26691 de Preservación, Señalización y Difusión de Sitio de Memoria de Terrorismo de Estado 🤝

La antesala a la firma de este convenio fue la puesta en valor iniciada por equipos de la Corporación en conjunto con la Comisión Vesubio y Puente 12, para que en el espacio se pudieran realizar recorridos. Esta es una de las tantas políticas orientadas desde el rol social del Mercado hacia una cultura de derechos. 📺



“No sé qué tiene el Mercado, pero se parece a la magia”

🍰 Todavía le faltan algunos meses para cumplir sus dos décadas en el Mercado, pero para Mariana Potin “ha sido una vida”. Así lo dijo ella misma, mientras revisaba -con mucho detalle- cada aspecto de uno de sus puestos.

Fuimos a conocer su historia y nos recibió en el puesto 5 de la nave 11, el lugar “donde empezó todo” para ella. En Noticias de tu Lado nos pareció oportuno, como siempre, empezar por el principio:

¿Por qué querías que la entrevista se haga en este puesto en particular?

- Yo me divido entre mis dos espacios, porque también trabaja en la nave 9. Pero este puesto, en particular, está lleno de historias. Empezamos de cero, fuimos uno de los primeros puestos en toda la nave (N de R: en promedio, por nave, hay unos sesenta). **Llegamos desde Comandante Nicanor Otamendi, Provincia de Buenos Aires, y lo único que teníamos eran ganas de trabajar.**

Nos contabas que esto comenzó en el 2003, en un contexto de país muy complicado. ¿Cómo los recibió el Mercado?

-Mirá... la nave se usaba de logística y depósito. ¡Imaginate! Era una apuesta muy fuerte, pero había mucho optimismo puesto 🍷. Llevó su tiempo y no tenía el formato de puesto, pero la comunidad nos fue ayudando. **Amamos esta nave y amamos lo que hacemos. Los vecinos y colegas son amigos y sin eso no sería lo mismo.**

¿Los clientes son fieles después de tanto tiempo?

- Sí, nos da un orgullo tremendo, un vínculo especial. Gente que se la jugó cuando éramos desconocidos y aún siguen eligiéndonos 🍷. El afecto es recíproco.

¿Qué cambios son los que más te sorprendieron en estos veinte años que llevás acá?

- Es una sensación linda pensar que no cambió tanto, que es un lugar familiar, de vecinos, de amistades,



porque somos una empresa familiar. Trabajan mi hija, sobrinos y muchos conocidos.

Cuando te sentás a pensar caes en la cuenta de que hubo cambios notables. Desde Ricchieri antes se veía sólo yuyos, pasto, estaba medio desolado, y ahí llegaron las empresas de logística. La tecnología nos ayudó mucho a trabajar, a cobrar, a seguir en contacto y tener las novedades más a mano. Y desde la pandemia fuimos renovando la imagen, las redes sociales, algo que cuando empezamos era impensado. 🍷

¿Qué le podemos contar a la gente que todavía no viene a comprar al Mercado Central?

Que sobran motivos para venir 🍷. Nosotros, por ejemplo, en algunas cosas somos productores y en otras tenemos proveedores de confianza, de años. Tenemos varios medios de pago, lo que ofrecemos es barato y tiene buena calidad.

🍷 Venir a comprar al Central es un poco eso: se llega por el precio, pero es un ambiente muy particular. Te cruzas con distintas culturas pero el clima sigue siendo familiar. **Hay algo muy de grupo, lo que te fascina del Mercado es esa buena onda. Me gusta venir a trabajar y creo que me gustaría como clienta también.**

¿Hay algo que quieras decirles a los lectores en razón de los 38 años del Mercado?

- Mirá, voy a decir algo que le cuento a todas las personas que conozco: no sé qué tiene el Mercado, pero se parece a la magia. A veces nos va mejor y a veces no tanto, pero no conozco a nadie que se haya querido ir. Es mi lugar y lo siento propio, lo que conseguí acá no lo cambio por nada ❤️



Nombre completo
Mariana Potin.

¿Una fruta?
Mandarina.

¿Una hortaliza?
Cualquiera que sea dulce, de las pesadas, que son nuestra especialidad en La Brusquita. Por ejemplo, el boniato: la "batata-zanahoria".

¿Dulce o salado?
Salado, papas y batatas fritas, me encantan.

¿Café o mate?
¡Café! Tanto mi marido como yo.

¿Una persona que conociste en el Mercado?
No me hagas decirte uno solo! Te digo un par: Carlos Iocca, los Abálsamo, los Federico, Beto Salerno. Es gente con la que da gusto rodearse. Tampoco quiero olvidarme de Miguel Vulin.



¿Querés ser parte de este Boletín?

¿Tenés aportes o comentarios?

¡Sé parte!



Sumate como auspiciante o envíanos tus sugerencias:
detulado@mercadocentral.gob.ar

APP DE SEGURIDAD MERCADO

de tu lado

DENTRO
DEL PREDIO



DESCARGATE
LA APP

Disponible sólo en



Corporación del
Mercado Central
de Buenos Aires
de tu lado



USE RESPONSABLEMENTE LA APP. NO GENERE FALSAS ALERTAS.

Mercados Mayoristas y Políticas de Abasto

Abastecer de frutas y verduras: pensar la historia de los mercados

Por Hugo Serra y Damián Lobos¹

Los Mercados son actores centrales en las cadenas alimentarias a lo largo y a lo ancho del mundo, responsables de abastecer de alimentos frescos, sanos y seguros a millones de personas. Pero, ¿qué son?

Retomando a Raúl Green, uno de los primeros en conceptualizar estas centrales, podemos definir a los **Mercados Mayoristas Frutihortícolas** (MMFH) como “instituciones constituidas a partir de infraestructuras físicas, en donde se realizan intercambios comerciales entre profesionales, reunidos con el objetivo de comprar y vender estas mercancías alimentarias en fresco”.

Analizados desde una perspectiva espacial, los Mercados Mayoristas proveen de alimentos a territorios y localidades más amplios que los límites municipales que los regulan. Esto es especialmente relevante en contextos de conurbación metropolitana. Por ejemplo, el Área Metropolitana de la Ciudad de Buenos Aires (AMBA), donde yace el Mercado Central de Buenos Aires.

El papel que juegan los Concentradores en el abastecimiento a las poblaciones es más esencial cuanto más lejos están esas personas de los

grandes centros urbanos. Aún mayor es ese rol en zonas donde no existe producción local, como ocurre en las regiones frías andinas, los áridos andino-puneño y patagónico y en el semiárido.

Abasto y Políticas en perspectiva histórica

Abastecer de frutas y verduras es indisoluble de la organización y regulación que el gobierno hace de la producción y circulación de estos alimentos en cantidad, precio y condiciones seguras y accesibles.

A lo largo del siglo XX, y en las dos primeras décadas del siglo XXI, las políticas de abasto implementadas por el gobierno argentino tuvieron formas diversas, dependiendo de los ciclos de acumulación, de los contextos históricos y los objetivos del Estado. Recién a partir de la década del sesenta el Estado comenzó a regular el abasto frutihortícola en específico, basándose en modelos internacionales². Años más tarde, con la hegemonía de políticas neoliberales, estas regulaciones se concentraron en la fase de la comercialización, mientras que en lo productivo se redujo la intervención pública. Desde entonces adquirieron relevancia

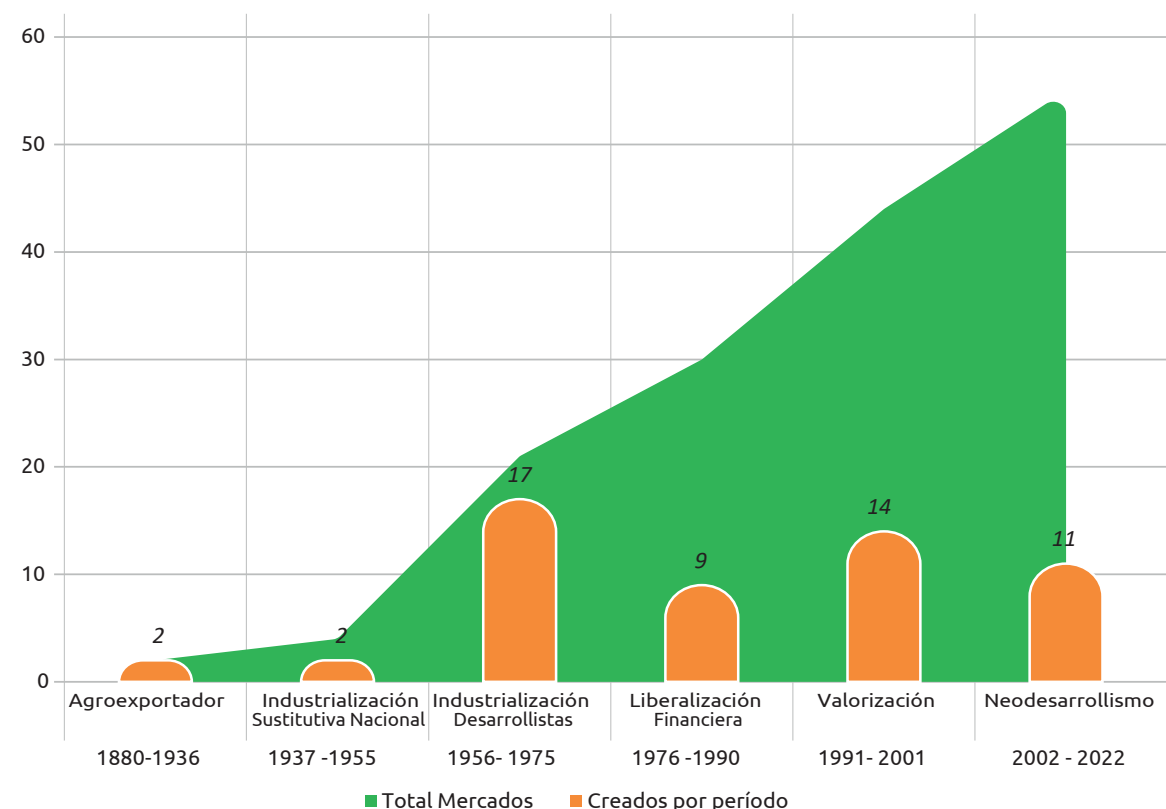
las regulaciones biológicas y fitosanitarias, junto con intervenciones sobre las cadenas de concentración, distribución, logística y venta.

Políticas de abasto: ¿De qué hablamos?

Este término engloba el conjunto de regulaciones estatales y/o de otras organizaciones colectivas, que apuntan a proveer de alimentos a una población determinada. Durante gran parte del siglo XX, el foco de la política económica nacional se dirigió a promover la industrialización, provocando una abrupta reducción de la población rural y la creciente relevancia del proletariado urbano.

Durante la etapa de sustitución de importaciones (1943-1955), la promoción a la producción de alimentos y la fijación de precios máximos, motorizadas por una importante campaña comunicacional, provocaron una demanda proletaria de frutas y verduras de gran relevancia en las ciudades. El control de precios fue el eje de las políticas de abasto de los distintos productos alimentarios en esta etapa, la cual se mantuvo durante los gobiernos desarrollistas de la década del sesenta.

Evolución de la cantidad de MMFH creados según cada modelo de desarrollo



La gran diversidad de oferentes y la dispersión espacial de la producción de frutas y verduras generó sucesivas dificultades para aplicar un control de los precios en el sector. Este problema hizo emerger una nueva estrategia política a finales de la década del sesenta: concentrar la oferta de alimentos frescos en torno a los centros urbanos. La finalidad de este accionar era intervenir de modo más coherente sobre el funcionamiento y la producción de bienes. También buscaba fijar precios y volúmenes de producción, o bien garantizar la disponibilidad y acceso como expresión de una gobernanza alimentaria.

El origen de esta política de abasto puede encontrarse en la Política Agraria Común Europea, con adaptaciones propuestas para los países de América Latina y el Caribe por la Organización

de Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO).

El MCBA, un hito nacional

En 1971 se sancionó la Ley 19.227 para fomentar la creación de Mercados Mayoristas Concentradores. Trece años después, en 1984, se fundó el Mercado Central de Buenos Aires y en solo una década se transformó en el mercado concentrador más grande de América Latina.

Sin embargo, la aplicación de las políticas mercantilizadoras del consenso de Washington, a partir de los años noventa, generó una recesión y caída del poder adquisitivo de los salarios. Esto supuso cambios para los mercados mayoristas, ya que los aspectos centrales de su organización quedaron instituidos en torno a las decisiones de los oferentes. En ese

contexto, el Estado sólo se limitó a fijar las condiciones de seguridad e inocuidad para el consumo.

En la actualidad existen 68 mercados mayoristas de frutas y hortalizas registrados en SICOFHOR. El 57% se encuentra en la provincia de Buenos Aires y el 20% en la región centro (Córdoba, Santa Fe, Mendoza y Entre Ríos). Cada uno de estos mercados se rige por normativas nacionales fitosanitarias, fiscalizadas y ejecutadas por el Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria (SENASA). Sin embargo, existe una gran cantidad de mercados y/o galpones que cumplen esta función sin estar registrados.

La aplicación de las normativas nacionales de abastecimiento en el sector frutihortícola ha sido excepcional y sólo en situaciones de emergencia. En

¹ Elaborado sobre la base del Informe del Proyecto C 74 “Los mercados frutihortícolas mayoristas de Argentina en la garantía de acceso a los alimentos en fresco. El rol de las políticas de abasto en los objetivos del Plan Argentina contra el Hambre” del Programa “Ciencia y Tecnología contra el Hambre” del Ministerio de Ciencia y Tecnología de la Nación

² (Pérez Martín y Barsky, 2021; Almeida 2 Cunha, 2012)

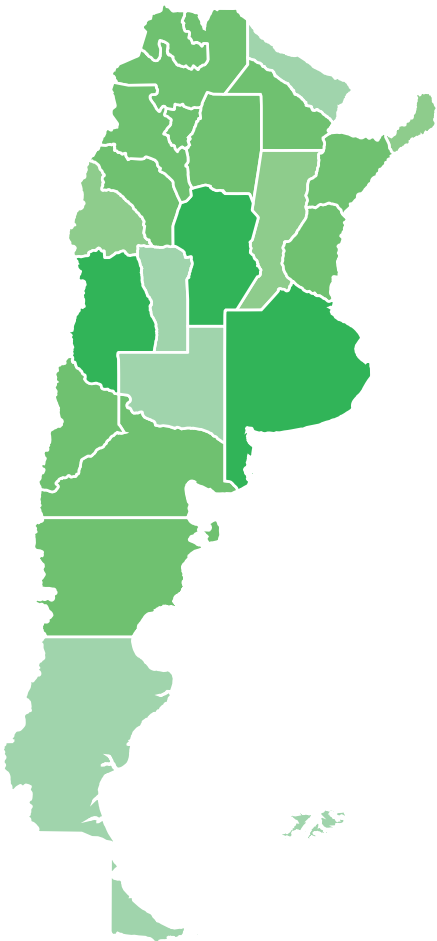
1974 se reglamentó la constancia de procedencia de la papa (Res.17/74, Sec. de Comercio), en 1986 la habilitación temporaria de derechos de importación

ante el faltante de papa en el mercado interno (Res. 226/86, Sec. de Comercio Interior) y, más recientemente, la fijación de precios máximos para diversos

bienes y alimentos a raíz de la pandemia por el COVID-19 (Res. 100/2020, Sec. de Comercio Interior), entre algunas otras.

Cantidad de MMFH por provincias

Provincia	Cant. de mercados	%
Buenos Aires	27	49.1 %
Capital Federal	0	0 %
Catamarca	1	1.8 %
Chaco	1	1.8 %
Chubut	1	1.8 %
Córdoba	4	7.3 %
Corrientes	1	1.8 %
Entre Ríos	1	1.8 %
Formosa	0	0 %
Jujuy	1	1.8 %
La Pampa	0	0 %
La Rioja	1	1.8 %
Mendoza	5	9.1 %
Misiones	2	3.6 %
Neuquén	1	1.8 %
Río Negro	1	1.8 %
Salta	1	1.8 %
San Juan	2	3.6 %
San Luis	0	0 %
Santa Cruz	0	0 %
Santa Fe	3	5.5 %
Santiago del Estero	1	1.8 %
Tierra del Fuego	0	0 %
Tucumán	1	1.8 %
Total	55	100 %



Para pensar

La actual crisis alimentaria global expuso las limitaciones de las capacidades estatales para desarrollar políticas alimentarias (Cid, 2007). En Argentina las políticas gubernamentales de abasto alimentario han sido principalmente reactivas, siempre guiadas por coyunturas de crisis, y focalizadas generalmente en el control de precios.

Las reformas liberalizadoras de los años noventa ejecutaron una doble delegación de la

gobernanza. En primer lugar, descentralizando la administración para hacer más eficiente la ejecución del gasto, regulado por municipios con bajas capacidades de ejecución y escasos recursos. En segundo lugar, delegando casi exclusivamente a los oferentes de los mercados la planificación de la producción y la garantía de circulación y acceso a los alimentos frutihortícolas.

La emergencia alimentaria nacional y, especialmente, la coyuntura de la crisis del

coronavirus evidenciaron que el problema del abasto local de alimentos frescos supera las capacidades y responsabilidades de los gobiernos locales. Si bien existe materia federal en cuestiones fitosanitarias, las provincias intervienen muchas veces con normativas y controles propios. Se suma la organización y gestión interna de los mercados concentradores, donde las intervenciones cruzadas y la falta de coordinación son una demanda frecuente de los agentes del sector.

En el relevamiento realizado en el marco del proyecto de investigación “Los mercados frutihortícolas mayoristas de Argentina en la garantía de acceso a los alimentos en fresco. El rol de las políticas de abasto en los objetivos del Plan Argentina contra el Hambre” se observa que en los últimos 25 años se han creado nuevos mercados, que se concentraron principalmente en el AMBA y adoptaron de manera masiva la forma de gestión de empresas comerciales privadas.

Según el mismo relevamiento, a la necesidad de desarrollo de instrumentos de coordinación interlocal e intergubernamental, se suma el carácter eminentemente público-privado del funcionamiento de los mercados mayoristas. Este modo de funcionamiento está determinado por dos factores: la forma de administración y

propiedad (mercados públicos, concesionados y privados), y el rol de los comerciantes y productores en las tomas de decisiones relativas a la planificación, circulación y producción de los bienes.

La salida es siempre colectiva y articulada

El escenario que describimos a lo largo de esta nota deja en evidencia las carencias que existen en materia de coordinación, planificación y concertación entre los actores de la cadena frutihortícola. Las inconsistencias en la sucesión de políticas de abasto a lo largo del último siglo favorecieron la conformación de una cadena en donde la regulación de la actividad y su ejecución quedó a mano de unidades pequeñas, atomizadas, de índole local y con articulación insuficiente.

Además, en el contexto de pérdida del poder adquisitivo al que nos enfrentamos, la planificación de la producción y el suministro de alimentos en los Mercados Mayoristas a manos de los oferentes ha demostrado atentar contra el acceso a este tipo de alimentos, con precios supeditados a mecanismos de mercado.

Por eso, es necesario re-pensar los roles que pueden caber a los gobiernos nacionales, la sociedad civil organizada y el sector empresario en la coordinación y planificación de una cadena frutihortícola que asegure frutas y verduras sanas, seguras y en cantidades suficientes, con los Mercados Mayoristas como garantes del derecho a la soberanía alimentaria de los argentinos.

Formas de propiedad de los MMFH según formas legales

	Casos	%	% (total)
Público	11	100.00 %	20.00 %
Empresa estatal	1	9.09 %	1.81 %
Concesión	2	18.18 %	3.63 %
Organismo público	8	72.72 %	14.54 %
Mixtos	5	100.00 %	9.10 %
SEM	2	40.00 %	3.63 %
Estado accionista	1	20.00 %	1.81 %
Gestión conjunta	2	40.00 %	3.63 %
Privados	39	100.00 %	70.90 %
Cooperativa	16	41.03 %	29.09 %
Asociación civil	3	7.69 %	5.45 %
Sociedad comercial	13	33.33 %	23.64 %

Formas de Propiedad y Gestión

PRIVADO	%	PÚBLICO	%	MIXTO	%
Cooperativa	29%	Organismo Público	15%	Gestión Conjunta	4%
Sociedad Comercial	24%	Concesión	4%	Sem	4%
Consorcio de propietarios	13%	Empresa Estatal	2%	Estado Accionista	2%
Asociación Civil	5%				

Papas calientes:
menor producción y aumento mensual del 30%



La hortaliza más consumida del país terminó octubre con precios en alza, en parte gracias a las subas de costos que causó el final de temporada en el sudeste bonaerense. **Córdoba, Tucumán y Jujuy concentraron el abastecimiento de este tubérculo, aunque los menores niveles de oferta provocaron una cotización cercana a los \$100 por kilo.**

La papa ya venía con cifras preocupantes a nivel productivo. En septiembre, un relevamiento a cargo de la Federación Nacional de Productores de Papas (FENAPP) contabilizó 14.608,8 hectáreas productivas en Córdoba y San Luis.

Según el estudio, 7.842 hectáreas de cultivares papeiros se concentran en Villa Dolores, la principal zona productora de la región centro. Son números bajos si se compara con las últimas dos campañas, que registraron alrededor de 20 mil hectáreas.

En contraste, el consumo fue en alza en los últimos años. Hay factores que permiten explicar la baja producción y las subas constantes de precio que viene sufriendo este producto. El principal es la sequía, que redujo las tierras aptas para producir y viene generando traslados desde los cinturones verdes hacia zonas más alejadas, donde la disponibilidad de agua es mayor.

Desde la FENAPP aún no comunicaron las cifras del resto del país, pero se esperan números inferiores al promedio histórico. Sin embargo, a la temporada papera le quedan por delante las cosechas de fin de año.↵

Yerba mate:
Agricultura fijó la hoja verde en \$70 el kilo



Se conoció el fallo de la Secretaría de Agricultura para definir el precio de la yerba mate en Argentina, luego de un nuevo fracaso en la negociación al interior del Instituto Nacional de la Yerba Mate (INYM).

En agosto, el gobierno misionero solicitó un valor de \$75 para la hoja verde puesta en secadero, acompañado por productores, cooperativas y trabajadores rurales. En cambio, los industriales y el gobierno correntino propusieron \$55 para la hoja.

Como no hubo acuerdo la fijación de precios se trasladó a la Secretaría de Agricultura, que decretó valores de \$70,08 para la hoja y \$266,30 para la canchada puesta en secadero, más cercanos a las pretensiones del sector productivo. Es la primera vez que el laudo establece montos superiores a los precios de mercado, que en este momento rondan los \$65. En los últimos años, los

valores fijados por el gobierno habían estado más alineados con las propuestas del sector industrial. Los nuevos precios mínimos regirán para la zafra de verano que va de octubre a marzo de 2023.↵

El Gobierno lanzó el Programa Precios Justos y fijó los valores de unos 2.000 productos



La Secretaría de Comercio, a cargo de Matías Tombolini, anunció la implementación del Programa Precios Justos. Esta iniciativa incluye valores fijos durante cuatro meses para productos de primera necesidad y aumentos de hasta un 4% para unos 30.000 productos en el mismo periodo.

Desde el Gobierno aseguraron que la medida persigue una política de precios sostenible y previsible en el tiempo, que permita dar un orden tanto a los consumidores como a los productores. Asimismo, aclararon que la capacitación de inspectores estará descentralizada y a cargo de los municipios.

Precios Justos cuenta con una aplicación para teléfonos móviles, disponible para iOS y Android, que permite ver la lista de productos incluidos, lectura de códigos de barra y una opción para denunciar una diferencia de precios o faltantes.↵

La producción de carne vacuna en octubre fue la segunda más alta de los últimos cinco años



Un informe de la Subsecretaría de Ganadería informó que en octubre se faenaron 11.103.003 cabezas, 361.000 más que en el mismo periodo del año pasado. Con estas cifras, la producción de carne contabilizó 2.581.613 toneladas res, que quedaron apenas por debajo del volumen del 2020.

Los novillos incrementaron un 16,6% su participación en la oferta bovina nacional, mientras que la composición de la faena de vacas y vaquillonas también mostró cambios significativos. En este sentido, creció la faena de hembras de 8 dientes y se retrajo para ejemplares de 4 y 6 dientes.

También creció el peso res de la hacienda faenada para consumo interno. El promedio ascendió a 213 kg, casi 3 kg más que en 2020. En los ejemplares de exportación, la hacienda faenada viene de dos años con peso res en ascenso. En 2022, el peso promedio para exportación alcanzó los 259,5 kg.↵

Productores reclaman asistencia para afrontar daños por heladas tardías y granizo



En octubre y noviembre el clima no dio tregua a la agricultura. El fuerte ingreso de aire frío provocó heladas de moderada a fuerte intensidad, que ocasionaron bruscos descensos de temperatura y daños en cultivos de todo el país.

En el centro y norte del país se vieron afectadas partes de las tierras dedicadas a la agricultura extensiva, que vienen de un año difícil por la incidencia de La Niña.

Sin embargo, las regiones más perjudicadas fueron el Alto Valle patagónico, con pérdidas de hasta el 100% en algunos frutales, y las producciones de tomate, melón y uva en Mendoza y San Juan.

En esta última provincia, las heladas dañaron el 60% de los viñedos. Es un duro golpe para actividades como la vitivinicultura, donde la floración se da una vez al año y hasta el año siguiente no hay posibilidades de obtener uvas.

Para hacer frente, los productores reclaman precios mínimos para la fruta fresca, un tipo de cambio especial para la actividad, mayor financiamiento para inversiones y tratamientos diferenciales en costos energéticos, entre otras ayudas. ↵

GANADORES 2022

FRUTEÁ TU ESCUELA

¡Tenemos ganadores! Terminó la evaluación de trabajos en Fruteá Tu Escuela y se conocieron los ganadores de la sexta edición del concurso de alimentación saludable más reconocido del país.

Este año hubo 4346 equipos de todo Argentina, dispuestos a demostrar su Pasión por la Fruta y la Scaloneta con altísimas dosis de creatividad y talento. ¡Ahora los chicos y chicas viajan a la premiación en el Mercado Central!

Seis de los Ganadores fueron escogidos por un jurado de especialistas, que examinó más de 1000 trabajos de los niveles Inicial, Primario y Secundario. En esta edición, tuvimos tres representantes del Central como evaluadores. ¿Los conocés?



NOELIA VERA

Lic. en Nutrición. Especialista en Políticas Públicas para Promoción de la Igualdad. Gerenta del Área de Alimentación Sana, Segura y Soberana del Mercado Central de Buenos Aires.



YASMÍN DAVALOS

Lic. en Trabajo Social. Coordinadora de políticas sociales en el Mercado Central de Buenos Aires.



SERGIO MENDEZ

Cocinero profesional. Organizador de Cocineros de la calle y jefe del Departamento de Alimentación del Mercado Central de Buenos Aires.



NIVEL INICIAL

Los más pequeños realizaron mascotas frutales, los equipos elegidos por el jurado y por el voto del público desde la web de Fruteá fueron:

PASACANITOS



PARAJE GOBERNADOR
MANUEL SOLA, SALTA

EL TOCO MISIONERO



POSADAS, MISIONES

EQUIPO BANDURRIA



SAN MARTIN DE LOS
ANDES, NEUQUÉN

NIVEL PRIMARIA

Los participantes realizaron video-canciones de cancha, el jurado y el público escogieron los siguientes equipos:

PUNEÑITOS EN ACCIÓN I



PARAJE GOBERNADOR
MANUEL SOLA, SALTA

LA PERA VALIENTE



ROSARIO, SANTA FE

MISIÓN FRUTA 15

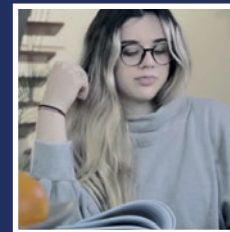


SAN IGNACIO, MISIONES

NIVEL SECUNDARIA

Los estudiantes produjeron spots publicitarios, los equipos seleccionados fueron:

SELECCIÓN MÁGICA



ONCATIVO, CÓRDOBA

DISFRUTANETA



PARANÁ, ENTRE RÍOS

CITRUS MÁXIMA 81



EL COLORADO, FORMOSA

FRUTEÁ
TU ESCUELA

Es una idea de:

Tropical
Argentina

Nos acompaña:

Corporación del
Mercado Central
de Buenos Aires
de tu lado



Tortilla de remolacha

Ingredientes:

- 👉 2 o 3 remolachas con sus hojas.
- 👉 1 cebolla.
- 👉 100 grs queso rallado.
- 👉 6 Huevos.
- 👉 Sal a gusto.
- 👉 Aceite.

Procedimiento:

- 1 Separamos las hojas, y la remolacha de las pencas (estas últimas las reservamos).
- 2 Pelamos y rallamos las remolachas, picamos las hojas.
- 3 Cortamos la cebolla en juliana y la salteamos hasta que ablande con un poco de aceite en sartén.
- 4 Por otro lado, en un bowl mezclamos los huevos y agregamos el resto de los ingredientes y el queso rallado, condimentamos y llevamos a cocinar en sartén con poco aceite entre 5 y 7 minutos por lado. Emplatamos y llevamos a la mesa. 🍴

Pencas en escabeche

Ingredientes:

- Pencas de remolacha
- 2 o 3 hojas de laurel
- enteros
- 1 zanahoria
- Romero fresco
- Aceite de oliva o el que más te guste.
- 2 o 3 rabanitos (opcional)
- 3 dientes de ajo pelados

- 1 Las pencas que reservamos de la preparación anterior las llevamos a hervir por 10 minutos en agua salada.
- 2 Por otro lado, cortamos una cebolla en juliana o pluma, las zanahorias y los rabanitos los cortamos en rodajas finas. Una vez que tenemos todo esto cortado lo separamos por especie.
- 3 Tomamos frascos o un taper y empezamos a armar el escabeche, que consiste en ir formando capas de cebolla, rabanitos, pencas y zanahorias.
- 4 Luego le agregamos el ajo, el laurel y el romero fresco. Terminamos cubriendo de aceite la preparación hasta cubrirla por completo.

¡Querés ser parte de este Boletín?

¿Tenés aportes o comentarios?

¡Sé parte!



Sumate como auspiciante o envíanos tus sugerencias:

detulado@mercadocentral.gob.ar