



**Federación Latino-americana  
de Mercados de Abastecimiento**

## Buenas prácticas de Mercados Mayoristas e inclusión de pequeños productores

Raul Giboudot CAAF

20 -23 noviembre del 2018 – Buenos Aires, Argentina

Secretario General de la FLAMA

LA GLOBALIZACION DE LOS FACTORES ECONOMICOS Y LA FUERTE INCIDENCIA EN LAS ECONOMIAS REGIONALES DE EL PODER FINANCIERO SIN BANDERA, HACE NECESARIA UNA REVISION DEL TRATAMIENTO QUE MUCHAS VECES RECIBE EL MERCADEO TRADICIONAL, DESTACANDO EN EL UN SOCIO EXTRATEGICO SIEMPRE.

CUALQUIER EJERCITO DEL MUNDO NO DESCUIDARIA SU LINEA DE SUMINISTROS

BASTA REVISAR LAS CRISIS FINANCIERAS QUE NUESTRAS ECONOMIAS LATINOAMERICANAS HAN ATRAVEZADO Y ATRAVIEZAN, QUE INCIDEN FUERTEMENTE EN LA ECONOMIA DOMESTICA, JUEGOS FINANCIEROS QUE NADA TIENEN QUE VER CON LA PRODUCCION DE LAS ECONOMIAS REGIONALES, PERO PRODUCEN EN FORMA DIRECTA UN IMPACTO GENERALMENTE NEGATIVO EN SUS DESARROLLOS, PRODUCIENDO GRANDES PERDIDAS DE ALIMENTOS QUE SE DEJA FUERA LOS MERCADOS DE ABASTECIDORES QUE SIGUIERON ABIERTOS A PESAR QUE EN LA ARGENTINA SE HABIA VUELTO AL TRUEQUE, O BONOS, LOS MERCADOS CONCENTRADORES VENDIAN COMPRABAN Y ABASTECIAN CON ALIMENTO FRESCO LAS CIUDADES DE MI PAIS, LA GENTE DE LOS MERCADOS ESTABA AHÍ, MIENTRAS LOS BANCOS CERRABAN SUS PUERTAS Y MUCHAS EMPRESAS SE ALEJABAN DE LA ARGENTINA



A NUESTRO ENTENDER LOS MERCADOS TRADICIONALES TIENEN HOY UN ROL MUY IMPORTANTE PARA LAS ECONOMÍAS REGIONALES FUNDAMENTALMENTE A PARTIR DE LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS FAMILIAS PRODUCTORAS RELACIONADAS EN FORMA DIRECTA CON LA ACTIVIDAD

CIENTO DE MILES DE PERSONAS SE RELACIONAN EN LA CADENA AGROALIMENTARIA Y FUNDAMENTALMENTE SON PARTE DEL ABASTECIMIENTO COTIDIANO DE NUESTRAS CIUDADES, ENCUENTRAN EN LAS CENTRALES EL NERVIO TRACTOR QUE LES PERMITE PARTICIPAR EN EL JUEGO DE LA LIBRE OFERTA Y DEMANDA Y A PARTIR DE ALLÍ ENCONTRAR LOS PRECIOS FUNDAMENTALES PARA CONOCER NO SÓLO SU REALIDAD SINO TAMBIÉN LA TENDENCIA.

*FLAMA CREE FUNDAMENTAL LA NECESARIA ARTICULACIÓN ENTRE LOS ACTORES PÚBLICOS Y PRIVADOS QUE SE DESEMPEÑAN EN LA ACTIVIDAD. NO PUEDE FUNCIONAR UN SISTEMA DE ABASTECIMIENTO DE ALIMENTOS FRESCOS Y DIRECTO SI NO SE CONOCE TODA LA CADENA, NO SOLO EL SECTOR PRODUCTOR NECESITAMOS QUE LOS FUNCIONARIOS CAMINEN CONJUNTAMENTE CON NOSOTROS QUE TENEMOS MUCHOS A; OS EN LA ACTIVIDAD, DESDE LA PRODUCCIÓN AL CONSUMO. ESTO DEBERIA SER UNA REGLA DE ACCIÓN DE CADA GOBIERNO ANTES DE DEFINIR QUE HACER CON ESTE SENSIBLE SECTOR*



SOMOS UNA REALIDAD, NO UN ANÁLISIS DE ESCRITORIO, MILES DE FAMILIAS DE PRODUCTORES Y TRABAJADORES GENTE DE LOS MERCADOS, Y LAS ECONOMÍAS REGIONALES DEBEN ENCONTRAR EN UN DIÁLOGO DE PROPUESTAS CONTENIDOS Y COMPROMISOS EN UN MUNDO HOY ALTAMENTE GLOBALIZADO, CON LOS AVANCES TECNOLÓGICOS Y LA VISIÓN PRÓXIMA DE LA ROBÓTICA.

CLARO QUE LOS MERCADOS CONCENTRADORES DEBEN MODERNIZARSE Y HAY YA AVANCES EN ESE SENTIDO, MERCADOS CONCENTRADORES SE SIGUEN ABRIENDO EN MÉXICO, EN SAN VICENTE DE CHICOLOAPAN, EL PROYECTO MIGUEL HIDALGO, LO MISMO PASA EN URUGUAY ADECUANDO SU ÚNICO MERCADO QUE YA CUMPLIO SU CICLO CON OBRAS IMPORTANTES EN SU NUEVA UNIDAD ALIMENTARIA METROPOLITANA EN LA CIUDAD DE MONTEVIDEO, QUE FORMA PARTE DE FLAMA



LAMENTABLEMENTE EN MUCHOS PAISES LATINOAMERICANOS AUN NO SE HAN LOGRADO ESTA MESA DE ARTICULACION EN LA TOMA DE DECISIONES Y DE ACCIONES PARA LOGRAR UN ABASTECIMIENTO CORRECTO Y LOGRAR ADEMAS EL RECUPERO DE MUCHA ALIMENTACION QUE SE ENCUENTRA PRODUCIDA, PERO POR DIVERSAS RAZONES NO LLEGA AL CONSUMO

EN FLAMA POTENCIAMOS EL TRABAJO CONJUNTO Y ARTICULADO CON LOS SECTORES PUBLICOS Y EN LA MISMA MESA ANALIZAR LAS MEJORES ALTERNATIVAS. HOY EXISTEN MUCHAS BUENAS INTENCIONES, PERO NO SE CUENTA CON LA ARTICULACION NECESARIA, Y HASTA CON UN REGISTRO DE TODAS LAS ACCIONES QUE HOY SE DESARROLLAN, Y QUE SE PODRIAN COMPARTIR, IMITAR Y MEJORAR

HAY PAISES COMO BRASIL Y MEXICO, QUE QUIZAS POR SUS CARACTERISTICA SE ENCUENTRAN ANALIZANDO Y DESARROLLANDO NUEVOS MERCADOS CONCENTRADORES, LO MISMO PASA EN URUGUAY ADECUANDO SU UNICO MERCADO QUE YA CUMPLIO SU CICLO CON OBRAS IMPORTANTES EN SU NUEVA UNIDAD ALIMENTARIA METROPOLITANA EN LA CIUDAD DE MONTEVIDEO, QUE FORMA PARTE DE FLAMA



CREEMOS QUE EN LATINAOMERICA SE ENCUENTRA EL ALIMENTO QUE EL MUNDO NECESITA, CONTAMOS CON SUFICIENTE AGUA, SUELO Y MANOS DISPONIBLES PARA PODER HACERLO, PERO ESE DESAFIO HAY QUE LLEVAR ADELANTE EN LA DECADA DE LOS 90 SE PENSO QUE TODO SE SOLUCIONABA CON LOS GRANDES PLATAFORMAS DE HIPERMERCADOS, SIN ANALIZAR SUS CONSECUENCIAS, EN LA CIUDAD DE BERAZATEGUI EN BUENOS AIRES NO SE PENSO IGUAL Y PUDO ABASTECER NORMALMENTE SU CIUDAD SIN DESTRUIR LA EXSTRUCTURA SOCIAL Y ECONOMICA DE LA CIUDAD

HAY QUE MODERNIZARTE, AGREGAR TECNOLOGIA E INFORMACION, INTERACTUAR HOY EN MUNDO SE ABASTECE DEL MUNDO, Y TODOS DEBEMOS FORMAR PARTE DE EL, POR ESO FLAMA YA SE HA INCORPORADO A LA ACCION DE LA UNION MUNDIAL DE MERCADOS CONCENTRADORES, JUNTO A LOS MERCADOS EUROPEOS, CHINA Y LA INDIA ENTRE OTROS.

NO SOLO PARTICIPANDO EN FORMA DIRECTA EN SUS REUNIONES EN TODAS PARTES DEL MUNDO, RECIENTEMENTE DEL CONGRESO MUNDIAL EN LA INDIA, SINO TAMBIEN FIRMANDO CONVENIOS DE INTERCAMBIO Y TRABAJO CONJUNTO CON SIMAB LA RED DE MERCADOS DE PORTUGAL, POR EJEMPLO



HEMOS FIJADO A PARTIR DE LOS PROTOCOLOS DE COOPERACIÓN CON SIMAB PORTUGAL, CON EL IICA, Y RECIENTEMENTE CON FAO NACIONES UNIDAS, ESTA IDEA DE ARTICULAR ENTRE LOS SECTORES PÚBLICOS Y PRIVADOS, EN UNA MESA DE DIÁLOGO Y COMPROMISO, NO SOLO MODERNIZAR EL MERCADEO TRADICIONAL EN NUESTRAS CENTRALES SINO TAMBIÉN INCORPORAR LAS TECNOLOGIAS Y FOCALIZAR LOS SECTORES ESTRATÉGICOS DONDE SE PRODUCEN MAS MAYORES MERMAS DE ALIMENTOS, QUE NO ES SOLO EN LA COMERCIALIZACION SINO EN LAS PROPIAS REGIONES PRODUCTIVAS.

CLARO QUE TODO DEBE HACERSE CON HERRAMIENTAS Y ESTUDIOS QUE MUCHOS SE HA REALIZADO, POR PARTE DE FAO, DE AGUNOS GOBIERNOS Y EN ALGUNAS CENTRALES, DEBEMOS COMPILAR TODA ESA INFORMACION Y DE UNA GRAN CANTIDAD DE ACCIONES QUE HOY SE LLEVAN ADELANTE Y NO LE DAN LA DIFUSION QUE DEBIERAN PARA CONFORMAR AUN UNA SINERGIA MAYOR, Y EN ELLAS ENCONTRAREMOS LAS ACCIONES QUE NOS PERMITAN COMBATIR Y LLEGAR A COMBATIR EL HAMBRE EN EL MUNDO



HEMOS FIJADO A PARTIR DE LOS PROTOCOLOS DE COOPERACIÓN CON SIMAB PORTUGAL, CON EL IICA, Y RECIENTEMENTE CON FAO NACIONES UNIDAS, ESTA IDEA DE ARTICULAR ENTRE LOS SECTORES PÚBLICOS Y PRIVADOS, EN UNA MESA DE DIÁLOGO Y COMPROMISO, NO SOLO MODERNIZAR EL MERCADEO TRADICIONAL EN NUESTRAS CENTRALES SINO TAMBIÉN INCORPORAR LAS TECNOLOGÍAS Y FOCALIZAR LOS SECTORES ESTRATÉGICOS DONDE SE PRODUCEN MÁS MAYORES MERMAS DE ALIMENTOS, QUE NO ES SOLO EN LA COMERCIALIZACIÓN SINO EN LAS PROPIAS REGIONES PRODUCTIVAS.

CLARO QUE TODO DEBE HACERSE CON HERRAMIENTAS Y ESTUDIOS QUE MUCHOS SE HA REALIZADO, POR PARTE DE FAO, DE ALGUNOS GOBIERNOS Y EN ALGUNAS CENTRALES, DEBEMOS COMPILAR TODA ESA INFORMACIÓN Y DE UNA GRAN CANTIDAD DE ACCIONES QUE HOY SE LLEVAN ADELANTE Y NO LE DAN LA DIFUSIÓN QUE DEBIERAN PARA CONFORMAR AÚN UNA SINERGIA MAYOR, Y EN ELLAS ENCONTRAREMOS LAS ACCIONES QUE NOS PERMITAN COMBATIR Y LLEGAR A COMBATIR EL HAMBRE EN EL MUNDO





Los mercados mayoristas de alimentos tienen un importante rol en el sistema agroalimentario, como **agentes del abastecimiento** y como **formador y difusor de las informaciones y estándares**, dentro del concepto amplio de **seguridad alimentaria**.

**Funciones** que los mercados mayoristas de alimentos cumplen:

- **Suministro** de alimentos
- **Difusión de información** sobre la actividad comercial – precios, cantidades y origen de los productos comercializados
- **Desarrollo de la calidad** fitosanitaria
- **Reducción de desperdicios**
- **Orientación** hacia el consumo
- **Inclusión productiva** de productores y regiones



# Mercados Mayoristas en América Latina y el Caribe

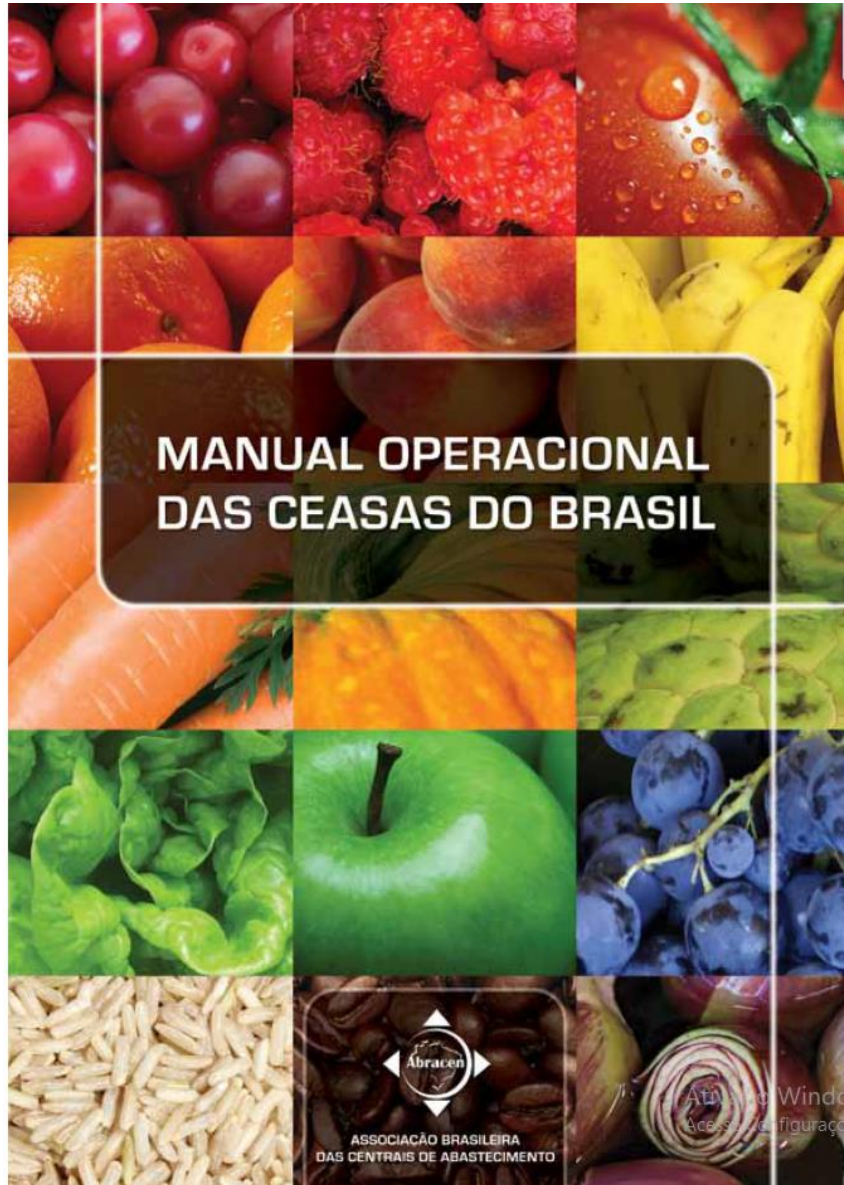
## Mercados Mayoristas en América Latina

País	Mercados Mayoristas
México	78
Brasil	72
Argentina	50
Chile	26
Colombia	14
Equador	11
Peru	10
Venezuela	6
Bolivia	4
Paraguay	4
Honduras	3
Rep. Dominicana	3
Costa Rica	2
Nicaragua	2
Guyana	2
Cuba	1
El Salvador	1
Guatemala	1
Panamá	1
Uruguay	1
Suriname	1
Trinidad y Tobago	1
<b>Total</b>	<b>294</b>



Fuente: Diagnóstico de los mercados mayoristas de alimentos de América Latina y el Caribe, 2018

# Buenas Prácticas: La referencia pionera de Abracen (Brasil)




Los pilares fundamentales de la modernización y el desarrollo de los mercados MAYORISTAS Y Centrales de Abastos están relacionados con **la infraestructura comercial, la información, los servicios, la buena gestión**, teniendo en cuenta los beneficios para los productos alimenticios, las transacciones comerciales, los agentes de la cadena y los consumidores.

Estas dimensiones deben estar articuladas para **promover nuevos productos, servicios y negocios, atendiendo a los patrones de consumo de la sociedad**.

Además, deben posibilitar la **inserción de nuevos productores y regiones en el mercado**, estimulando y desarrollando su base regional de producción.




- **Nuevos servicios (*food service, delivery, minimamente procesados*)**
  - **Trazabilidad**
  - **Infraestructura para calidad**
  - **Informaciones por internet**
  - **Buenas prácticas**
- 
- **...Trazabilidad cualitativa: Técnica, Territorio y Relaciones Sociales**
- 
- **Desarrollo Regional (inclusión productiva) y Gastronomía**
- 
- **...Compras virtuales y nuevos comportamientos de consumo**
- 

- Productos locales y Gastronomía
- Inteligencia de negocios
- Capacitación y Educación
- Infraestructura sostenible



## Mercados Mayoristas de Cuarta Generación

- 1) **Infraestructura y gestión** que favorezcan **transacciones rápidas, con bajos costos de transacción** en ambiente limpio y seguro;
  - 2) **Agregación de valores a los productos** comercializados, basada en la **clasificación, trazabilidad, inocuidad, calidad comercial, y productos orgánicos**;
  - 3) Evaluación de los **aspectos locales/regionales y de la gastronomía regional** que favorezcan el **desarrollo de marcas locales**;
  - 4) **Inteligencia de negocios**, basada en la **generación de informaciones** y datos estadísticos disponibles por la internet;
  - 5) **Desarrollo de las habilidades** de los agentes productivos agentes públicos de regulación para el **atendimiento a las demandas de los consumidores**.
- 

***La calidad de la infraestructura física en los mercados mayoristas y minoristas (...) es crucial para reducir las pérdidas y desechos en los mercados y para toda la cadena alimentaria.”***





# Algunos Ejemplos de Buenas Prácticas em América Latina





### RENSPA / SICOFHOR / SENASA

- El Sistema de Control de Frutas y Hortalizas (SICOFHOR) es un sistema de identificación, monitoreo, vigilancia y diagnóstico en frutas y hortalizas, incluso la fiscalización de la producción y acopio de frutas y hortalizas que realizan tráfico federal o internacional.
- Está vinculado a El Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria (SENASA) que es responsable del control y fiscalización de la producción y acopio de los productos de origen vegetal que realicen tráfico federal.
- Establece el **Registro nacional Sanitario de Productores Agropecuarios (RENSPA)** de Identificación Sanitaria de Establecimientos Mayoristas y Depósitos de frutas y hortalizas y de Empaques de Frutas y Hortalizas Frescas destino a mercado interno.



**Objetivos:** Asegurar una oferta saludable de alimentos al interior de los establecimientos educacionales de prebásica, básica y media, y proteger a los menores de catorce años de la comida chatarra (“junk food”).

**Funcionamiento:** El programa Kiosco Verde es un programa nutricional promovido por el Mercado Lo Valledor y elaborado por la Corporación “5 al Día” e INTA de la Universidad de Chile que incluye el Kiosco que dispone de frutas y verduras durante todo el periodo escolar de tres escuelas

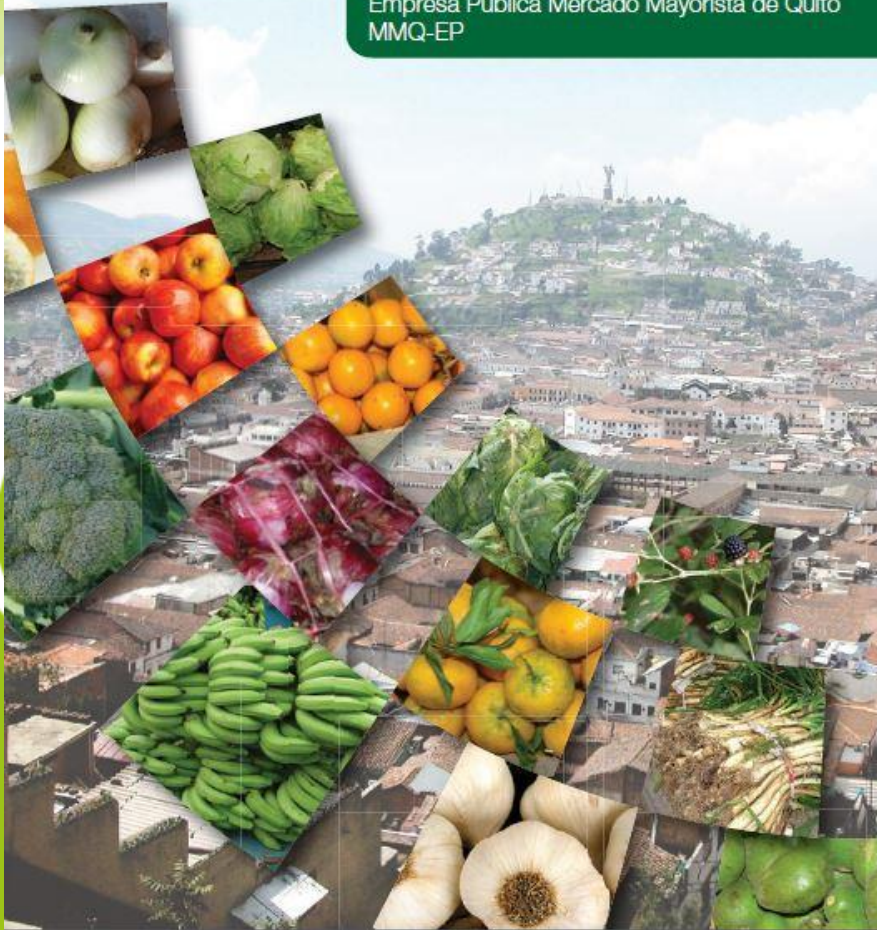


Ministerio  
de Agricultura, Ganadería,  
Acuacultura y Pesca

Coordinación General  
del Sistema de  
Información Nacional

## Catálogo de Mercados Mayoristas Terminales

Empresa Pública Mercado Mayorista de Quito  
MMQ-EP



El Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca-MAGAP adopta una tipología oficial de mercados mayoristas para fines de políticas agrícolas y acompañamiento de precios.





## PRIMER CENSO NACIONAL DE CENTRALES DE ABASTO EN MÉXICO

### Infraestructura Física y de Operación

México realizó en 2012 el primer Censo Nacional de Centrales de Abasto, con informaciones detalladas sobre 85 mercados mayoristas. Las acciones de coordinación de los mercados mayoristas están vinculadas a la Secretaría de Economía (con status ministerial) través el Sistema Nacional de Información e Integración de Mercados - SNIIM, que tiene como propósito ofrecer información sobre el comportamiento de precios por mayor de alimentos y promover la realización de negocios.

Con informaciones detalladas por mercado y región nacional, este estudio debe ser tomado como referencia para América Latina y Caribe .



El proyecto Hortiescolha es un programa de apoyo a la toma de decisiones en la elección de las frutas y verduras frescas, variedad, clasificación, estándar mínimo de calidad y el mejor momento de la compra.

Fue desarrollada por el Centro de Calidad de Horticultura de CEAGESP en colaboración con la Universidad ESALQ / USP.

The screenshot displays the Hortiescolha website interface. At the top, there is a navigation menu with the following options: CONSULTA (highlighted), BIBLIOTECA, PERGUNTAS E RESPOSTAS, HORTIPEDIA, and SOBRI. Below the navigation menu, there are three main categories for seasonal availability: Alta sazonalidade (green header), Média sazonalidade (yellow header), and Baixa sazonalidade (red header). Under the 'Alta sazonalidade' category, there is a product card for ATEMÓIA (12 frutos) with an image of a green, bumpy fruit. Under the 'Média sazonalidade' category, there is a product card for ABACAXI PÉROLA (a grúdo) with an image of a pineapple. Below the product name, it indicates the best time to buy: 'Melhor época de compra JAN SET OUT NOV DEZ'. There is also a 'Substituições' section with small images of other fruits. Under the 'Baixa sazonalidade' category, there is a product card for ABACAXI HAVAÍ (a grúdo) with an image of a pineapple. Below the product name, it indicates the best time to buy: 'Melhor época de compra JAN SET OUT NOV DEZ'. There is also a 'Substituições' section with small images of other fruits. The website also features a search icon, a grid icon, and a help icon in the top right corner.

Arrienda, vende, limpia cajas plásticas para productores rurales.  
Cajas estandarizadas y certificadas

Presentes en **5 de los 10** mayores MMA brasileños







# Banco de Alimentos como estrategia para reducir los desperdicios

- 44 Bancos de Alimentos en Mercados Mayoristas en Brasil
- Presentes en **8 de los 10** mayores MMA brasileños
- Presentes en 16 MMA de España y en Rungis (Fra)
- Articulados a los Programas de Compras Gubernamentales y donación de alimentos



# Gracias

Raul Giboudot

