

# Los Mercados Mayoristas de frutas y verduras del Área Metropolitana de Buenos Aires (AMBA); Caracterización, Diagnóstico y propuestas para seguir avanzando.



Instituto Nacional de  
Tecnología Agropecuaria

Autores: Lic. Sebastián Grenoville

Ing. Agr. Martín Bruno

Lic. Florencia Radeljak.

Contacto: [sgrenoville@apn.gob.ar](mailto:sgrenoville@apn.gob.ar) ; [martin.bruno@inta.gob.ar](mailto:martin.bruno@inta.gob.ar)

Equipos participantes:

- INTA AMBA: Carlos Pineda, Diego Castro, Milagros Olleac, Nicolás Carvalho, Mariana Moricz, Pedro Aboitiz.
- Pablo Tapella, CONICET, Universidad Nacional de San Juan, Facultad de Ciencias Sociales (UNSJ).
- María Cecilia Anello, Facultad de Agronomía, UBA.
- Mercedes Caracciolo, La Yumba.
- Eleonora Morganti, Universidad de Leeds, Reino Unido.
- Julie Le Gall, Universidad de Lyon, Francia.

Les agradecemos profundamente los valiosos aportes realizados y el tiempo que le destinaron a este trabajo.

# Índice

<b>Introducción</b>	<b>3</b>
<b>Apartado Metodológico</b>	<b>3</b>
<b>Caracterización de los Mercados Mayoristas de frutas y verduras del Área Metropolitana de Buenos Aires</b>	<b>4</b>
Ubicación y distribución	4
Inocuidad y calidad	6
Comercialización, logística y precios	7
Infraestructura y tecnología	8
Residuos sólidos urbanos y pérdidas de alimento	9
<b>Análisis y reflexiones</b>	<b>11</b>
<b>Los Mercados en el marco de una emergencia sanitaria</b>	<b>12</b>
<b>Anexo</b>	<b>13</b>
<b>Bibliografía</b>	<b>15</b>

## **Introducción**

Los Mercados concentradores de frutas y verduras del Área Metropolitana de Buenos Aires (AMBA) son espacios sociales complejos, en donde se realizan intercambios comerciales de frutas y hortalizas frescas con presencia física de productores agropecuarios, comerciantes mayoristas y minoristas, empresas agroindustriales y trabajadores de la economía popular.

Estos espacios, estructuran, en buena medida, el abastecimiento de frutas y hortalizas dentro de la región y en gran parte del país, movilizándolo aproximadamente el 80 % de los alimentos frescos que se consumen en el AMBA (García, 2011), generando cientos de puestos de trabajo y garantizando el abastecimiento de estos alimentos a más de 14,8 millones de habitantes (INDEC, 2010).

En la actualidad existen más de 30 mercados distribuidos en toda el AMBA, de los cuales 21 han surgido de los 90' hasta la fecha (relevamiento, realizado 2018).

Esta expansión vino de la mano de la derogación en 1992 de las normas sancionadas en el 84' que prohibía la venta en otros mercados que no sean el Mercado Central de Buenos Aires (Decreto 2284/91 y Resolución 1196/93). De ese momento a la fecha el sector queda desregulado y, aunque ha adquirido un fuerte peso en los últimos veinte años, aún siguen operando en los márgenes espaciales, normativos y económicos del Área Metropolitana de Buenos Aires, habiendo muy poca información actualizada sobre el sector.

Este documento busca contribuir con el fortalecimiento de los mercados mayoristas de frutas y verduras del Área Metropolitana de Buenos Aires (AMBA). Se buscó indagar información acerca de la calidad e inocuidad de los alimentos, la conformación de los precios, la infraestructura del mercado, las condiciones laborales, los aspectos estructurales y organizativos que sostienen estos espacios y cuyo abordaje se torna cada vez más necesario. Se sostiene que es un sector estratégico para la seguridad alimentaria y que se necesita fortalecer el acompañamiento del sector con miras a asegurar la cantidad y calidad del abastecimiento de alimentos frescos. El principal objetivo es generar información y algunos elementos que motiven el debate entre los principales actores involucrados con miras al fortalecimiento del sector.

## **Apartado Metodológico**

Se utilizó una metodología de abordaje cuantitativa y cualitativa. Se realizaron dos relevamientos complementarios entre marzo y diciembre de 2018. El primer relevamiento comprendió el universo de mercados mayoristas del Área Metropolitana de Buenos Aires (se registró treinta mercados hasta la finalización del relevo en 2018). Teniendo en cuenta la escasa información disponible, el objetivo de este relevamiento fue realizar un “mapa” del sector que nos permitiera comprender el estado de situación actual. Se relevó información general sobre estos espacios en relación al año de apertura, características infraestructurales, las prácticas de comercialización, cumplimiento de controles sanitarios, características de la logística, el manejo y disposición de los residuos, entre otras variables.

El segundo relevamiento se orientó a los operadores comerciales, se realizó un muestreo probabilístico en 8 mercados ubicados en la zona norte, oeste y sur del AMBA, se realizaron 204 encuestas que comprendieron a 311 puestos comerciales de los 1127 que comprendía el universo.

Ambos relevamientos fueron complementados con entrevistas en profundidad a operadores comerciales, referentes del sector de ciencia y técnica, técnicos de distintos organismos y decisores políticos. En total se realizaron 27 entrevistas en profundidad. En este trabajo se presentan los resultados obtenidos a partir del primer relevamiento realizado a las autoridades de los mercados.

Este trabajo sostiene que, si los mercados privados han demostrado una capacidad de resiliencia importante, es porque a pesar de los numerosos prejuicios sobre el sector dan respuesta a las necesidades de distintos actores de las tramas productivas y comerciales, especialmente los productores, los acopiadores y los comerciantes minoristas distribuidos en una superficie de 18.028 km<sup>2</sup> y que concentra al 74,3% de la población de la provincia de Buenos Aires.

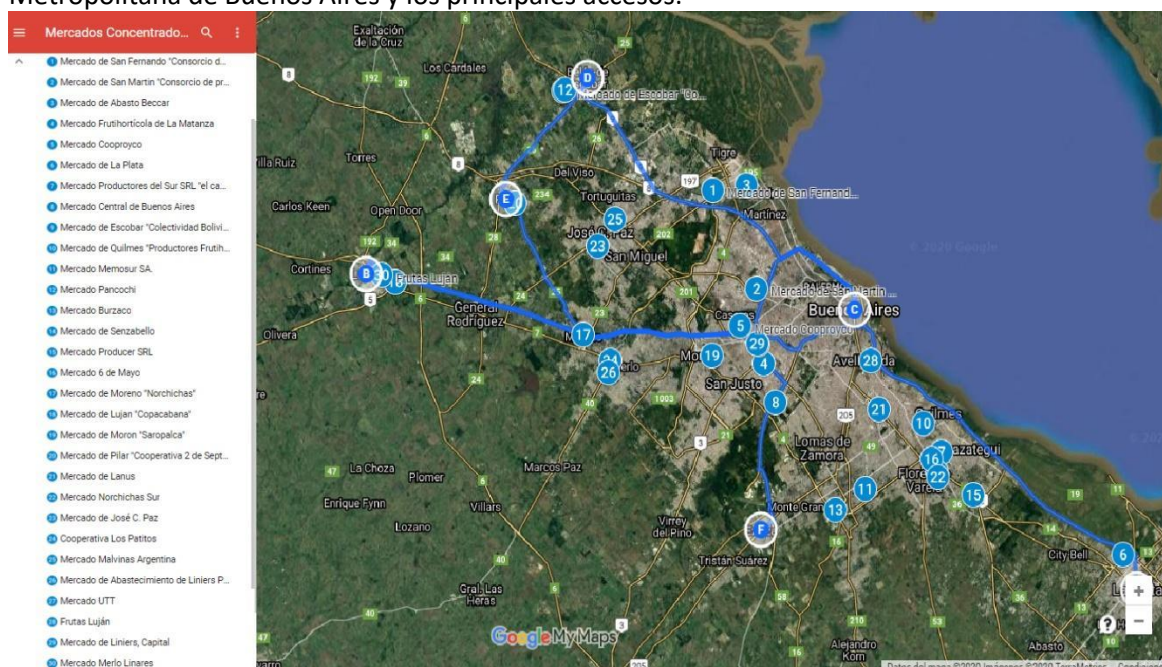
## Caracterización de los Mercados Mayoristas de frutas y verduras del Área Metropolitana de Buenos Aires

### Ubicación y distribución

Hasta la fecha se han identificado treinta Mercados Mayoristas de Frutas y Verduras en el AMBA (Anexo, Cuadro 1). Se ha entrevistado a sus autoridades y se identificó que son tres los mercados públicos. El primero que se creó fue el mercado de San Fernando, como asociación civil, y a partir de la década del noventa se observa una apertura creciente de mercados, en su mayoría de índole privada.

A continuación, se muestra la distribución de los mercados en el AMBA. Puede observarse cómo se han ido ubicando en los márgenes geográficos, próximos a las rutas de acceso a Buenos Aires. Esto coincide con una expansión demográfica y un avance de la urbanización por sobre las zonas productivas.

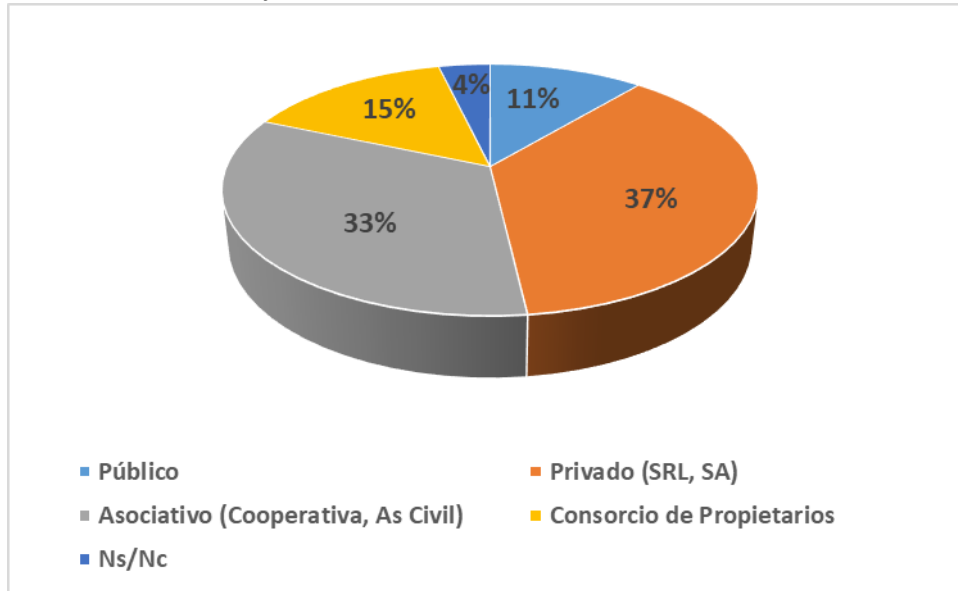
Figura 1: Ubicación geográfica de los Mercados mayoristas de frutas y verduras del Área Metropolitana de Buenos Aires y los principales accesos.



Fuente: Elaboración propia en base al relevamiento realizado en el INTA oct 2018 – mayo 2019. Mapa proporcionado por Google. (s.f.). Base 30 mercados. [Mapa del Área Metropolitana de Buenos Aires, Buenos Aires, Argentina en Google maps]. Recuperado el 9 de abril del 2020, de: [https://www.google.com/maps/d/edit?hl=es-419&mid=1HyyaXNyw8OppETkQdO56AxHkU6aLYgbO&ll=-34.62003441459306%2C-58.66921647085485&z=10]

Establecer una tipología de los mercados mayoristas del AMBA resulta difícil si se tiene en cuenta que tanto el tamaño del mercado, la función en el abastecimiento o su ubicación geográfica, no terminan de proporcionar suficiente información como para poder establecer una caracterización adecuada. Para caracterizar los mercados la variable que encontramos con mayor capacidad explicativa es la personería jurídica. A partir de esta información se pueden establecer tres grupos definidos de mercados: los públicos, los privados y los asociativos<sup>1</sup>.

Gráfico 2: Personería jurídica de los mercados.



Fuente: Elaboración propia en base al relevamiento realizado oct 2018 – mayo 2019. Base 30 mercados.

Los mercados públicos cuentan con una superficie predial y una capacidad cubierta muy superior al resto de los mercados, ya sean estos privados o asociativos, que se ve reflejada en la cantidad de puestos comerciales. Si tomamos en cuenta los mercados según la cantidad de puestos comerciales, los primeros cinco mercados dan cuenta de la mitad de los puestos instalados (48,6% sobre un total de 3390 puestos), mientras que el porcentaje restante se reparte en otros 25 mercados periféricos.

Es interesante que mientras el MCBA y el Regional de La Plata poseen una superficie que prácticamente duplica (1,8 veces) al resto de los mercados tomados en su conjunto y una superficie de las naves que iguala a estos agrupados; la cantidad de puestos del MCBA y del Regional de la Plata es menos de un tercio (MCBA y La Plata 775 puestos frente a 2615 puestos comerciales) del resto del conjunto de los mercados. Lo cual, despierta alguna duda sobre la capacidad inclusiva del modelo de comercialización mayorista basado en la gestión estatal, que tal vez contribuya a explicar el motivo del avance de los mercados periféricos a pesar de las políticas que impulsaron la concentración en los espacios públicos. Dicho en otros términos: ¿sin los mercados periféricos la capacidad instalada sería suficiente para absorber la oferta del principal cinturón hortícola de Argentina? ¿sin estos mercados, cómo se abastecería la dispersión de las verdulerías y consumidores finales del AMBA?

<sup>1</sup> Si bien los mercados asociativos (cooperativos o asociaciones civiles) son mercados privados, en este trabajo se decidió distinguirlos porque presentan características distintivas en términos organizacionales, infraestructura y en cuanto a los actores que aglutinan.

## **Inocuidad y calidad**

Prácticamente todos los mercados (91%) relevados manifiestan contar con habilitación para su funcionamiento de la municipalidad en la que operan y encontrarse registrados en el Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria (SENASA). Desde el año 2001 se encuentra en funcionamiento el Sistema de Control de Productos Frutihortícolas Frescos (SICOFHOR), dependiente del SENASA. Este sistema planteó su implementación por etapas, consistentes en: 1) sensibilizar y capacitar a los actores en las distintas fases del proceso de producción y comercialización de productos frutihortícolas. 2) tener trazabilidad confiable de la mercadería a través de una correcta identificación de los productos. 3) Establecer la calidad de los productos frutihortícolas. 4) Determinar la presencia de residuos químicos en los productos frescos. 5) Comprobar la presencia de contaminantes microbiológicos en los productos (Res.493/2001, SENASA).

Sin embargo, luego de diecisiete años los resultados alcanzados en este sentido siguen siendo escasos. Para poder realizar la trazabilidad de los productos, se estableció la guía de productos frutihortícolas que es de carácter obligatorio y desde el año 2021 se implementará el Documento de Tránsito Sanitario Vegetal (DTV). Esta guía debe realizarse por triplicado quedando un juego en poder del remitente de la mercadería, el segundo en manos del transportista y el último responsable del control es el destinatario de la producción. El 67% de los mercados manifiesta no llevar ningún tipo de control de las guías de tránsito y el 33% restante que las solicitan al transportista, no las sistematizan en ningún registro que se encuentre en poder del mercado ni a disposición de las autoridades de control. Por lo tanto, la trazabilidad de los productos resulta imposible de realizar una vez que se descarga la mercadería en cualquiera de las instancias intermedias hasta llegar al consumidor final.

Otro motivo de preocupación en relación con la calidad integral de los alimentos que se comercializan se refiere a la presencia de agroquímicos no autorizados para el sector o que superen los límites máximos permitidos (LMP) por el código alimentario. En el único mercado que se realizan sistemáticamente estos análisis es el MCBA. Información oficial de este mercado, demuestra la presencia de agroquímicos en algunos productos superando los límites máximos de residuos (LMR) e inclusive la utilización de pesticidas prohibidos (Fundación Naturaleza de Derecho; INFOBAE, 2017, en base a información del MCBA).

Las zonas grises de la regulación influyen en la inocuidad y la calidad de los alimentos. La Resolución Nº 240/2003, mediante la cual se creó el Registro Nacional de Identificación Sanitaria de Establecimientos Mayoristas de Frutas y Hortalizas Frescas, fue modificada a partir de la Resolución 513/2004 en aras de regular la sanidad y calidad agroalimentaria de estos establecimientos. Esta normativa contempla los requisitos documentales de identificación ya sea del titular/es, de los establecimientos (ubicación catastral y plano de acceso, título de propiedad o contrato de alquiler, habilitación municipal) y del responsable técnico matriculado. A su vez establece que el Manual de Procedimientos Estandarizados de Sanitización (POES) que describen las tareas de saneamiento definido por el responsable técnico, debiera contener un plan de las unidades funcionales (puestos), una descripción de sus instalaciones y los documentos escritos de procedimientos y frecuencias vinculadas a la limpieza y saneamientos, control de plagas, disposición de desechos y mantenimiento estructural. En consonancia con esta normativa, el 95% de los mercados manifiesta realizar el control de plagas, el 88% los controles bromatológicos, de higiene y limpieza y el 83% realiza los estudios de agua.

## Comercialización, logística y precios

La cadena de comercialización frutihortícola, en la que estos mercados están inmersos, supone una lógica de venta rápida debido a la esencia de los alimentos frescos. La disponibilidad del producto, en base a las distintas estaciones del año, impone el ritmo de comercialización valiendo más o menos de acuerdo a los resultados de la cosecha, la cercanía o lejanía de la zona de producción y, por supuesto, a la demanda por parte de un consumidor final que no es, por cierto, quien va a comprar al mercado (Grenoville, 2018).

La necesidad de venta al por mayor de los productores se comprende dada la manipulación de cuantioso volumen de alimentos perecederos que deben ser colocados a la venta rápidamente. Los actores de los mercados construyen alianzas con el sector privado y público para garantizar el funcionamiento de la actividad comercial. Empero, estos lazos son inestables dada la informalidad que atraviesa a toda la actividad.

Los operadores comerciales que se dedican exclusivamente a la reventa también se benefician en su capacidad comercial y negociadora. El contacto directo tanto con productores como con comerciantes minoristas les permite acceder a información acerca de los alimentos más demandados y de los precios. Pueden acceder también a una red de contactos sobre otros proveedores y construir alianzas con otros operadores comerciales y transportistas.

Los proveedores de los mercados se encuentran bien diferenciados. Mientras que las verduras de estación son provistas por productores locales y acopiadores, se accede a los tubérculos y las frutas a través de productores, empresas de intermediación o del Mercado Central. Cabe señalar que el MCBA sigue jugando un rol clave en el abastecimiento de la mercadería tanto de la que se produce en la región como las de otras zonas. El MCBA, a su vez, publica diariamente los valores de los productos comercializados, que son utilizados como precios de referencia por parte de los distintos proveedores mayoristas.

En cuanto a los principales clientes de los mercados mayoristas del AMBA son las verdulerías del propio municipio de pertenencia o a lo sumo de departamentos limítrofes. Clientes institucionales como hospitales, escuelas o municipios prácticamente no son registrados, al igual que el sector de restaurantes, cafeterías u hoteles.

Gráfico 3. Rubro al cual pertenecen los principales compradores del mercado

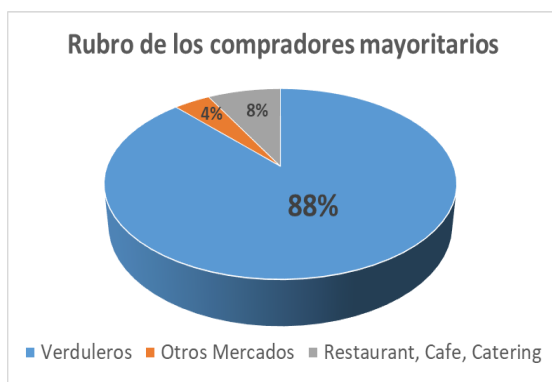
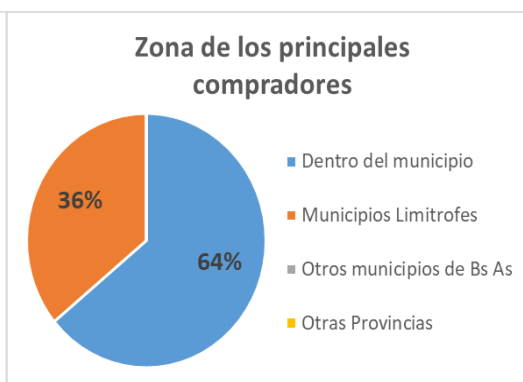


Gráfico 4. Zona de donde provienen los principales compradores del mercado



Fuente: Elaboración propia en base al relevamiento realizado oct 2018 – mayo 2019. Base 25 mercados.

En cuanto a la logística, los segmentos correspondientes a pesada<sup>2</sup> y fruta recorren grandes distancias desde las provincias y el interior de Buenos Aires hasta al Mercado Central que es donde los mercados periféricos se surten de estos productos. Solo en aquellos mercados con mayores unidades físicas (puestos) y con fácil acceso a las rutas y autopistas, la descarga se produce antes de llegar al MCBA. Sin embargo, la mayoría de los mercados pequeños del AMBA se abastecen del MCBA, lo cual implica un mayor recorrido del alimento. Esto difiere del caso de la verdura, la cual a su vez se divide entre verdura de hoja y de temporada. Si bien la verdura de temporada, al ser estacional, mantiene una logística parecida a la fruta y la pesada, rotando su procedencia entre las distintas regiones del país según el momento del año, se observa que este último tiempo, con ayuda de la tecnología de los invernáculos, la mayor parte de este segmento proviene de los productores del cordón verde de La Plata en detrimento de los restos de los cordones verdes del país. En lo que respecta a la verdura de hoja es muy variado, en general los mercados cercanos a las zonas productivas y con mayor participación de productores se abastecen localmente, mientras que aquellos que están ubicados en los centros urbanos suelen abastecerse con productores de municipios limítrofes, de productores de La Plata o del Mercado Central.

En cuanto a la conformación de los precios de los productos, si bien suelen ser volátiles y se rigen con una lógica de oferta y demanda, para aquellos productos del segmento fruta, pesada y verdura de temporada se toma como precio de referencia el MCBA. Esto no ocurre necesariamente con las verduras de hoja ya que los puesteros y productores lo fijan de acuerdo a la oferta y la demanda en cada mercado.

En relación a la elaboración de los productos, el 96% de los mercados aseguran no dar ningún tipo de valor agregado. Sólo un mercado confecciona bandejas de sopa y ensalada.

## **Infraestructura y tecnología**

En sus orígenes, el 59% de los mercados relevados comenzaron operando en predios alquilados o en terrenos que fueron ocupados de hecho o con algún permiso precario. Lo cual indica que las instalaciones no fueron diseñadas para el funcionamiento de un mercado. Para la ubicación del mercado, en general, se prioriza espacios con fácil acceso a rutas o autopistas para distribuir la producción y aprovechar, así, la cercanía a municipios con una alta concentración demográfica y con cierto poder adquisitivo.

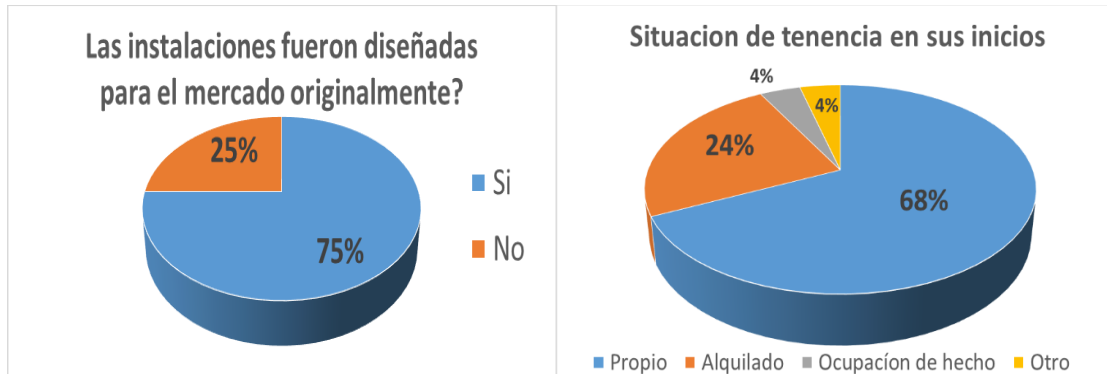
El origen de los mercados explica gran parte de las limitaciones estructurales que se arrastran hasta el presente. Los mercados privados en general se ubican en establecimientos que no fueron concebidos para la instalación de estas actividades. Esto se observa en las playas de estacionamiento, las cuales en muchos casos no se encuentran pavimentadas, sólo en alguna excepción se aprecia espacio de carga y descarga elevados para facilitar el traslado de la mercadería desde los camiones e inclusive en algunos mercados los camiones ingresan a las naves de comercialización ocasionando no sólo problemas de congestión, sino también contaminación de los alimentos. Por lo tanto, las instalaciones suelen presentar falencias importantes que dificultan la inocuidad, la logística, el acopio y la comercialización de productos perecederos.

---

<sup>2</sup> En la jerga del rubro, se denomina pesada a los productos que se comercializan en bolsa de aproximadamente 25 kg.. Esta mercadería no se produce en la región. El segmento se encuentra compuesto principalmente por la papa, batata, cebolla, zapallo y zanahoria, entre otros.



Gráfico 5. ¿Las instalaciones fueron diseñadas para el mercado? Gráfico 6. Situación de tenencia del predio



Fuente: elaboración propia en base al relevamiento realizado oct 2018 – mayo 2019. Base 25 mercados.

La complejidad de las prácticas comerciales al interior del mercado está atravesada por múltiples factores, entre ellos cabe prestar atención a los de orden cultural, ya que pone en evidencia la creciente participación en el sector de nuevos actores como comerciantes y productores de la colectividad boliviana y, más recientemente, de distintas organizaciones sociales como la Unión de Trabajadores de la Tierra (UTT) o el Movimiento de Trabajadores Excluidos (MTE) para mencionar algunos ejemplos. Estas prácticas se sustentan en relaciones de parentesco, de confianza, de pertenencia social, favorables a la inserción en el circuito mayorista. La falta de control y regulación sobre el acceso a los mercados, la comercialización y los contratos hace que la actividad sea percibida como riesgosa o inestable y a su vez restringe al propio sector a la hora de planificar cualquier estrategia de desarrollo.

## **Residuos sólidos urbanos y pérdidas de alimento**

Si bien es cierto que la mercadería con la que trabajan los mercados resulta altamente perecedera, en ningún caso se observa algún tipo de estrategia por parte de estos espacios para el manejo de los residuos sólidos urbanos (RSU). Un manejo integral de los residuos implicaría varias ventajas para el sector. En primer lugar, permitiría poner un freno al derroche de alimentos al mismo tiempo que evitaría pérdidas económicas. A su vez, eliminaría los focos de contaminación que causan problemas sanitarios y contribuiría a disminuir el deterioro ambiental que produce la no regulación y aprovechamiento de los RSU.

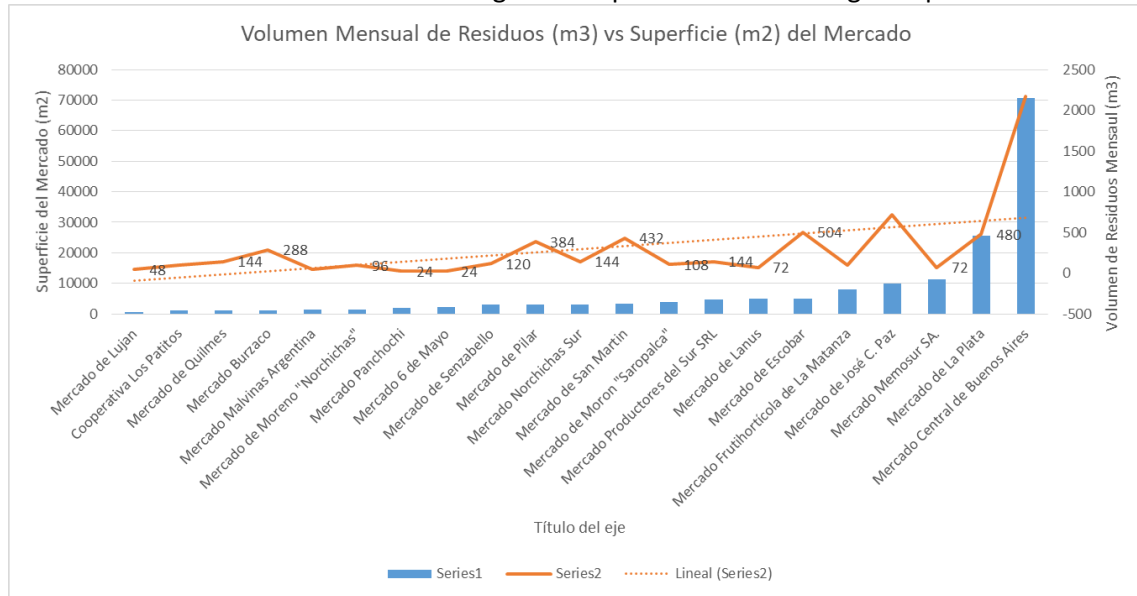
De las entrevistas dirigidas a los operadores comerciales de los mercados se destacan como principales motivos de pérdidas de mercadería la falta de venta y las condiciones climáticas. Se observa una correlación entre estos motivos y la falta de organización en materia de logística, infraestructura, equipamiento (cámaras de frío). La logística es un punto esencial ya que representa el punto de partida de la calidad de los productos y, como se mencionó anteriormente, la mercadería recorre grandes trayectos sin refrigeración.

La falta de equipamiento e infraestructura adecuada también se observa en los mercados donde únicamente el 7,45% de los puestos cuentan con cámaras frigoríficas y donde la mayoría de estos mercados cuentan con carpetas simples que dificulta la limpieza y expone a los alimentos.

La mercadería es descartada sin ningún criterio de separación y muchas veces caen en los contenedores productos en estado para el consumo. Cada puesto descarta sus productos y luego son depositados en un volquete general junto con la basura común que incluye maderas, plásticos y el barrido final del mercado.

Cada mercado se hace cargo económicamente del retiro de los volquetes, siendo un servicio costoso. El promedio de volquetes semanales es de 2 a 4, lo cual impacta fuertemente en la economía de estos espacios. Si bien el destino final más común de los volquetes es la Coordinación Ecológica Área Metropolitana Sociedad del Estado (CEAMSE), el 28% de las autoridades encuestadas indican desconocer el destino final real.

Gráfico 7. Volumen mensual de residuos generado por los mercados según superficie de los mismos



Fuente: Elaboración propia en base al relevamiento realizado oct 2018 – mayo 2019. Base 21 mercados.

Como se puede observar en el gráfico 7, el volumen de residuos de los mercados parece estar relacionado con la superficie del mercado, siendo el Mercado Central de Buenos Aires (MCBA), uno de los que mayor cantidad de residuos produce. Según un estudio realizado por Muzlera et al. (2016) en MCBA, el 70% de estos residuos son orgánicos y el resto se trata de maderas y plásticos que fácilmente reciclables, revelando que la mayoría de los residuos producidos en estos espacios podrían ser aprovechados.

De los 30 mercados encuestados, 5 de ellos demuestran estar vinculado a proyectos sociales de donar alimentos a comedores, lo cual indica una estrategia de reducción de desperdicios de alimentos.

## **Análisis y reflexiones**

A partir de los 90, con la desregulación de los mercados mayoristas, quedó habilitada un área gris de la normativa (con apoyo implícito o no de las autoridades locales) que permitió la consolidación y posterior desarrollo de los mercados mayoristas sostenidos por la acción de los propios actores intervinientes. Se observa cierta tensión entre el marco institucional, que fomenta o limita determinados procesos de expansión y las lógicas de reproducción de los propios actores en los territorios. Por lo tanto, queda pendiente reflexionar acerca del proceso de formalización (y de una democratización de la regulación de la actividad) del sector frutihortícola que tenga en cuenta tanto las características estructurales donde se insertan los mercados como los conflictos de intereses, la falta de mesas de diálogo y coordinación entre los diferentes áreas y niveles del Estado.

En suma, se identifica una serie de cuellos de botella que es preciso investigar para encontrar soluciones interinstitucionales que fortalezcan el desempeño del sector fruti-hortícola en su rol de abastecimiento de alimentos frescos a la población del AMBA. En primer lugar, las dificultades para garantizar la inocuidad y calidad integral de los alimentos comercializados a lo largo de toda la cadena ya sea por falta de regulación, baja eficacia del poder de policía administrativo a nivel local, como falta de coordinación entre los niveles del Estado. Se observa que los controles y la responsabilidad recaen, en última instancia, en los productores y no en el sector proveedor de insumos. En segundo lugar, ineficiencia en el control de la trazabilidad de la mercadería por lo mismo motivos recién mencionados. En tercer lugar, es preciso acompañar en las mejoras de infraestructura e incorporación de equipamiento y tecnología para asegurar la calidad de los productos y disminuir las pérdidas y residuos. Por último, es necesario reconocer la importancia de los mercados mayoristas privados y asociativos en el abastecimiento de alimentos frescos. Estos espacios garantizan a los comerciantes minoristas poder acceder a la mercadería sin tener que trasladarse largas distancias, permiten el acceso a los pequeños productores y operadores comerciales a iniciarse en la actividad mayorista, es una fuente de trabajo para la unidad familiar de los productores y de la economía popular. Permiten el abastecimiento de alimentos frescos de zonas de concentración urbana del AMBA.

A modo de conclusión, podemos inferir que las mencionadas debilidades del sector agroalimentario indican un riesgo tanto para inocuidad de los alimentos, la seguridad alimentaria de la población del AMBA, como para los productores, quienes asumen los costos económicos y sociales. Es decir, que el eslabón más débil de la cadena asume la responsabilidad social y económica de una problemática de asunto público dada la falta de regulación adecuada y baja presencia del Estado en materia de acceso a alimentos frescos, sanos y seguros.

## **Los Mercados en el marco de una emergencia sanitaria**

En el marco de una situación de emergencia sanitaria y alimentaria es indispensable asegurar la disponibilidad, la calidad, la inocuidad y los precios justos. Este escenario de incertidumbre afecta también a los productores y los operadores comerciales de los mercados quienes, a pesar de que estos espacios continúen abiertos, pueden optar por dejar de concurrir ya sea por miedo al contagio como por temor a sanciones relacionadas con un aumento repentino de los controles. En caso de una disminución de la actividad de estos actores claves en la cadena crea un cuello de botella que impacta directamente sobre los precios, los cuales se definen en gran medida por la lógica de oferta y demanda. El mercado, como entidad, posee escasa jurisdicción en la conformación de los precios. Son los operadores comerciales quienes los definen en base a esa lógica y en referencia a los precios del MCBA. Al mismo tiempo, considerando que la producción hortícola es un rubro altamente dependiente de insumos, en su gran mayoría dolarizados, un aumento del dólar impacta directamente en los precios de los productos comercializados.

Estos obstáculos son una preocupación común tanto para autoridades públicas como para los actores de la comercialización mayorista, por lo cual es preciso acompañar la actividad de estas redes para evitar la conglomeración de gente, la especulación de algunos sobre los precios y la sobre manipulación de los alimentos a modo de garantizar el abastecimiento de bienes de primera necesidad a la población del AMBA. Luego de haber estado invisibilizados por muchos años, el sector puede verse, en términos de infraestructura, logísticos y económicos, impedidos de cumplir con exigencias en un contexto de crisis. Resulta fundamental proteger la actividad del sector alimenticio, tanto desde el acompañamiento técnico y equipos de investigación interdisciplinarios, posibilitando la integración de los sectores más vulnerables del AMBA.

## **Anexo**

Cuadro 1: Lista de Mercados Mayoristas de frutas y verduras del Área Metropolitana de Buenos Aires relevados.

<b>Nº</b>	<b>Nombre de mercado</b>	<b>Localidad</b>	<b>Año de creación</b>	<b>Tipo de mercado</b>
1	Consortio de Propietarios de la Calle Hipólito Yrigoyen	San Fernando	1920	Privado
2	Consortio de productores de la Tierra y el Sol	San Martín	1959	Privado
3	Consortio de propietarios mercado de Beccar	San Isidro	1962	Privado
4	Mercado Cooproyco	Caseros	1971	Privado
5	Mercado de La Plata	La Plata	1972	Público
6	Mercado Frutihortícola de La Matanza	La Matanza	1980	Privado
7	Mercado Central de Buenos Aires	Tapiales	1984	Público
8	Mercado Productores del Sur SRL "el Campito"	Berazategui	1989	Privado
9	Colectividad Boliviana de Escobar	Escobar	1990	Asociativo
10	Productores Frutihortícolas de la Tierra y Sol	Quilmes	1991	Privado
11	Mercado Memosur SA.	Almirante Brown	1993	Privado
12	Mercado Pancochi	Escobar	1998	Privado
13	Mercado Burzaco	Almirante Brown	1998	Privado
14	Mercado de Senzabello	Florencio Varela	1998	Privado

15	Mercado Producer SRL	Quilmes Oeste	1999	Privado
16	Mercado 6 de Mayo	Quilmes Oeste	2000	Privado
17	Cooperativa de provisión frutihortícola Norchichas de Moreno	Moreno	2001	Asociativo
18	Mercado Copacabana	Luján	2002	Asociativo
19	Mercado Saropalca	Morón	2003	Asociativo
20	Cooperativa 2 de Septiembre del Pilar	Pilar	2004	Asociativo
21	Mercado de Lanús	Lanús	2004	Asociativo
22	Mercado Norchichas	Florencio Varela	2005	Asociativo
23	Mercado de José C. Paz	José C. Paz	2007	Público
24	Cooperativa Los Patitos	Merlo	2012	Privado
25	Mercado Malvinas Argentina	Malvinas Argentina	2017	Privado
26	Mercado de Abastecimiento de Liniers Provincia	Ciudadela	2018	Asociativo
27	Mercado Mayorista Agroecológico de Avellaneda	Avellaneda	2019	Asociativo
28	Frutas Luján	Luján	NS/NC	Privado
29	Mercado de Liniers, Capital	CABA	NS/NC	Privado
30	Mercado Merlo Linares	Merlo	NS/NC	Asociativo

Fuente: Elaboración propia en base al relevamiento realizado en el periodo comprendido de marzo 2018 a mayo 2019.

## **Bibliografía**

1. García, M. (2011) Análisis de las transformaciones de la estructura agraria hortícola platense en los últimos 20 años. Facultad de Ciencias Agrarias y Forestales, Universidad Nacional de La Plata, La Plata, Buenos Aires. Recuperado de: [http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/18122/Tesis\\_completa.pdf?sequence=37](http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/18122/Tesis_completa.pdf?sequence=37) [Consulta: 31 de marzo del 2020].
2. Grenoville, S.; Bruno, M. & Le Gall, J. 2018. Mercados de Abasto Fruti-Hortícolas del Área Metropolitana de Buenos Aires, Argentina. Actas del XII Congreso Iberoamericano de Estudios Rurales (CIER). Universidad de Segovia, España.
3. Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC). (2010). Encuesta de hogares 2010, Buenos Aires. Recuperado de: [http://www.indec.gov.ar/nivel4\\_default.asp?id\\_tema\\_1=2&id\\_tema\\_2=41&id\\_tema\\_3=135](http://www.indec.gov.ar/nivel4_default.asp?id_tema_1=2&id_tema_2=41&id_tema_3=135) [Consulta: 31 de marzo del 2020].
4. Muzlera, A., Pettigiani, E., Mazzeo, N., & R. Poliak. 2016. Informe de Caracterización y Propuesta de Gestión de los residuos generados por la Corporación Mercado Central de Buenos Aires. Recuperado de: <http://www.mercadocentral.gob.ar/proyectos/informe-caracterizacion-y-gestion-INTI.pdf> [Consulta: 31 de marzo del 2020].