



**"ESTUDIO PRELIMINAR SOBRE EL PROBLEMA DEL
ABASTECIMIENTO EN LA CAPITAL FEDERAL Y EL
GRAN BUENOS AIRES"**

★

De uso restringido, sujeto a modificaciones

★

INDICE

GENERAL

INDICE GENERAL

- 1.- Introducción
- 2.- Características del Abastecimiento
 - 21.- La Producción
 - 211.- Producción de frutas y hortalizas
 - 211.- 1.- Generalidades
 - 211.-2.- Importancia y Evolución de la Producción
 - 211.-3.- Orígenes de la Producción
 - 211.- 31.- Regiones de la Producción Especializada
 - A).- Las Papas
 - B).- La Cebolla
 - C).- El Ajo
 - D).- El Tomate de Invierno
 - E).- Manzanas y Peras
 - 211.-32.- Las otras regiones de gran producción
 - A).- Zonas Cítricas
 - B).- La Región de Cuyo
 - 211.-33.- Las zonas de las Primicias
 - 212.- Producción de Aves y Huevos
 - 213.- Importancia respectiva de los distintos centros de producción para el abastecimiento de Buenos Aires.-

Anexo nº 1

- 22.- El Consumo
 - 221.- La Ración Alimenticia Individual en Bs.As.-
 - 221.-1.- Generalidades
 - 2.- Las Hortalizas
 - 3.- Las Frutas
 - 4.- El Pescado
 - 5.- Los Productos Lácteos
 - 6.- Huevos y Aves
 - 222.- La Población

- 23.- El Transporte de los Productos Alimenticios
- 231.- Importancia de las entradas al Mercado Central de Buenos Aires
- 231.-1.- Apreciación del volúmen global de las entradas.-
- 2.- Evolución del volúmen de las entradas
- 3.- Análisis del abastecimiento de algunos mercados.-
- 4.- Distribución por sector del abastecimiento de Buenos Aires.-
- 232.- Distribución según medio de transporte utilizado para el abastecimiento de Buenos Aires.-
- 232.-1.- Análisis global
- 2.- El transporte ferroviario
- 21.- Distribución por producto
- 22.- El tránsito
- 23.- El material ferroviario

Anexo nº 2

- 24.- El Comercio de los Productos Alimenticios
- 241.- Los mercados mayoristas de Buenos Aires.- Análisis.-
- 241.-1.- Generalidades
- 2.- El Mercado del Abasto
- 3.- Los mercados terminales
- 4.- Los mercados administrados por la Autoridad Pública.-
- 41.- Mercados Nacionales
- 42.- Mercados Municipales
- 43.- Mercados Provinciales
- 5.- Los Mercados distribuidores
- 6.- Los locales de venta en remate
- 7.- Conclusiones
- 242.- Características de los mercados mayoristas
- 242.-1.- Características físicas de los mercados
- 2.- Volúmenes de las operaciones comerciales
- 3.- Superficies utilizadas
- 4.- Número de mayoristas

243 - Comercio minorista

25.- Conclusiones Generales

3 - Las soluciones propuestas.

31 - Generalidades

311 - Papel que desempeña el Mercado-Estación en la comercialización nacional.

312 - Rentabilidad de las Inversiones requeridas para la construcción de un Mercado-Estación.

312 -1- Gastos que resultan de la creación de un Mercado Nacional.

a) Los Principios

b) Las realizaciones prácticas

2- Las economías resultantes de la creación de una red de Mercados Nacionales.

a) Las ventajas obtenidas directamente por los comerciantes.

b) Las ventajas obtenidas por la colectividad y el consumidor.

c) Conclusiones.

313 - Los Mercados-Estaciones en las recientes realizaciones mundiales.

313 -1- La Experiencia Norteamericana.

12- Generalidades

13- El Mercado Mayorista de Filadelfia

a) El "Reading-Terminal"

b) El "Terminal Market"

c) El "Food Distribution Center"

14- El Mercado Mayorista de Nueva York

15- Conclusiones

313- 2- La Evolución de los Mercados Mayoristas de Europa.

21- Los problemas de distribución de hortalizas y frutas en Londres.

22- El ejemplo de los Mercados-Estaciones en Alemania.

313 -3- Conclusiones

32 - Concepción General de Mercado de Buenos Aires

321 - Importancia del Mercado de carácter único

322 - Tipo de Mercado propuesto

- 1 - Mercado Pabellón
 - 2 - Mercado lineal
 - 3 - Mercado Lineal concentrado
- 33 - Proyecto de Mercado Estación para Buenos Aires
- 331 - El sitio elegido y su habilitación
 - 1- Características del sitio.
 - 2- Selección y justificación del sitio elegido
 - 3- Los arreglos necesarios
 - A) Terrenos
 - B) Evacuación de las aguas
 - C) El agua
 - D) Electricidad
 - E) Teléfonos.
 - 332 - Las instalaciones
 - 332 -1- Las instalaciones ferroviarias
 - A)Empalme con la red nacional
 - 1- Vías de trocha ancha
 - 2- Vías de trocha angosta
 - 3- Vías de trocha media
 - B)Las instalaciones ferroviarias en el Mercado.
 - 1- Playa de vías de espera
 - 2- Vías de descarga
 - 332 -2- Las instalaciones de las rutas
 - A) Generalidades
 - B) Normas del movimiento caminero
 - C) Instalaciones de las rutas del Mercado.
 - 332 -3- Instalaciones para la Exhibición, la Venta y el Almacenaje de las Mercaderías.
 - A) Estructura General del Mercado
 - B) Depósito de los mayoristas
 - C) Número de mayoristas
 - D) Frigoríficos
 - E) La central para embalajes
 - 332 - 4- Las oficinas.

Anexo general.

C.F.I.

I - I N T R O D U C C I O N

I - INTRODUCCION

En el mes de enero de 1962, cuando el grupo de trabajo empezó este análisis, se fijó como objetivo, elevar al conocimiento de las autoridades competentes un diagnóstico completo de las condiciones actuales en que se realiza la distribución de los productos alimenticios perecederos, como también un programa de las soluciones a promover para modernizar las estructuras y los métodos de comercialización.

Se ha limitado el análisis a los siguientes productos: Frutas; hortalizas; legumbres; pescado; huevos - aves y afines, manteca y queso. Voluntariamente han sido dejado de lado los productos que tienen distribución agrupada por los industriales transformadores, como: la leche, los cereales y las conservas, igualmente la carne, que tiene una comercialización muy particular.

Es evidente que la magnitud de los elementos estudiados con medios de trabajos limitados, no nos ha permitido realizar un análisis con toda la perfección deseada. Pero, se puede afirmar que el conjunto del trabajo fue estudiado dentro de aproximaciones razonables. Por eso creemos que el diagnóstico es exacto.

En la próxima etapa, se va a buscar completar, corregir y ampliar el estudio preliminar que se presenta. El conocimiento de la producción es indudablemente fundamental para realizar la segunda etapa del trabajo que consiste en fijar una política de orientación de la producción a la que tiene que seguir de inmediato, la puesta en marcha de un circuito moderno de distribución.

Por eso solicitamos en cada especialidad y en cada región, las críticas, los consejos y las informaciones que nos puedan suministrar las personas calificadas que tienen conocimientos sobre estos temas.

La parte de aplicación inmediata del informe está compuesta de dos capítulos fundamentales, la presentación de una doctrina general y la definición de un anteproyecto de Mercado-Estación para la Metrópolis.

Se ha estimado necesario presentar un estudio de la doctrina general de Mercados-Estaciones, con referencias a las experiencias y las observaciones realizadas en varios países. Este informe es un instrumento de trabajo para las autoridades competentes que van a tener que adaptar y poner en marcha las soluciones propuestas.

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

2. C A R A C T E R I S T I C A S

D E L

A B A S T E C I M I E N T O

21. LA PRODUCCION

211 - PRODUCCION DE FRUTAS Y HORTALIZAS

211 - 1. GENERALIDADES:

En la República Argentina podemos decir que no existen problemas de producción, ya que las necesidades de alimentos para su población de 22.000.000 de habitantes, están aseguradas por 27.000.000 de hectáreas de cultivos, de los cuales 470.000 corresponden a hortalizas y legumbres. En 1958 se estimó en 8.340 millones de pesos la producción hortícola contra 3.540 millones de pesos para el maíz; 1.080 millones de pesos para el lino; 3.132 millones de pesos para el algodón y 4.050 millones de pesos para la carne vacuna (INTA).

La dispersión de esta producción, sobre un inmenso territorio donde la tierra vale solamente por las mejoras que se han realizado en ella, perjudica gravemente al rendimiento que es generalmente, escaso. La reciente emigración de la mano de obra agrícola hacia las ciudades no ha sido compensada por la mecanización que hubiera sido necesaria para reemplazarla. En estas condiciones, los numerosos productores pierden una parte de las cosechas, mientras que la mitad de la población no puede consumir la gran cantidad de los productos que faltan en los mercados o que se venden en ellos, pero a precios excesivos. La distribución que estudiaremos más adelante agrava las distorsiones de la producción.

En general y desde hace muchos años, la producción está limitada a sus salidas tradicionales, sin que se haya emprendido el estudio de los mercados, que hubiera podido permitir una mejor orientación de nuevas zonas y nuevos métodos.

La República Argentina se extiende de Norte a Sur, entre el paralelo 22° y el 52° y del Este al Oeste sobre toda su longi-

tud desde el océano Atlántico hasta la Cordillera de los Andes, donde las cúspides alcanzan una altura de alrededor de los 4.000 metros. Esta situación excepcional disemina por todo el territorio una variedad de climas tales que permite todos los cultivos en casi todas las estaciones del año. De todas maneras, se puede observar que las grandes regiones de cultivos no son siempre las más rentables desde el punto de vista de la economía nacional.

La Provincia de Buenos Aires y su vecina Santa Fe, a menos de 250 Kms. de la Capital Federal, solas podrían satisfacer el abastecimiento de las dos grandes ciudades del país, Buenos Aires y Rosario. Estas provincias cultivan 16.384.000 hectáreas, que son las mejores tierras para la producción de ganado, de trigo, de papas, de maíz y de lino.

En lo que se refiere a la producción de frutas y hortalizas, el cuadro I -Anexo I-, ilustra la importancia fundamental de los cultivos locales.

Las otras zonas de producción, alejadas de la Capital en distancias que varían entre 1.000 y 1.800 kilómetros, participan del abastecimiento de Buenos Aires, ya sea para satisfacer la demanda de un producto durante los meses en los cuales su cultivo no es practicable sobre la franja litoral, ya sea porque ellas han podido alcanzar un grado de organización de la infraestructura y del comercio que les ha conferido una supremacía sobre todo el mercado nacional.

Es de esa manera que en diferentes épocas las primicias se concatenan entre las provincias de Salta, Jujuy; luego Tucumán, Santiago del Estero y por último, Santa Fe y Buenos Aires, Córdoba, Mendoza, San Juan y Río Negro, asegurando así, la continuidad con las nuevas cosechas del Norte. En lo que se refiere a hortalizas la continuidad es casi perfecta. Para las frutas, el escalonamiento posible de las cosechas es mucho más limitado. Es así que a pesar de las reservas frigoríficas, existe un período de escaso abastecimiento de frutas que va de noviembre a diciembre.

La tarea principal de la planificación del abastecimiento será pues, la de provocar la oferta de los productos fundamentales en todos los períodos del año con el fin de evitar las alzas de los precios que causan graves desequilibrios en los presu-

puestos familiares. Además, la evolución de los precios revela que existen posibilidades de aumento de la producción, como resultado de una reducción de los costos, tanto de la producción como de la distribución. Las condiciones naturales del país permiten que durante todo el año se hagan cultivos de estación, es decir, que se pueden suprimir las épocas de terminación de disponibilidad y de primicias con altos precios de venta.

211 -2: IMPORTANCIA Y EVOLUCION DE LA PRODUCCION:

El cuadro II -Anexo I- presenta para el año 1960 el volumen global de la producción nacional de los principales frutos y hortalizas y su evolución en el transcurso de los últimos 13 años, el consumo teórico de productos frescos, la exportación y la industrialización.

Las cifras utilizadas para determinar el consumo de los productos frescos son el resultado de cálculos optimistas porque se generaliza para todo el país la ración alimentaria de la Capital. Si se tienen en cuenta las pérdidas de la distribución y de la producción, se pueden considerar esas cifras como razonables, ya que no existe estudio exacto.

Se puede extender sin error la ración alimenticia de la familia obrera de Buenos Aires, a los 10.000.000 de habitantes que pueblan las grandes ciudades como La Plata, Rosario, Santa Fe, Córdoba, Tucumán, Mar del Plata, Bahía Blanca y Comodoro Rivadavia.

El error sería generalizar haciendo extensivo el consumo tipo a los diez millones de habitantes de las pequeñas ciudades del interior y a los del campo. Porque es sabido que para esa categoría de consumidores, la ración en frutas y hortalizas es menos abundante, muy poco variada y que en muchos casos, numerosos productos no se ofrecen nunca a esas poblaciones, que viven de una ración a base de carne. Algunos grupos aislados a veces tienen una alimentación equivalente a la de la población de las grandes ciudades, pero se trata a menudo del consumo de una producción local que no aparece en los intercambios interprovinciales.

Se observa en el Cuadro II -Anexo I- que el consumo estimado de ciertos productos como: las lentejas, las chauchas y el al-

caucil son superiores al de la producción. Esto es la consecuencia del error de estimación señalado más arriba. Es sabido en efecto, que estos productos no son objeto de una distribución regular fuera de los grandes centros urbanos.

Es muy difícil calcular la importancia exacta de las pérdidas. Ellas se sitúan en la producción cuando la cosecha es buena y la comercialización no puede absorberlas, ya sea por falta de mercados, ya sea por falta de transportes. Se ha podido comprobar una pérdida de más o menos del 40% en las Colonias que producen tomates de invierno. Las pérdidas son también muy importantes durante el transporte de la mercadería debido al atraso en el cargamento o a la duración del viaje, que a veces llega hasta 15 días. Por último en los mercados mayoristas se pierde regularmente, una parte de los aportes, como consecuencia de la falta de espacio para la comercialización. Al contrario de lo que se observa en otros países, es en la etapa minorista en donde las pérdidas son más reducidas. En general, las pérdidas pueden alcanzar al 20 o 30% de la cosecha.

Como se observa en el Cuadro II -Anexo I-, las producciones son ampliamente superiores al consumo estimado. Siendo notable la casi total ausencia de exportaciones (excepción hecha de las manzanas y de las peras), es la industria la que desempeña un papel regulador. De todas maneras, la importancia de la producción promedio frente a un consumo generalmente elevado, conduce a irregularidades de precios que ni la industria ni el almacenamiento están en condiciones de eliminar.

De esa manera, la papa conoció en 1956 a 1961 un aumento de producción de 1.300.000 a 2.100.000 toneladas, lo que provocó la caída de los precios y como consecuencia, la producción de 1962 retrocedió a 1.200.000 toneladas.

No hay que olvidarse que en la República Argentina se cultiva el 1,5 hectáreas de tierra por habitante y que el país se encuentra frente a una reducción de los mercados extranjeros en productos agrícolas desde hace unos diez años.

Se ha intentado cotejar la evolución de la producción al aumento demográfico entre los dos últimos censos que se efectuaron (1947/1960). Tomando como año de referencia 1946/47, se calcularon

los índices de la producción para las principales frutas y hortalizas en 1960/61. El Índice medio alcanzó 140, mientras que el índice de la población es de 123. La diferencia revela un aumento del consumo "per capita".

La observación detallada de la evolución demográfica indica que todo aumento se encuentra en las grandes aglomeraciones urbanas. Este período coincide en efecto, con una importante corriente migratoria del campo hacia la ciudad. Este desplazamiento de población, cuya categoría corresponde a la que acostumbra tener una ración alimentaria poco variada, hacia una categoría en donde la ración alimentaria es bastante variada, esto justifica así el aumento medio "per capita".

En el conjunto, los índices son bastante aproximados para admitir que no ha habido una modificación profunda en las costumbres de los consumidores, ni desarrollos espectaculares en nuevos productos. Algunos, sin embargo, han tenido una evolución independiente.

El retroceso de la producción es particularmente neto en las legumbres secas. Es éste el caso de la lenteja, que era antes el plato de los pobres y que ahora, debido al retroceso brutal que han sufrido los cultivos -acarreado un alza de sus precios- la producción se ha estabilizado en ese nivel y la lenteja se ha transformado en un artículo de lujo. No hemos podido obtener justificaciones precisas de esa modificación que se sitúa en 1954. Aunque para el consumidor de nuestro país las legumbres secas en general, no son apreciadas, se puede pensar en el desarrollo del consumo de la lenteja como producto sustituto de la carne en competencia con las pastas y el arroz, si fuera comercializada a precios más reducidos.

El cultivo de la frutilla, ni siquiera se ha desarrollado en función del aumento de la población. En efecto, este cultivo, que es gran consumidor de mano de obra en un país donde ella es cada vez más escasa, continúa siendo, debido a ello, un producto de lujo.

El alcaucil presenta el índice más elevado: 240. El desarrollo de este cultivo es, sin embargo muy relativo, puesto que es en general, una hortaliza poco estimada y cuya producción no

sobrepasa las 8.000 toneladas. Su principal destino es la industria del corazón de alcaucil, que está muy lejos de haber utilizado todas las posibilidades del mercado de exportación.

En cuanto a la fruta, los incrementos más espectaculares son los del pomelo, manzanas y naranjas.

A pesar de que las plantaciones de ananás son todavía muy reducidas, se ha previsto una importante extensión para las mismas. Esta fruta es en efecto, la que permite cubrir el déficit de abastecimiento del mes de diciembre. Las condiciones ecológicas del Noroeste le convienen perfectamente.

El pomelo ha tenido una gran acogida estos últimos años entre los plantadores de citrus. Su consumo "per capita" va en aumento, ya sea consumido fresco o en jugo, mientras que en la temporada, las entregas de naranjas y mandarinas no encuentran mercados.

El cuadro II -Anexo I- revela un importante aumento del cultivo de las manzanas durante los últimos diez años. Esta tendencia está confirmada por las plantaciones en curso de realización. Ya sea en los alrededores de Río Negro, como en las colonias vecinas del Río Colorado, Río Neuquen y Río Limay. Sin mencionar las tierras que se preparan para ser irrigadas, hay ya 25.000 hectáreas listas para hacer plantaciones, mientras que el valle del Río Negro cultiva ya, 30.000 hectáreas de manzanas y peras, sobre 60.000 hectáreas de cultivos. Este desarrollo no corresponde a una previsión de la demanda ya que tanto en la exportación como en el mercado nacional, está estabilizado desde hace varios años.

No teniendo en la actualidad exportación, el mercado de los citrus presenta un desequilibrio importante entre la producción y el consumo. El potencial de la industria de transformación no permite absorber los excedentes. Es así como el fuerte coeficiente de aumento de la producción de las naranjas y mandarinas revela la creación de nuevas plantaciones, que intentan suplantar las regiones de producción tradicional. Pero éstas continúan enviando sus productos a los mercados.

Por último, es importante observar la casi total desaparición de diversidad y calidad de las variedades en los mercados. Esto se ha debido al haber impuesto en un tiempo, los precios máximos

a los productos alimenticios, pero también, debido a las dificultades de comercialización agravadas por ser productos frágiles.

Algunos productos que no han sufrido aumento de producción durante los últimos 15 años, están ahora incrementándose. Son estos: el zapallo, el tomate, las arvejas y la papa. No existe ningún estudio de los mercados que permita apreciar esta tendencia, pero se ha podido observar el caso de la papa.

211 - 3. ORIGENES DE LA PRODUCCION

Ya hemos visto que tanto el abastecimiento de Buenos Aires como el de Rosario y Santa Fe, que utilizan los mismos centros de producción, están asegurados en gran parte por la producción de las dos provincias.

Una larga franja de cultivos verdes ("cinturon verde") se extiende casi ininterrumpidamente desde Magdalena, a 100 kms. de Buenos Aires hasta Santa Fe, o sea que la mencionada franja de cultivos verdes tiene una extensión de 500 kms. La tierra y el clima de dicha franja litoral, permite emprender cualquier clase de cultivo de legumbres o de frutas, haciendo como única excepción la de los cultivos tropicales, como ser la banana o el ananá y el de los cultivos de las zonas de temperaturas frías, como ser el nogal o el castaño. Además, la disposición de norte a sur que tiene esa franja de cultivos, ofrece un escalonamiento de las fechas de cosechas que permite cubrir las necesidades de todo el año.

Para ciertos productos como la ensalada, la acelga, los repollos, la zanahoria, la remolacha, cubren escalonadamente las necesidades de todo el año y para las otras legumbres que necesitan un invierno más benigno para su crecimiento, como ser: las arvejas, las chauchas y los tomates, cubren las necesidades durante 7 a 8 meses, en forma escalonada.

Desde el norte de la mencionada franja al sur de la misma, hay más o menos una diferencia de 25 a 30 días entre las fechas de cosechas de los mismos cultivos.

Es evidente que la proximidad de los centros de consumo han dado a esta zona (que no está limitada por las posibilidades de extensión de las superficies cultivadas), una ventaja sobre

todas las otras regiones de producción, que podrán tener quizás condiciones ecológicas más favorables, pero que se encuentran a más de 1.000 kms. de los mencionados centros de consumo.

Para la producción frutícola, se encuentran en las puertas de Buenos Aires, las islas del Delta, las que abarcan una superficie aproximada de 400.000 hectáreas de tierras excepcionalmente aptas y que podrían satisfacer toda la necesidad del consumo de citrus, duraznos y ciruelas si se hubieran podido dominar las inundaciones y las pestes, que han obligado a numerosos productores a abandonar el cultivo, a pesar del sabor exquisito de las frutas que ellos producían en sus islas.

211 - 31. Las regiones de producción especializada:

Sin embargo, en el caso de ciertos productos de transporte y conservación relativamente fáciles, algunas zonas alejadas han llegado a monopolizar dicha producción, debido a las condiciones ecológicas especialmente favorables y a una excelente organización de la producción y de la comercialización.

De esa manera se han especializado las zonas de producción de la cebolla, el ajo y de las peras y manzanas y a tal punto ha llegado esta especialización, que algunas de ellas pueden desempeñar un papel importante en el mercado mundial.

A) La Papa:

La región de Balcarce, al sudoeste de Buenos Aires, produce en seis departamentos, alrededor del 60% de la producción nacional de papa. El cultivo intensivo mecanizado, con sus costos reducidos, permiten al productor de esa zona dominar al Mercado Nacional, situado en Buenos Aires.

La franja litoral, en particular en la zona de Santa Fe, que tiene la posibilidad de producir antes y después de las cosechas de Balcarce y que da el 25% de la producción nacional, completa las entregas y garantiza así el abastecimiento anual,

Sin embargo, la calidad de ciertas variedades de papas, permiten a las regiones que son poco importantes, debido a su bajo tonelaje de producción, mantenerse presentes en el mercado todo el año. Este es el caso de Mendoza, San Juan y Córdoba, que producen la va-

riedades "White Rose" y Kennebec", las que provienen de cultivos irrigados y que mantienen las cotizaciones elevadas, hasta cuando la plaza está floja y hasta cuando llegan a sobrepasar en más del 20% el precio de las "Huincul", que provienen de Balcarce y de Rosario.

A pesar de que la producción no ha sacado todavía provecho de la posibilidad de la primicia, algunas provincias pueden producir papas nuevas que no encontrarían dificultad en competir con los "stocks" de continuidad. Tal es el caso de Salta y Jujuy, que hacen algunos envíos escasos y el de Misiones, Entre Ríos y Río Negro, que podrían escoger cada una de ellas, un período de cosecha bien determinado.

Por último, debe señalarse que la producción de Balcarce es de una calidad muy mediocre. En efecto, los productores, orientados hacia la especulación comercial, han desatendido el mejoramiento del suelo y la selección de las variedades, además de la clasificación de los productos de venta.

B) La cebolla:

La ~~región de San Juan~~, junto con algunas provincias vecinas, Mendoza, Catamarca y La Rioja, producen el 77% de las cebollas y domina el mercado, debido a la multiplicidad de sus variedades, así como también, debido a la excelente conservación de sus productos. Lo domina en forma más marcada de lo que lo ha logrado Balcarce con respecto a la papa, y eso a pesar de que San Juan está a una distancia de 1.200 kms. de Buenos Aires. Durante 7 meses se alternan las cosechas de las variedades: Blanca, Valencianita, Torrentina y Valenciana, que abastecen los "stocks" de los mercados desde mayo hasta setiembre.

Santiago del Estero en la primavera y Mendoza en verano, completan la producción nacional, a la cual la franja litoral no participa más que en el 6%.

C) El ajo:

Lo mismo que para el cultivo de la cebolla, son las condiciones ecológicas las que han permitido la concentración del cultivo del ajo. De todas maneras, al sud de Buenos Aires, Médanos, a pesar de la excelente calidad de sus productos -que han logrado que se los busque para la exportación- no produce nada más que el 50% de la producción nacional. La prosecución del abastecimiento está asegurada por la in-

tervención de varias provincias. Las primeras cosechas provienen de Santiago del Estero, Entre Ríos y Tucumán en el mes de Octubre. Las cosechas de Médanos comienzan en noviembre y diciembre, asegurando a partir de enero, el abastecimiento hasta setiembre, junto con las cosechas de Mendoza y San Juan. San Juan, a pesar de su producción escasa (6%), permanece presente en el mercado durante 8 meses, debido a su excelente organización comercial.

Se cultivan dos variedades: el "blanco precoz" y el "rojo tardío".

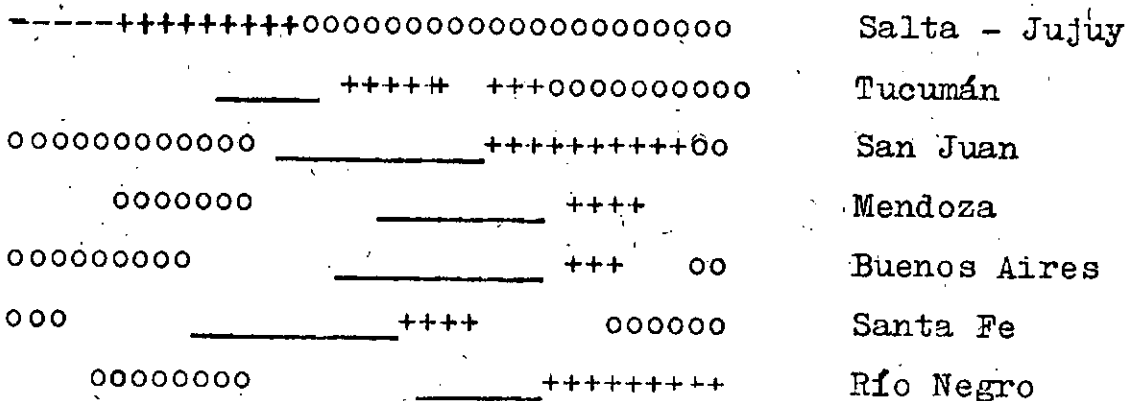
D) El tomate de invierno:

Durante el invierno, la escasez general de legumbres verdes concentra todo el consumo de las mismas hacia las papas, batatas y el tomate proveniente del norte. El tomate está ya considerado como una hortaliza fundamental en la ración familiar argentina; desempeña por su importancia, un papel determinante en la formación del precio de las hortalizas.

Si este escaseara, no solamente su precio se elevaría, sino que también se elevarían los de las otras hortalizas, hacia las cuales se derivaría una demanda no satisfecha. Ningún equilibrio de los precios de las hortalizas es posible en invierno sin un aporte abundante y regular del tomate. El cuadro siguiente demuestra que de Mayo a Diciembre, la zona Noroeste es la única que produce en la Argentina, tomates frescos. Hasta Octubre, aproximadamente, cuando comienza la cosecha en Tucumán, las provincias de Salta y Jujuy tienen un monopolio climático de esa producción.

C U A D R O:

EN FE MA AB MA JU JUL AG SE OC NO DI



Sembrados: _____
 Plantación: ++++++
 Recolección: ooooo

El cultivo de hortalizas se localiza en la zona de la selva sub-tropical, que se desarrolla tanto en la provincia de Salta como en la de Jujuy.

Esa zona de selva corresponde a la húmeda, con precipitaciones estivales de 900 mm. de promedio. En forma general, la parte más calurosa (en promedio anual), se desarrolla hacia el este, pero hacia el norte, los inviernos son cálidos y hacia el sur, lo son los veranos. Es así como combinando esos caracteres fundamentales del clima, con las variaciones locales, determinadas por la exposición de los declives y por las pequeñas elevaciones existentes, que alejan los cultivos de las masas de aire frío que provocan las heladas, se obtienen microclimas que permiten el cultivo invernal de las hortalizas, como el tomate, el pimiento y la berenjena, que requieren calores permanentes.

El cuadro III -Anexo I- nos da un detalle de las características climáticas de la colonia Santa Rosa, Salta, que producía la mayor parte de los tomates remitidos a Buenos Aires.

La presencia fortuita de dos elementos fundamentales para este cultivo ha permitido el desenvolvimiento de su economía. Por un lado, esas zonas de microclimas se encuentran a poca distancia de la línea férrea que une Buenos Aires con Bolivia y, por el otro lado, los campesinos bolivianos liberados en invierno de sus trabajos agrícolas, concurren a satisfacer la gran necesidad de mano de obra del cultivo del tomate.

Sobre 23 departamentos de la provincia de Salta, 14 cultivan el tomate, pero solamente 3 dedican más de 150 hectáreas por año:

Orán	1.500 has.
Güemes	250 "
San Martín,	150 "
y el resto	<u>690 "</u>
Total de Salta	<u>2.590 "</u>

En el Departamento de Orán, la Colonia Santa Rosa ha producido la casi totalidad de las hortalizas del Norte que se remitían a Buenos Aires. Si se admite que el clima de Güemes, menos favorable, permite una producción destinada al consumo local, vemos que la Colonia Santa Rosa ha asegurado los dos tercios del abastecimiento inver-

nal de las grandes ciudades argentinas. El último tercio corresponde a la producción de Jujuy en 1960/61: 1.800 hectáreas de tomates.

Si bien el tomate es la principal producción dentro de las hortalizas del Norte, no representa más que el 50% de las mismas. La provincia de Salta produce igualmente, pimientos, berenjenas y zapallitos en la misma zona del tomate y en la zona menos favorable la papa temprana. Esas producciones son resumidas en el Cuadro IV -Anexo I.

Quince años después de su creación, la Colonia Santa Rosa parece paralizada, a pesar de que la provincia de Salta mantiene del mejor modo posible el equilibrio de su producción; hay que observar que es gracias a la multiplicación de las superficies cultivadas. La Colonia Santa Rosa está desapareciendo progresivamente de las grandes regiones de producción debido a la culpa de sus colonos. Ellos han cultivado sus tierras durante 15 años sin mejoras, sin rotación ni reposo de las mismas y sin haberla enriquecido con tratamientos adecuados. De esta manera, la tierra se ha vuelto casi inutilizable, pues no se le han hecho los drenajes necesarios y las manchas de sal se multiplican por todas partes. Las tierras agotadas sólo tienen un rendimiento de más o menos de 10 a 15 toneladas por hectárea de promedio. Contrariamente a lo que sería de desear para la buena explotación de la horticultura, las propiedades se han concentrado en lotes de superficies unitariamente más grandes.

La gran mayoría de las grandes propiedades se están orientando hacia la explotación de los cítricos, pero el aspecto de esta producción no demuestra que haya habido una mejor atención. A pesar de que no han habido ventas recientes, los propietarios ofrecen sus tierras al predio que las mismas tenían hace tres años y eso, teniendo en cuenta que la devaluación existente debería haber hecho doblar el precio de las mismas. La ciudad, así como sus instalaciones de infraestructura en general (caminos, puentes, canales) presenta un aspecto precario y abandonado que no corresponde a la riqueza auténtica de esa colonia que, normalmente, realizaba aproximadamente M\$N 500.000.000 de venta.

El azar ha querido que se encuentren a una distancia de

80 kms. dos regiones ecológicamente semejantes y una verdadera carrera del "oro rojo" (tomate), está preparando allí un nuevo empobrecimiento sistemático de una riqueza natural.

Este es el caso de las Colonias de "Embarcación" y de "San Agustín", cerca de Orán, que se comenzaron a explotar en 1960.

Allí, donde los bosques tropicales tenían una valuación de M\$N 5.000 la hectárea, fueron vendidos de M\$N 300.000 a 500.000, la hectárea, sin desmonte, cuando se conocieron las posibilidades de cultivo de tomate. Las tierras desmontadas, pero sin instalación de riego, se alquilan por cosecha a M\$N 50.000 la hectárea.

Los productores continúan los trabajos de cultivo del tomate y del desmonte del bosque, paralelamente, sin tomarse el tiempo de hacer las más mínimas instalaciones de infraestructura, tales como caminos, canales y edificios. La mayoría de los propietarios son los mismos de la Colonia Santa Rosa, donde ellos tienen sus domicilios. La irrigación se hace por medio del bombeo en el Río Bermejo, sin ninguna preocupación sobre la conservación de los terrenos amenazados por la erosión, debido a la característica de su topografía. El carácter especulativo está confirmado por las dimensiones medias de los lotes de 50 a 200 hectáreas, absolutamente incompatibles con una explotación intensa de la horticultura. Por lo tanto, existen más o menos de 3.000 a 5.000 hectáreas entregadas a una mala explotación que pesan sobre todo el territorio de la República, ya que estas pocas colonias son las únicas capaces de producir legumbres en invierno.

Las diferentes partes interesadas, se culpan reciprocamente. Es decir, la Administración Provincial, los productores, los mayoristas y los expedidores. Los productores culpan al comercio de acaparar todos los beneficios de las operaciones al entregar los cajones standard (22 o 23 kilos brutos) a M\$N 400 ó 600, cuando ellos los han pagado a la producción de M\$N 150 a 200. y que M\$N 150 no representan el costo de producción con los rendimientos actuales de 10 a 15 toneladas la hectárea.

Los comerciantes culpan a los transportes ferroviarios que llevan el 90% de las cosechas, de ocasionarles pérdidas importantes, debido a la falta de vagones, a los atrasos y a las irregularidades

en los horarios de los trenes.

La Administración culpa a los productores de negarse a cualquier clase de colaboración referente al mejoramiento de los medios de vida y de trabajo.

En suma, se tiene la impresión de que todos han disfrutado de este excepcional negocio, y de la manera más rápida posible para hacer ganancias, sin tener en cuenta para nada, la más mínima preocupación con respecto a la continuidad de la producción. Es muy difícil conocer exactamente la posición de los productores frente a los mercados, especialmente frente al "Remate del Abasto" de Buenos Aires.

Se tiene la impresión de que la mayoría tienen una representación directa en los mercados, por intermedio de las relaciones familiares. Además, numerosas propiedades pertenecen ahora a mayoristas que las han comprado a los propietarios mal organizados.

Los resultados de esta situación han sido el aumento abusivo del costo del tomate de invierno y la reducción consecutiva del consumo individual en Buenos Aires. (Ver Cuadro V -Anexo I). Volveremos a tocar este tema cuando se estudie la comercialización, a pesar de que de hecho, el verdadero mal está en las características de la producción.

E) Manzanas y peras:

La provincia de Río Negro, que produce el 60% de la cosecha Nacional de las manzanas y peras, presenta una de las más bellas realizaciones agrícolas de la República Argentina. El resto de la producción, con excepción de la de Mendoza (20%) que participa en la exportación, está dispersa y satisface un interés nacional. De esa manera la producción de Río Negro se beneficia con un verdadero monopolio en el mercado de frutas nacional, dado que la manzana, que figura todo el año en los mercados, representa el 1/3 del consumo de frutas.

La zona de extensión del cultivo de la manzana en nuestro país es inmensa; aproximadamente desde el sud del paralelo 34, es decir, ocupa alrededor de la mitad del país. Es una razón comercial la que ha permitido la concentración de la producción sobre una zona que, a pesar de que ecológicamente es favorable, no puede ser considerada

como óptima. En efecto, según los estudios de Juan Papadakis, la zona de Viedma-Carmen de Patagones, sería superior a ésta. Además, la distancia (está a 1.100 kms. de Buenos Aires y a 550 kms. de Bahía Blanca), podría ser considerada como un hándicap. Sin embargo, ha sido este alejamiento lo que ha provocado el extraordinario desarrollo que Río Negro ha obtenido, porque después de la construcción de la represa del Río Neuquen en 1915, la compañía concesionaria del Ferrocarril del Sur, decidió favorecer a la producción agrícola para alimentar el flete de la línea desfavorecida. Por lo tanto, creó una estación experimental, luego, a medida que la zona se fue desarrollando, la Compañía del ferrocarril Sur, tomó a su cargo la asistencia técnica, financiera y comercial de los primeros colonos. Los promotores, que dependían de los capitales británicos, buscaron el mercado de exportación inglés. De esa manera, se explica la importancia de la organización de esa región que, mucho tiempo después de haber desaparecido la compañía del ferrocarril, siguió comercializando toda su producción en cajones standard de exportación.

En esta forma se explica el hecho curioso, a primera vista, que sean las manzanas y las peras las únicas frutas argentinas que han tenido una reputación indiscutible en el Mercado Mundial, cuando la naturaleza del suelo del país ofrece posibilidades casi ilimitadas para otros productos.

En la escala nacional los productores de Río Negro, competentes y trabajadores, podrán permanecer fácilmente dueños de los mercados si saben reemplazar la antigua organización por una más eficaz y adecuada. En efecto, la manzana que resiste perfectamente la conservación en el frigorífico, no exige la dispersión de los cultivos para satisfacer el consumo durante todo el año. La organización comercial permanece como la única condición de la supremacía de la región.

El valle del Neuquen comprende 72.528 hectáreas irrigadas, de las cuales 60.000 están cultivadas.

El cuadro siguiente representa los usos fundamentales:

PRODUCTOS	HECTAREAS	TONELADAS
U V A	12.425	80.157
MANZANA Y PERA	20.298	237.089
ALFALFA	17.817	71.522

1957/58 (Secretaría de Agua y Energía).

La producción de manzanas y peras representó en el mismo año, alrededor de M\$N 670.000.000, de ventas.

Sobre un total de 16.000.000 de cajones standard (25 kgs. bruto), la exportación representa el 50%.

La comercialización exige importantes capitales. Esta actividad está generalmente concentrada sobre un pequeño número de mayoristas, que dispone de estaciones de embalaje y de tipificación, de camiones y, a veces, de frigoríficos, a pesar de que en general, éstos son alquilados. Los mayoristas deben igualmente disponer de importantes capitales para las financiaciones de la compra y conservación de la fruta. Esta concentración justifica el poder de los distribuidores sobre el mercado, lo cual se puede observar fácilmente, por la evolución de los precios.

Es así que entre agosto y diciembre de 1960, los precios al por menor valieron entre 15 y 25 el kilo, mientras que el costo normal en la etapa del mayorista era de más o menos 9 pesos, después de 3 a 5 meses de frigoríficos y esto, para adaptarse a una desvalorización monetaria que no debería de haber influido en el mercado nacional, teniendo en cuenta las excelentes condiciones de la cosecha.

Esta organización del comercio de las manzanas puede, de esta manera, tener una influencia poderosa sobre el mercado de frutas. En efecto, el gusto natural del consumidor por las manzanas, conjuntamente con el hecho de que los precios pueden ser bajos en el momento de las cosechas de verano, coloca a los productores de otras frutas de comercialización más difícil en posición desventajosas y sus producciones se ven paralizadas en un nivel muy bajo.

El caso es particularmente claro con referencia a las ciruelas y los damascos.

A) Zonas críticas:

Si bien la producción de cítricos es casi doble de la de manzanas, la primera no ha logrado aún igual concentración que ésta, ni ha podido financiar la infraestructura necesaria para el comercio eficaz de sus productos. Hay que ver en ello la consecuencia de que los cítricos argentinos no hayan encontrado en los mercados mundiales las mismas condiciones interesantes que la manzana o acaso no se ha podido determinar la localización ideal de la producción?

En efecto, son tres las regiones que comparten los favores de este cultivo y si bien las condiciones climáticas son excelentes, cada una de ellas sufre los efectos de un factor limitativo.

La Mesopotamia, es decir las provincias de Misiones, Corrientes y Entre Ríos, aunque esta última sea marginal, ofrecen condiciones ecológicas excelentes que han convertido a esta región en la gran productora del país. Actualmente, el 50% de los cítricos vienen de la Mesopotamia, pese a la incertidumbre de la distribución, que en buena parte se halla a merced de los ferrocarriles que son insuficientes y, además de los caminos de tierra en un país de lluvias abundantes, los productores transforman generalmente el cultivo en mera recolección. Igualmente, esa misma incertidumbre impide a los productores emprender los tratamientos necesarios en esta región húmeda, donde las pestes se desarrollan con facilidad. La tendencia actual se inclina pues, en favor de la industrialización de las cosechas que en gran parte, son de calidad muy mediocre.

Un gran productor ha podido reagrupar alrededor de 1 millón de árboles, resultando una excepción al ofrecer en el mercado, tanto sus productos frescos como sus productos industrializados, que son los de mejor calidad del país.

Entre el Delta, Rosario y Buenos Aires, en una superficie muy reducida, se produce el 20% de la cosecha nacional de cítricos, pero debe hacer frente a una proliferación de pestes muy violentas, como así también a los estragos causados por las frecuentes inundaciones. Numerosas plantaciones han sido abandonadas por completo, pese a la

riqueza excepcional del Delta y a su proximidad con los centros de consumo y los puertos de exportación. Es opinión de los vendedores de productos fitosanitarios, que la producción en ese lugar no podría ofrecer una garantía de rentabilidad.

La región de San Pedro, claramente más sana que la del Delta, podría volverse una importante fuente de abastecimiento, favorecida por la proximidad de los grandes centros de consumo.

La tendencia reciente en el desarrollo del cultivo de los cítricos se dirige hacia las zonas subtropicales del invierno seco del noroeste del país, es decir, a Tucumán, que acusa el 17% de la producción, mientras que Salta y Jujuy tienen el 13%. Las colonias más alejadas: Urundel, Santa Rosa, Tabacal, Orán, Ledesma y Calilegua, a más de 1.700 kms. de la Capital Federal, se encuentran en plena evolución y, apoyadas por organizaciones comerciales de gran potencia, dominan el mercado con productos de buena calidad y presentación. Por el momento, su extensión se encuentra limitada por la infraestructura de riego y se desarrolla sobre los terrenos previamente dedicados a hortalizas, que ofrecen una rentabilidad menos estable. Este problema, fundamental para el abastecimiento de Buenos Aires, está estudiado con mayor detalle en el Capítulo correspondiente al tomate.

La aparición y extensión de la enfermedad llamada "tristeza", ha sido también un factor de perturbación importante. En la Mesopotamia el azote se ha desarrollado rápidamente, lo que ha provocado que se reemplazaran inmediatamente (hace de esto 15 años) a los árboles atacados por la peste. En el Noroeste, esta peste ha tenido un desarrollo más lento, por lo que los agricultores intentaron -a falta de información y de consejos técnicos- tratar de salvar los árboles, prolongando así la decrepitud de los mismos y por lo tanto, de la producción local. Las grandes compañías azucareras han emprendido en estos últimos años, un gran esfuerzo de plantación, que compensará la desaparición de las plantaciones de la mayoría de las antiguas y pequeñas propiedades. De esta manera, Tabacal, que ya explota 190.000 árboles cítricos, emprende ahora la plantación de 40.000 árboles de pomelos. Ledesma, que ha vuelto a comprar Calilegua, explota 170.000 árboles y emprende una búsqueda sistemática de aguas

subterráneas con el fin de desarrollar sus cultivos. Se han previsto igualmente, explotaciones forestales para la fabricación de los cajones de madera. Estas sociedades disponen de organizaciones comerciales poderosas, de capitales y de personal técnico competente, (10 ingenieros agrónomos para la sólo compañía de Ledesma). Podrían por la calidad de sus productos participar en el mercado de exportación pero, parece que la desorganización del mercado nacional es más interesante, porque ella permite aprovechar márgenes comerciales muy satisfactorios. La orientación de las plantaciones se hace en variedades tardías que llegan sobre los mercados hasta enero. El pomelo es un reciente y excelente negocio.

Tanto a causa del poder comercial de los productores, como a causa de las condiciones ecológicas, estas zonas tendrán un importante porvenir en la producción de los citrus, a pesar de que la producción del Nord-Este, por su abundancia, puede todavía entorpecer el mercado, a pesar de su calidad mediocre y especialmente, cuando existan circuitos comerciales fluidos.

B) Cuyo:

No pueden estudiarse las regiones donde la producción alcanza un alto grado de concentración y de organización, sin mencionar las dos provincias vecinas de San Juan y Mendoza, que son para la República Argentina lo que la cuenca del Mediterráneo es para Europa.

Beneficiándose con condiciones ecológicas favorables en extremo, el cultivo ha desarrollado al máximo las posibilidades del riego indispensable y en una superficie de 325.598, según datos de 1956, ha producido un 90% de vino, de aceite de oliva, de uva de mesa y de aceitunas verdes, sin contar con el papel importante que para el abastecimiento del país, representan: el tomate 40%, la cebolla 80%, ajo, pimientos, zanahoria el 80%, melones el 40% y de todos los frutos de las zonas templadas: duraznos y ciruelas, especialmente. Es, después de Buenos Aires y Santa Fe, el centro mayor de industrialización de los productos alimenticios. La mitad de las tierras dedicadas al cultivo de hortalizas, si se excluye la papa, se hallan en esta región.

211 - 33. Las zonas de las primicias:

Aunque algunas verduras, tales como la acelga, la lechuga, el repollo, la remolacha, etc., pueden ser cosechadas todo el año en la franja del litoral, no alcanzan a compensar en el invierno la desaparición de la gran mayoría de las hortalizas, tales como las chauchas, las arvejas, las zanahorias y, sobre todo, el tomate, los pimientos y las berenjenas. Es así como a partir de 1945, se han desarrollado en el Nord Oeste del país, varias colonias para la producción de esos productos. Esas mismas colonias son las que, como consecuencia de las dificultades económicas, evolucionaron hacia la citricultura. Es tal la importancia de esta región, que durante los cinco meses del invierno goza de un verdadero monopolio climático, que ha sido objeto de un análisis especial.

La provincia de Salta, en las zonas menos favorecidas, tiene igualmente un papel importante en la producción de papas tempranas. Los envíos de esta papa de Salta a Buenos Aires son irregulares y a todas luces de importancia menor, con un máximo del 15% de tonelaje cosechado entre octubre y noviembre. Es preciso ver en este hecho; no sólo una falta de organización comercial, sino también la consecuencia de las dificultades causadas por la deficiente infraestructura, especialmente en cuanto al transporte. Esta provincia, en efecto, pese al obstáculo que presenta la distancia, acaba de aventajar a todas las demás zonas de cultivos precoces, especialmente Tucumán y Santiago del Estero.

Sin embargo, los medios comerciales y los productores están de acuerdo en admitir que las primicias no ofrecen por regla general, grandes ventajas económicas. El argumento es válido si se tienen en cuenta los riesgos corridos por aquellos en las condiciones actuales del transporte y en el confuso marco en que se desarrolla la etapa comercial. No puede creerse, sin embargo, que no haya clientela para las primicias de calidad, sino más bien, que la organización de la distribución minorista no es suficientemente eficaz como para permitir que el consumidor manifieste sus verdaderos gustos.

Existe una corriente de primicias que tienden a satisfacer las necesidades de un mínimo del consumo, durante los meses en que merma la producción de la franja litoral. Esta producción de primi-



cias está lejos de alcanzar la amplitud a que podría llegar.

A partir del momento en que aparece la primera cosecha de invierno procedente del norte, a mediados de mayo, comienza la carrera de la producción, que después de atravesar las provincias de Salta, Jujuy, Tucumán, Santiago del Estero, Córdoba, Santa Fe, siguiendo casi la línea del ferrocarril, termina cuando la franja litoral y Cuyo entran en plena actividad. La región más alejada debe acelerar sus cosechas, a fin de vender la mayor parte posible antes de entrar en competencia con la siguiente. Los finales de la producción se liquidan más allá de los límites de la protección climática, a causa, indudablemente, de la supremacía de ciertas regiones bien organizadas comercialmente. Así, los tomates del norte se siguen vendiendo aún cuando comienzan a llegar en abundancia los de Santa Fe, a fines de Noviembre.

El desplazamiento de las regiones de producción del tomate y de la papa ilustra perfectamente ese movimiento:

MAR	AB	MA	JU	JUL	AG	SE	OC	NO	DI	
						X-----				<u>Papa</u>
						X-----				SALTA
										JUJUY
							X----			ST. ESTERO
							X----			TUCUMAN
										MISIONES
								X---		E. RIOS
									X--	SANTA FE
									X-	FRANJA LITOR.
									X-	CORDOBA
										<u>Tomates-Pi-</u> <u>mientos</u>
										SALTA
										JUJUY
										TUCUMAN
						X-----				FRANJA LITOR.
								X--		CUYO
								X-		RIO NEGRO
X-----										

Es evidente que otros cultivos tienen una evolución equivalente, según las fechas que corresponden a su cosecha.

Las primeras arvejas llegan de Salta en abril, pero en cantidad demasiado escasa para que su papel sea importante en el mercado; de modo que las de Tucumán y luego las de Santiago del Estero en mayo, junio y julio, dominan la producción de invierno. El grueso de la producción salteña llega en julio, seguida por la de Cuyo en agosto, la de la Franja Litoral en octubre y la de Buratovich y Madariaga en diciembre.

Para las chauchas, Salta y Santiago del Estero, aseguran la producción de abril, mayo y junio, a las cuales se agregan Tucumán en julio, agosto, setiembre y octubre. Luego vienen las cosechas de Santa Fe en noviembre, Cuyo en diciembre, Buenos Aires en enero y Madariaga y Buratovich en febrero.

El cuadro consignado más arriba, evidencia que existe un eje de cultivos precoces que no hemos mencionado todavía, el de la Mesopotamia, es decir, las provincias de Entre Ríos, Corrientes y Misiones. La parte tropical de esa región, que en general es más húmeda que la del Noroeste, conviene perfectamente para el cultivo de las hortalizas precoces. De todos modos, la carencia de caminos pavimentados y las dificultades que presenta la travesía de los ríos que aíslan la parte más rica de la región, la hacen poco apropiada para la producción de hortalizas. Sin embargo, algunos productores de Misiones acaban de lograr el medio de remitir choclos en pleno invierno a la Capital Federal.

Desde hace tiempo, esa región se dedica a obtener una producción de fácil conservación y expedición: zapallos, sandías, papas y batatas e igualmente, melones.

La provincia de Río Negro, la más meridional de las grandes regiones productoras, asegura el abastecimiento entre la gran cosecha de verano (Franja Litoral y Cuyo) y las primeras cosechas del norte. Acusando el 30% de la producción nacional, es la provincia productora más importante de tomate. No existe sin embargo en esta provincia, la misma variedad de cultivos de hortalizas que hemos enumerado respecto a provincias como San Juan y Mendoza. Debemos recalcar que para la zona de Río Negro, el cultivo de tomate es sólo un complemento, dado que tanto los industriales como los agricultores orientan su actividad, indudablemente, hacia la producción frutícola y ésta va declinando.

También debe mencionarse la importancia que tiene la región Córdoba-Tucumán para el abastecimiento invernal de los mercados de Buenos Aires. Entre julio y Agosto, las verduras que se cosechan en la Franja Litoral, sufren frecuentemente mermas causadas por los accidentes climáticos del invierno. Los envíos procedentes de Córdoba y Tucumán los reemplazan en parte, claro está, con las consiguientes alzas de precios, que llegan a ser importantes. Se trata principalmente de la zanahoria, la remolacha, la coliflor, la lechuga y la acelga.

En cuanto a la producción frutícola, las posibilidades de extensión de fechas de las cosechas son evidentemente menores. En cuanto a los cítricos, pueden obtenerse algunas cosechas que cubran el período que va de octubre a diciembre, mediante el juego de las variedades. El Delta podría producir en noviembre, pero el mal estado de dichos cultivos elimina tal posibilidad.

El noroeste ahora desarrolla sus variedades tardías y podría, guardando por tamaños apropiados la frutificación de la segunda floración, producir naranjas en noviembre, diciembre y enero.

Además y aunque esta posibilidad no parece haber sido utilizada, esta misma zona podría perfectamente utilizar sus condiciones climáticas para desarrollar el cultivo de numerosas frutas que madurarían por lo menos, un mes antes que las de San Juan, pudiendo así hacer entregas o envíos a los mercados de consumo de uva, ciruelas y duraznos en noviembre y diciembre, es decir, en el momento en que los aportes de las mismas son los más débiles en los mercados.

212 - LA PRODUCCION DE HUEVOS Y AVES

De acuerdo con las estimaciones de CAFADE (Situación Actual de la Industria Avícola Argentina), la existencia de aves de criadero, ascendería a aproximadamente, 50.000.000 de cabezas.

La evolución especificada a continuación demuestra que el aumento de los últimos años corresponde a una recuperación, dado que frente al aumento de la población de 5 veces, la existencia avícola sólo se multiplicó 3 veces.

1908	15.212.771
1914	24.691.286
1930	37.428.427
1937	42.988.840
1947	29.410.762
1952	43.646.460
1960	50.000.000 unidades.

Entre 1946 y 1956, distintas medidas administrativas desanimaron a los productores, lo que explica la reducción de la existencia durante este período.

Aunque la cría de aves está diseminada por todo el territorio agrícola del país, el 80% que representa la producción industrial, se halla concentrado en el territorio de cuatro provincias:

Buenos Aires	32%
Entre Ríos	20%
Santa Fe	15%
Córdoba	13%

(en 1960 estimación de CAFADE).

En general, los centros de alta producción corresponden a la zona granera. Sin embargo, su ubicación con respecto a los centros de consumo, determina sus características.

La franja litoral Buenos Aires/Santa Fe, ya mencionada por su importancia en legumbres y frutas, es la región donde la producción está más modernizada. Ahí es donde se encuentra el mayor número de grandes establecimientos especializados, así como la más fuerte concentración de la existencia argentina.

Otra región, donde las explotaciones están diseminadas y se practica una cría semiintensiva, atraviesa por el medio a la provincia de Buenos Aires, desde Trenque Lauquen hacia Magdalena.

Alrededor de Mar del Plata hay una región de producción industrial de pollitos de 45/60 días para abastecer esa importante zona de turismo.

Para el centro de la provincia de Entre Ríos, la industria avícola constituye una importante especialidad, que responde tanto a una tradición, ya que los primeros criaderos se instalaron allá en el año 1857, como a una necesidad técnica de explotar lo

mejor posible pequeñas propiedades. La distancia de los centros de consumo ha orientado la economía hacia la producción de huevos y ha llevado a una organización de acondicionamiento, de almacenaje y de transporte frigoríficos, que da a los comerciantes de dicha región, cierta supremacía en el mercado nacional y en la exportación.

Con excepción de algunas grandes empresas que se han desarrollado con la ayuda financiera de la Provincia, la cría se hace sobre la base de técnicas muy rutinarias, que no permiten conseguir rendimientos altos.

El sur de Santa Fe se caracteriza por una producción semi-intensiva de huevos y pollitos para asar y por una bastante buena organización profesional.

Alrededor de Córdoba hay una región de producción intensiva, con un costo de producción alto, debido al carácter industrial de la Provincia y también a la distancia de los centros productores de alimentos básicos. Esta producción, como la de Cuyo, se vende a buenos precios a los importantes centros regionales de consumo.

Es muy difícil saber exactamente cual es la producción nacional, dada la diseminación de la comercialización y la ausencia de estadísticas correspondientes. Las estimaciones de CAFADE dan los siguientes resultados:

1960 - producción de huevos	290.000.000	docenas
" " pollitos para asar	15.000.000	unidades
" " pollas retiradas de la postura	15.000.000	"
" " " rechazo de selección	2.000.000	"
" " " de engorde	8.000.000	"

Lo que corresponde a 70.000 toneladas, a las que hay que agregar 5.000 toneladas para los patos, gansos y pavos.

Económicamente, esta producción corresponde a 9.4000 millones de pesos (precios de 1960), de los cuales, el 68,5% corresponde a huevos y el 31,5% a aves.

... la distancia de los centros de consumo ha orientado la producción de huevos y ha llevado a una organización de acondicionamiento, de almacenamiento y de transporte frigoríficos, que da a los comerciantes de dicha región, cierta supremacía en el mercado nacional y en la exportación.

Con excepción de algunas grandes empresas que se han desarrollado con la ayuda financiera de la Provincia, la cría se hace sobre la base de técnicas muy rutinarias, que no permiten conseguir rendimientos altos.

El sur de Santa Fe se caracteriza por una producción semi-intensiva de huevos y pollitos para saar y por una bastante buena organización profesional.

Alrededor de Córdoba hay una región de producción intensiva, con un costo de producción alto, debido al carácter industrial de la Provincia y también a la distancia de los centros productores de alimentos básicos. Esta producción, como la de Cuyo, se vende a buenos precios a los importantes centros regionales de consumo.

Es muy difícil saber exactamente cuál es la producción total, dada la diseminación de la comercialización y la ausencia de estadísticas correspondientes. Las estimaciones de CALUDE dan los siguientes resultados:

Descripción	1950 - Producción de huevos	1950 - Producción de pollitos para saar	1950 - Producción de pollitos retirados de la postura	1950 - Rechazo de selección	1950 - De engorde
	290.000.000 unidades	15.000.000 unidades	15.000.000	5.000.000	8.000.000

El porcentaje a 70.000 toneladas, a los que hay que agregar 5.000 toneladas para los pollitos, huevos y yemas.

Resumiendo, esta producción correspondiente a 3.400 millones de pesos (precio de 1950), de los cuales, el 68,5% corresponde a huevos y el 31,5% a yemas.

213 - IMPORTANCIA RESPECTIVA DE LOS DISTINTOS CENTROS DE PRODUCCION PARA EL ABASTECIMIENTO DE BUENOS AIRES.

La rápida observación de los principales centros de producción de la República Argentina como la que acabamos de exponer por muy fundamental que sea, no tiene sino una significación parcial para la planificación del Mercado. Importa, en efecto, conocer con cierta exactitud la parte que realmente tiene cada centro en el abastecimiento de la aglomeración en cuestión, tanto para permitirnos definir un plan de acción con relación a los puntos fundamentales de expedición, como para la adaptación de las vías de acceso al mercado proyectado.

Hemos visto que en todos los productos alimenticios, la producción es netamente superior al consumo y que el sobrante se divide en forma irregular entre la industria, la exportación y las pérdidas. También hemos visto que con excepción de unos casos bien definidos, varios centros de producción se hacen competencia al mismo tiempo, en los grandes mercados. Por consiguiente, en un momento, sólo una parte de la cosecha de una provincia será objeto de comercialización en el mercado. Esto es lo que conviene que determinemos.

El único método exacto para conocer estos intercambios, consistiría en estudiar sistemáticamente, las llegadas de productos alimenticios a la aglomeración de Buenos Aires y ésto, durante todo un año. Aunque la dificultad técnica de llevar a cabo semejante trabajo no se nos escapa, nos parece indispensable emprenderlo si se quiere establecer medidas eficaces, tendientes a la racionalización de la producción y de la comercialización de los productos alimenticios. Hemos tratado de hacer este trabajo durante un mes (julio 15 agosto 15), sobre 12 entradas fundamentales (representando el 80% del tonelaje de las entradas por la ruta) de la Capital Federal y sobre las descargas diarias de los ferrocarriles. Por distintos motivos relativos a la práctica de la ejecución de esta encuesta, los resultados no pueden ser utilizados.

No nos quedó pues, otra cosa que intentar hacer que una estimación cuyos resultados proporcionamos en los Cuadros VI al XVI -Anexo I. Para cada producto alimenticio (frutas y hortalizas)

especificado por la Dirección Nacional de Estadísticas, publicamos una tabla que da una idea aproximada de la cantidad mensual despachada a Buenos Aires por cada una de las principales regiones de producción. Evidente es que estas cifras no pueden ser exactas, primero, porque no tienen nada de absoluto dado que de un año al otro, las condiciones comerciales, de transporte o de producción, pueden transformar el equilibrio supuesto para el año agrícola 1960/1961, y segundo, porque estas cifras son el resultado de varias aproximaciones que pasamos a detallar:

Por punto de salida hemos aceptado como datos exactos:

- 1) La producción departamental de los productos referidos.
- 2) El consumo mensual individual de los referidos productos.
- 3) El calendario de las épocas de producción.

Hemos tomado en consideración, un grupo de consumidores, que aunque corresponden a muy distintos mercados (Córdoba, Santa Fe, Rosario, Buenos Aires -o sean aproximadamente 8.000.000 de consumidores) es necesario agrupar en el caso particular de este análisis.

Resulta, en efecto, imposible hacer de antemano una estimación de la parte de un envío desde una zona de expedición, que en un momento dado va destinada a cada uno de estos mercados. Si bien es cierto que este argumento es valedero para las expediciones hacia otros mercados como Tucumán, Mendoza y Mar del Plata, hemos considerado que se puede olvidar esa parte, primero, porque su población representa un grupo menor y además, porque durante la mayor parte del año dichos mercados tienen un abastecimiento mucho más autónomo. Además, la cifra de 8.000.000 de consumidores, corresponde a las previsiones de la población que en el año 1965 se proveerá en el mercado del Gran Buenos Aires y Capital Federal. Así, los resultados de esta distribución regional del abastecimiento pueden servir directamente a los estudios preliminares del mercado.

Tomando como base a esta masa de consumidores, hemos podido establecer para cada producto y mes por mes, por generalización de la ración promedio de alimentos de la familia obrera de Buenos Aires, un volumen global del consumo. Hemos visto por otra parte, el error que se comete al hacer esta generalización. En este caso particular, ello aparece claramente en el Cuadro XIII (chauchas), que

evidentemente, no puede tener un consumo estimado superior a la producción nacional. Pero en general, los resultados son razonablemente aceptables.

En fin, se ha buscado definir para cada región un saldo de producción destinado al mercado en estudio, liberando arbitrariamente las partes correspondientes al consumo local, a la industria y a la exportación.

De esta manera, sabiendo lo que se necesita mensualmente para satisfacer el consumo, vale decir el consumo real más las pérdidas y lo que cada región puede ofrecer globalmente y tomando en cuenta las épocas de producción y los distintos factores que influyen en la competencia entre las regiones de producción, se ha podido establecer una distribución mensual de las expediciones regionales.

El resultado es un instrumento de trabajo fundamental para la realización del estudio de un mercado de concentración. Para ajustarlo, hemos utilizado la mayor cantidad posible de datos que pudimos recoger, tanto de los idóneos como de la Administración Pública y muy especialmente, del Ingeniero Agrónomo CAVIA de I.N.T.A. (1). Deseamos someter estos resultados al mayor número posible de críticas avezadas para luego presentarlos más perfectos aún.

Los resultados globales de este análisis nos han permitido hacer un Mapa Nacional de la Producción Hortícola, en el cual sólo figura como tonelaje, la parte que se estima haya sido realmente despachada al grupo de consumidores en cuestión, con indicación de las grandes vías de comunicación que sirven a estas regiones. Dicho Mapa nos permite ver como los productos destinados al mercado entran a Buenos Aires.

(1) Panorama hortícola del país (1961)

A N E X O I

INCIDENCIA DE LA PRODUCCION DE LA FRANJA LITORAL EN EL ABASTECIMIENTO DE LA REPUBLICA

	<u>Pcia de Bs. As. 1960</u> (a)	<u>Pcia Sta Fé 1960</u> (b)	<u>TOTAL</u> (a más b)	<u>TOTAL Rep. Ar.</u> (ton.)
PAPAS	1.486.400	338.800	1.825.200	2.071.700
TOMATE	48.100	17.800	65.900	362.000
PIMIENTO	5.230	1.000	6.230	52.108
CEBOLLA	9.750	2.530	12.280	193.800
ZAPALLO	35.600	34.550	70.150	345.700
CHAUCHA	2.100	1.880	3.980	25.500
ARVEJA	10.200	22.050	32.250	51.150
MANZANA	33.100	1.470	34.570	410.200
NARANJA	63.450	19.300	82.750	521.000
DURAZNO	78.300	27.200	105.500	182.000
AUCAUCIL	6.370	1.020	7.390	8.050
CIRUELAS	10.400	3.300	13.700	44.700
FRUTILLAS	800	480	1.280	1.850
MELONES	1.350	820	2.170	39.500

FRUTAS Y HORTALIZAS

	Indice de la produc- ción en 1961 (2)	Producción 1960/1961 toneladas (4)	Consumo fres- co estimado de la Repú - blica (5) toneladas.	Exporta- ción 1960 toneladas	Porcentaje de la producción industrializa- da. (3)
Ciruelas	130	38.350	20.000	1.500	45 %
Damascas	141	14.050	6.000	- ---	6 %
Duraznos	111	150.700	53.000	100	29 %
Mandarinas (1)	180	164.060	145.000	- ---	(6)
Naranjas (1)	191	494.000	250.000	634	16 %
Manzanas (1)	282	429.800	318.000	152.000	6 %
Peras (1)	100	94.400	69.500	48.866	7 %
Pomelos (1)	612	34.300	25.000	48	(6)
Uva de mesa	142	219.043	125.000	3.837	10 %
Melones	119	36.000			
Frutilla (1)	100	1.480			
Limones	---	91.000	27.000		6 %
Ajo	117	35.500	15.000		
Alcaucil (1)	240	8.050	18.000		
Arveja					
grano verde	147	37.412	36.500		40 %
Arveja					
grano seco	171	14.000			
Batata	89	328.300	178.000		(6)
Cebolla bulbo	181	177.700	174.000		
Chaucha	180	20.075	56.000		
Garbanzo (1)	159	8.237			
Lentejas	30	6.062	15.000		
Papas	165	1.675.700	1.470.000		
Pimientos	82	51.406	52.000		10 %
Poroto gran.verd.	198	5.700			
" " seco	75	24.800			
Tomate	176	328.133	297.000		45 %
Zapallo	140	289.100	102.000		(6)
(2) Indice me- dio 1961	140				
(2) Indice de la pobla- ción 1961	123				

(2) 100 en 1946 (promedio de los años 1946- 1947- 1948- 1949)

(1) Casos particulares que no entran en el cálculo índice medio

(3) Cálculo aprox. sobre la base del último censo industrial publicado 1953

(4) Promedios de los cuatro últimos años (1959-1960-1961-1962)

(5) Cinco millones de familias de cuatro personas.

(6) Importante pero sin datos.

TEMPERATURA DE LA COLONIA SANTA ROSA

-SALTA-

	Mini.Medio	Max.Medio	Medio	Min.Abs.	Max.Abs.	Precipitación.
EN	21,7	31,6	36,6	14,0	38	131
FE	21,9	30,2	26,0	18	38	313,7
MA	21,0	28,4	24,7	17,0	35	128,6
AB	17,8	24,6	21,3	13,0	33	39,9
MA	14,9	21,5	18,2	2,0	30	14,6
JU	12,2	19,7	15,9	2,0	27	15,7
JU	10,1	20,0	15,0	-3	30	1,5
AG	10,7	22,6	16,6	0,0	34	8,6
SE	15,2	25,7	20,4	7,0	36	29,5
OC	19,0	27,7	23,3	11,0	37	00,2
NO	20,8	29,1	24,9	15,0	38	118,9
DI	21,8	31,6	26,7	15,0	40	169,1
Año	17,2	26,0	21,2	-3	40	937,3

DISTRIBUCION DE LAS HORTALIZAS DEL NORTE 1956/1957

	<u>Tomate</u>	<u>Pimientos</u>	<u>Zapallitos</u>	<u>Otros</u>	<u>Total</u>	
ORAN	1.029	348	317	221	1915	hectáreas
SAN MARTIN	118	49	88	79	334	"
SALTA	1.610	524	768	13.000 (+)	15.902	"

(+) Corresponden a papas, porotos, garbanzos, habas, batatas.
"Fuente, estudio C.F.I. sobre la Provincia de Salta".

EVOLUCION DEL CONSUMO DEL TOMATE DE INVIERNO EN BUENOS AIRES

	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	
1943	0	0	0	0	0	0	(Kg. por mes y por familia)
1956	2,7	2,7	5,6	5,6	3,8	3,8	
1960	3,0	2,9	2,5	2,5	2,7	3,1	

"Fuente, Encuesta Sobre Condiciones de Vida de Familias Obreras en la Ciudad de Buenos Aires. Dirección Nacional de Estadísticas".

-----+

EVOLUCION DEL PRECIO DEL TOMATE

Año	Precio promedio de los meses de invierno	Precio promedio de los meses de verano	Porcentaje de aumento del precio de invierno sobre el precio de verano.
1956	4,0	3,8	6 %
1957	--	--	--
1958	9,2	7,5	23 %
1959	21,5	14,4	50%
1960	23,1	14,9	55 %
1961	32,3	15,5	105 %

-\$ % el kilo.

- precios en las ferias minoristas de la Municipalidad de Buenos Aires.

P A P A S - Disponibilidades para el consumo, en toneladas.

1960	BAICARCE		SALTA		MENDOZA		CORDOBA		FRANJA		RIO		BAHIA		Consumido fresco
			JUJUY	ESTGO. DEL	ESTERO	TUCUMAN	SAN JUAN	LITORAL	NEGRO	BLANCA	el consumo	Disponible, fresco para			
Enero	5.000						500	20.000	40.000					65.500	51.450
Febrero	20.000					5.000		10.000	25.000					60.000	51.450
Marzo	40.000					5.000		5.000	10.000					60.000	51.450
Abril	48.000					1.000		3.000						52.000	51.450
Mayo	46.000					1.500					2.000			51.500	51.450
Junio	45.000		2.000			2.000					2.000			53.000	51.450
Julio	44.000		2.000			2.500					2.000			52.500	51.450
Agosto	58.000					1.500		3.000			2.000			60.500	51.450
Setiembre	57.000		1.000			500					2.000			62.500	51.450
Octubre	46.000		5.000			500					2.000			51.500	51.450
Noviembre	20.000		20.000			500		5.000	10.000					55.500	51.450
Diciembre			7.000			500		20.000	30.000					57.500	51.450
Disponibles, fresco, para el consumo (a)	423.000		37.000			21.000		66.000	115.000			10.000		10.000	
Disponibles fresco total anual por región (b)	900.000		33.500 (1)			17.000 (1)		66.000	411.140			10.000		10.000	

Diferencia (b-a) con otros destinos 477.000

(1) Una año de producción reducida.

BATATA - Disponibilidades para el consumo, en toneladas

1960	Salta	Santiago del Estero	Tucumán	Córdoba	Franja litoral (San Pedro)	Disponibile, fresco, para el consumo	Consumido, fresco
Enero	100	500	-	-	1.000	1.600	1.050
Febrero	-	2.000	500	-	500	3.000	2.310
Marzo		4.000			3.000	7.000	6.510
Abril					5.000	5.000	8.190
Mayo					5.000	5.000	8.190
Junio				4.000	5.600	9.000	8.400
Julio				4.000	5.000	9.000	8.820
Agosto		3.000		1.000	5.000	9.000	7.980
Setiembre		2.000		1.000	5.000	8.000	6.510
Octubre		1.500		1.000	4.000	6.500	6.300
Noviembre		1.500	500		3.000	5.000	4.410
Diciembre		1.000	1.000		2.000	4.000	3.780
Dispon.fresco, para el consumo: (a)	100	15.500	2.000	11.000	43.500		
Dispon.fresco, total anual por región: (b)	100	30.000	50.000	70.000	101.157		
Diferencia (b-a) con otros destinos		14.500	48.000	59.000	57.657		

ZAPALIO - Disponibilidades para el consumo, en toneladas.

1960	Santiago del Estero	Mendoza	Franja Litoral	Córdoba- Corrientes- Tucumán.	Disponible, fresco, para el consumo.	Consumido fresco
	Enero	1.000		3.000	500	4.500
Febrero			4.500		4.500	3.570
Marzo			4.500		4.500	3.570
Abril			4.500		4.500	3.570
Mayo			4.500		4.500	3.570
Junio			4.500		4.500	3.570
Julio		3.000	1.500		4.500	3.570
Agosto		3.000	1.500		4.500	3.570
Setiembre	3.000	1.500			4.500	3.570
Octubre	3.000	1.000		500	4.500	3.570
Noviembre	3.000	1.000		500	4.500	3.570
Diciembre		1.000	3.000	500	4.500	3.570
Disponible fresco para el consumo(a)	10.000	10.500	31.500	2.000	escasa	escasa
Disponibles, fresco, total anual por región: (b)	100.000	20.000	37.845	14.000	20.000	25.000
Diferencia (b-a), con otros des- tinos.	90.000	9.500	6.345	12.000	20.000	25.000

TOMATE -- Disponibilidades para el consumo, en toneladas

1960	Salta	Tucumán	Franja		Bahía		Río		Disponible fresco para el consumo	Consumido fresco
	Jujuy		Litoral	San Juan	Blanca	Negro				
Enero	--	--	14.600	4.000	--	--	--	--	18.600	16.600
Febrero	--	--	16.000	5.000	1.500	--	--	--	22.500	16.600
Marzo	--	--	--	9.000	3.000	10.500	--	--	22.500	16.600
Abril	--	--	--	7.000	2.500	13.000	--	--	22.500	16.600
Mayo	8.500	500	--	500	--	1.000	--	--	10.500	6.100
Junio	9.000	--	--	--	--	--	--	--	10.000	5.250
Julio	9.000	--	--	--	--	--	--	--	10.000	5.250
Agosto	9.000	--	--	--	--	--	--	--	10.000	5.250
Setiembre	9.000	1.500	--	--	--	--	--	--	10.500	5.250
Octubre	9.000	1.500	--	--	--	--	--	--	10.500	5.670
Noviembre	4.500	1.500	7.000	--	--	--	--	--	10.500	6.510
Diciembre	2.000	1.000	10.400	1.000	--	--	--	--	13.000	10.710
Disponibles fresco, para el consumo (a)	60.000	7.000	48.000	26.500	7.000	24.500	--	--	14.400	12.600
DISPONIBLE, fres co, total anual por región: b)	60.000	7.000	48.000	85.000	9.000	100.000	--	--		
Diferencia (b-a) con otros des- tinos.	--	--	--	58.500	2.000	75.500	--	--		

PIMIENTOS - Disponibilidades para el consumo, en toneladas

1960	SALTA Y JUJUY		TUCUMAN		FRANJA LITORAL		MENDOZA Y SAN JUAN		BAHIA BLANCA		Disponibles, fresco para el consumo.	Consumido fresco
Enero	-	-	-	-	500	-	2.500	-	-	-	3.000	2.940
Febrero	-	-	-	-	500	-	2.000	500	-	-	3.000	3.150
Marzo	-	-	-	-	500	-	2.000	500	-	-	3.000	4.000
Abril	-	-	-	-	500	-	2.000	500	-	-	3.000	4.100
Mayo	3.000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3.000	2.730
Junio	2.300	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2.300	1.890
Julio	2.000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2.000	1.260
Agosto	1.000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2.000	420
Setiembre	500	500	-	-	-	-	-	-	-	-	500	210
Octubre	-	-	500	-	-	-	-	-	-	-	500	-
Noviembre	-	-	500	-	-	-	-	-	-	-	500	-
Diciembre	-	-	1.500	-	-	-	-	-	-	-	1.500	-
Disponibles, fresco, para el consumo: (a)	8.800	4.000	2.000	8.500	1.500	-	-	-	-	-	1.500	1.050

Disponibles, fresco total anual por región: (b)	16.000	8.000	2.086	8.500	1.500	-	-	-	-	-	-	-
Diferencia (b-a), con otros destinos	7.200	4.000	86	-	-	-	-	-	-	-	-	-

CEBOLLA - Disponibilidad para el consumo, en toneladas

1960	SAN JUAN		MENDOZA		SANTIAGO DEL ESTERO		CORDOBA		FRANJA LITORAL		SALTA Y JUJUY		Disponibile, fresco, para el consumo	Consumido fresco
Enero	5.000		360		100		1.000						6.460	6.000
Febrero	4.900		1.480					120					6.500	6.000
Marzo	4.600		1.680					120					6.400	6.000
Abril	4.400		1.940					60					6.400	6.000
Mayo	4.100		2.240					120					6.360	6.000
Junio	3.500		2.680					240					6.420	6.000
Julio	4.300		2.070					30					6.400	6.000
Agosto	4.400		1.680								500		6.580	6.000
Setiembre	4.700		840		100		400				500		6.540	6.000
Octubre	3.500				1.500		1.000				500		6.500	6.000
Noviembre	3.700		300		1.000		1.000				500		6.500	6.000
Diciembre	4.000		600		900		1.000						6.500	6.000
Disponibile, fresco, para el consumo: (a)	51.100		15.870		3.600		4.400	890	2.000					
Disponibile, fresco, total anual por region; (b)	70.000		50.000		6.000		4.400	5.037	4.000					
Diferencia (b-a), con otros destinos	18.900		34.130		2.400		4.347	2.000						

(1) debe ser mucho mayor.

AJO - Disponibilidades para el consumo, en toneladas

1960	MEDANOS			SAN JUAN		MENDOZA		CORDOBA		TUCUMAN		SANTIAGO DEL ESTERO		FRANJA LITORAL	Disponibile fresco para el consumo.	Consumido fresco
Enero	275	50	175	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	500	462
Febrero	275	---	210	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	10	495	462
Marzo	290	25	150	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	35	505	464
Abril	350	25	125	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	500	462
Mayo	325	75	100	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	500	462
Junio	300	75	100	---	---	---	---	---	---	---	---	---	25	---	500	462
Julio	340	---	50	---	---	---	---	---	---	---	---	---	100	---	490	462
Agosto	350	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	130	---	480	462
Setiembre	275	---	---	50	---	---	---	---	---	---	---	40	100	---	465	462
Octubre	---	40	---	300	---	---	---	---	---	---	---	130	---	---	490	462
Noviembre	50	400	---	15	---	---	---	---	---	---	---	25	---	---	490	462
Diciembre	150	165	125	15	---	---	---	---	---	---	---	25	---	---	480	462
Disponibile, fresco, para el consumo :(a)	2.980	855	1.035	380	20	220	400	2.980	20	220	220	220	400	400		
Disponibile, fresco, total anual por región:(b)	12.000	1.700	3.000	2.000	2.600	1.000	1.174	12.000	2.600	1.000	1.000	1.000	1.174	1.174		
Diferencia (b - a), con otros destinos	9.020	845	1.965	1.620	2.580	780	774	9.020	2.580	2.580	2.580	2.580	774	774		

CHAUCHA - Disponibilidades para el consumo, en toneladas.

1960	SALTA SANTIAGO Y DEL ESTERO		TUCUMAN		FRANJA MENDOZA LITORAL SAN JUAN		CORDOBA	MAR DEL PLATA	Disponibile fresco para el consumo	Consumido fresco
	JUJUY	ESTERO			LITORAL	SAN JUAN				
Enero	-	-	-	-	3.300	300	200	100	4.000	3.780
Febrero	-	-	-	-	3.200	100	200	100	3.600	3.570
Marzo	200	-	-	-	2.600	100	-	100	3.000	2.730
Abril	2.500	300	-	-	-	-	-	-	2.800	2.730
Mayo	600	100	2.000	-	-	-	-	-	2.700	2.100
Junio	440	100	1.000	-	-	-	-	-	1.540	630
Julio	300	-	1.000	-	-	-	-	-	1.300	-
Agosto	500	-	-	-	-	-	-	-	500	-
Setiembre	500	-	-	-	-	-	-	-	500	-
Octubre	500	-	1.500	-	-	-	-	-	2.000	1.680
Noviembre	-	-	-	-	3.000	300	-	-	3.300	2.300
Diciembre	-	-	-	-	4.500	500	-	-	5.000	4.000
Disponibile, fresco para el consumo: (a).	5.600	500	5.500	5.500	16.500	1.300	400	300		23.520 (1)
Disponibile fres- co total anual por región: (b)	5.540	700	6.600	6.600	2.785	1.300	400	300		
Diferencia (b-a) c/otros destinos		200	1.000	1.000	falta(1)	-	-	-		- Producción nacional estimada 20.700

(1) Consumo estimado muy excesivo.

ARVEJA - Disponibilidades para el consumo, en toneladas

1960	SANTIAGO DEL ESTERO		SALTA Y RIOJA		CORDOBA		MENDOZA SAN JUAN		FRANJA LITORAL		MAR DEL PLATA		Disponibles, fresco para el consumo.	Consumido fresco.
	TUCUMAN	DEL ESTERO	SALTA	RIOJA	CORDOBA	SAN JUAN	MENDOZA	FRANJA LITORAL	MAR DEL PLATA	FRANJA LITORAL	MAR DEL PLATA			
Enero	-	-	100	100	50	150	150	1.000	100	100	100	100	1.400	1.050
Febrero	-	-	---	---	---	150	150	500	100	100	100	100	750	-
Marzo	-	-	---	---	---	---	---	300	100	100	100	100	400	-
Abril	-	-	---	---	---	---	---	100	100	100	100	100	200	-
Mayo	500	1.000	---	---	---	---	---	50	---	---	---	---	1.550	1.050
Junio	1.500	-	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	1.500	1.050
Julio	1.500	-	300	---	---	---	---	---	---	---	---	---	1.800	1.050
Agosto	-	-	200	200	---	1.000	---	---	---	---	---	---	1.200	1.260
Setiembre	-	-	200	200	---	2.500	---	500	---	---	---	---	3.000	2.940
Octubre	500	-	150	---	---	100	---	3.000	---	---	---	---	3.750	3.150
Noviembre	-	-	---	---	---	100	---	3.000	---	---	---	---	3.100	2.520
Diciembre	-	-	---	---	150	---	---	2.000	---	---	---	---	2.150	1.250
Disponibles, fresco, para el consumo: (a)	4.000	1.000	950	950	200	4.000	4.000	10.450	400	400	400	400		
Disponibles, fresco, total anual por región: (b)	7.000	1.000	1.000	1.000	500	4.500	4.500	33.361	400	400	400	400		
Diferencia (b - a), con otros destinos	3.000	---	50	50	300	500	500	22.911	---	---	---	---		

MELONESSANDIAS

	Sgo. del Estero	Bs. As.	San Juan	Consumidos Frescos	Sgo. del Estero	Quilmes y franja Litoral	E. Riós	Consumidos frescos.
ero	1.000	500	2.000	3.285	7.000	1.000	2.000	9.600
brero	1.000	500	2.000	3.225	7.000	1.000	2.000	9.600
zo	500	-	1.000	1.075	2.000	500	1.000	3.000
il			x					x
o			x					x
io			x					x
io			x					x
sto			x					x
iembre			x					x
ubre			x					x
iembre			x					x
iembre	500	-	1.000	1.075	2.000	-	1.000	3.000
	3.000	1.000	6.000	8.600	18.000	2.500	6.000	25.200

EXPORTACION INTERPROVINCIAL DE FRUTAS POR REGIONES

	FRANJA LITORAL BUENOS AIRES		SANTA FE		NOROESTE		NOROESTE		CUYO Y CORDOBA		RIO NEGRO		FRUTA FRESCA PARA EL CONSUMO	
	D	O	D	O	D	O	D	O	D	O	D	O	OFRECIDO (1)	CONSUMIDO
CIRUELAS	10.100	8.000	3.300	2.500					27.178	5.500			16.000	12.255
DAMASCOS	1.100	1.000	800	500					13.975	2.000			3.500	2.580
DURAZNOS	78.300	23.000	27.200	3.500					77.025	3.500			30.000	22.790
MANZANAS	33.100	25.000	1.470	1.000					92.554			152.000	178.000	136.955
PERAS	7.350	5.000	1.290	1.000					13.490	3.000		30.000	39.000	29.855
LIMONES	14.700	12.000	3.250	2.500	13.470	500	46.390						15.000	11.610
MANDARINAS	23.300	18.000	22.200	17.000	115.422	416.000	33.960						81.000	62.350
NARANJAS	63.450	50.000	19.300	16.000	307.900	50.000	125.620	24.000					140.000	107.265
ROMELOS	9.250	7.500	1.130	800	13.468	2.000	16.323	3.700					14.000	10.750
MELONES	1.350	1.000	820		11.600		9.440	3.000	16.240	6.000			10.000 (2)	8.600
SANDIAS	2.650	2.500	7.370		88.210	6.000	62.890	18.000	16.650				26.500 (2)	25.200
FRUTILLAS	800	600	480	480									1.280 (2)	1.300
UVA									50.000			20.000	70.000	53.750

NOROESTE : TUCUMAN - SALTA - JUJUY - SANTIAGO DEL ESTERO.
 NORESTE : MISIONES - CHACO - FORMOSA - CORRIENTES - ENTRE RIOS.
 CUYO : CATAMARCA - LA RIOJA - SAN JUAN - SAN LUIS - MENDOZA - CORDOBA

(1) : ESTIMADO EL 30% DE MERMAS POR COMERCIALIZACION
 (2) : ESTIMADO EL 80% DE LA PRODUCCION
 D : DISPONIBLE EN LA ZONA DE PRODUCCION
 O : OFRECIDO AL CENTRO DE CONSUMO

221 LA RACION ALIMENTICIA EN BUENOS AIRES221.1 - Generalidades

Bien sabido es que después del Uruguayo, el Argentino es el más grande consumidor de carne en el mundo (1). Sin embargo, si bien es cierto que en ciertas regiones del interior del país la carne representa la casi totalidad del consumo (ración de los económicamente débiles), en las grandes ciudades y en Buenos Aires la ración es muy variada, como ocurre en ciertos países europeos.

La abundancia de la ración promedio se traduce no sólo en una nutrición rica, sino con cierto derroche. Tradicionalmente, Argentina era un país donde la comida era barata para todas las clases sociales. Los pedazos de carne inferiores, frutas y legumbres de baja calidad, difícilmente encontraba comprador, ni siquiera a precios bajos. La riqueza de los tachos de basura era célebre. A partir de 1959 cambia esta situación, pero como los precios agrícolas suben con cierto atraso con respecto a los precios industriales y los servicios, y con ayuda de la inercia, las costumbres tomadas se mantienen.

La ración tipo de la familia argentina en Buenos Aires ha sido estudiada en comparación con las necesidades vitales publicadas por el Instituto Nacional de Alimentación. Lo requerido en calorías se excede en 6%, en hidratos de carbono en 17% y en proteínas en 7%. Se nota sin embargo un déficit de minerales, particularmente pronunciado en cuanto a calcio (-42%) y en vitaminas (Vitamina A). Este déficit corresponde a una carencia general en los alimentos producidos en Argentina.

La ración es muy variada. Las calorías recibidas se dividen de la siguiente manera entre los principales productos alimenticios:

C.F.I.

(1) - 377 kg. por año y por familia, total de carne y fiambres.

Cereales	39,68%	de las calorías conten. en la ración					
Grasas y Aceites . . .	13,33%	" " " " " " "	"	"	"	"	"
Azúcar y dulces . . .	9,5 %	" " " " " " "	"	"	"	"	"
Leche y derivados. . .	9,37%	" " " " " " "	"	"	"	"	"
Carnes	8,77%	" " " " " " "	"	"	"	"	"
Feculentos	4,98%	" " " " " " "	"	"	"	"	"
Frutas	3,05%	" " " " " " "	"	"	"	"	"
Legumbres.	1,78%	" " " " " " "	"	"	"	"	"
Pollo y Huevos	1,19%	" " " " " " "	"	"	"	"	"
Leguminosas.	0,94%	" " " " " " "	"	"	"	"	"
Pescado	0,35%	" " " " " " "	"	"	"	"	"

Se observa inmediatamente la casi total falta de interés en las legumbres secas (2) y en el pescado (2,1 kg. por mes y por familia), mientras que los cereales juegan un rol fundamental. Estos últimos se consumen esencialmente en forma de pan (60% del valor monetario gastado en cereales). El resto del consumo se divide entre las pastas (15%), el arroz (6,5%), harinas (5%) y varios productos en base a cereales.

Se puede considerar que esta ración tipo constituye el máximo para la clase obrera, al menos en cuanto a los productos caros se refiere. Además, su riqueza no permite suponer que el consumo sea mucho más elevado en las clases sociales cuyos ingresos son superiores a los de las familias que fueron objeto de la encuesta. En estos casos, el aumento en los gastos de alimentación se debe a la compra de productos de mejor presentación y en barrios donde el costo de la distribución es más elevado. No obstante, surgen diferencias en las raciones básicas de las distintas clases, cuando el precio de ciertos productos experimenta momentáneamente una fuerte alza, sea durante los meses cuando finaliza la estación en una región y comienza en otra, sea como consecuencia de calamidades agrícolas.

Así, por ejemplo, el consumo del tomate ha disminuído durante algunos meses de invierno, desde que, por distintos motivos, su precio se elevó excesivamente. (Véase Estudio especial del Tomate).

En general, el abastecimiento de Buenos Aires es abundan-

(2) - 0,7 kg. por año y por familia.

CONSUMOS MENSUALES DE FRUTAS Y VERDURAS

Encuesta 1960

ARTICULOS	CONSUMO MENSUAL POR FAMILIA											
	E.	F.	M.	A.	M.	J.	J.	A.	S.	O.	N.	D.
<u>Verduras:</u>												
Kg. Hinojo	-	-	-	-	-	0,7	0,8	0,8	-	-	-	-
" Lechuga	2,9	2,9	2,9	2,9	2,9	2,9	2,9	2,9	2,9	2,9	2,9	2,9
" Puerro	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25
" Radicha	-	-	-	0,3	0,3	0,5	0,5	0,4	0,4	0,3	0,25	0,25
" Remolacha	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4
" Repollo	0,4	0,4	0,4	0,5	0,6	0,8	0,8	0,8	0,6	0,5	0,4	0,4
" Tomate	7,9	7,9	7,9	7,9	3,0	2,9	2,5	2,5	2,7	3,1	5,1	6,4
" Verduritas	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	6,0
" Zanahoria	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2	10,8
" Zapallito	1,8	1,9	1,9	0,9	0,8	0,6	0,5	0,1	0,1	0,4	1,2	14,4
" Zapallo	1,7	1,7	1,7	1,7	1,7	1,7	1,7	1,7	1,7	1,7	1,7	11,9
" Papa	24,5	24,5	24,5	24,5	24,5	24,5	24,5	24,5	24,5	24,5	24,5	20,4
" Batata	0,5	2,2	3,1	3,9	3,9	4,0	4,2	3,8	3,1	3,0	2,1	294,0
												35,6

Mayo un importante problema económico por motivo de la exigencia mínima del consumidor con respecto a hortalizas frescas. Al disminuir las variedades disponibles, el tomate, muy solicitado ya por costumbre culinaria, llega a ser la hortaliza principal y su cotización rige todos los precios del mercado. Sin embargo, la continua alza de los precios en invierno del tomate, objeto de estudio en el párrafo especial relativo a esta producción, ha provocado una crecida demanda para las batatas como producto substitutivo.

	Mayo			Junio			Julio			Agosto		
	1943	56	60	43	56	60	43	56	60	43	56	60
Tomate	0	2,7	3	0	2,7	2,9	0	5,6	2,5	0	5,6	2,5
Batata	3,2	3,6	3,9	3,2	3,6	4,0	3,2	3,6	4,2	3,2	3,6	3,8

consumo mensual en kilogramos por familia.

En general, se puede decir que el consumo de hortalizas frescas es muy sensible a las variaciones de los precios. Volveremos sobre este punto con más detalles en el estudio sobre los precios.

En su cantidad global, el consumo de hortalizas varía poco en el curso del año, evolucionando entre 50 Kg. mínimo en Agosto y 58 Kg. máximo en Abril, para la familia tipo. El total anual de hortalizas frescas alcanza a 637 kilos, lo que es muy inferior a la ración ideal, en la cual las hortalizas representan un total de 1.400 kilos.

221.3 - Las frutas

El consumo de frutas se orienta igualmente hacia algunas frutas principales, no obstante una oferta muy diversificada. Sobre un total de 280 kilos por familia de frutas frescas consumidas durante el año, la manzana, la banana, la naranja y las uvas representan el 63%.

El consumo de la manzana, aunque más importante durante la estación (7,8 kg. contra 2,2 kg. mensuales), se extiende por todo el año, gracias al almacenaje frigorífico. Las bananas, totalmente importadas del Brasil, se consumen igualmente todo el año y en

medida invertida con respecto a la afluencia al mercado de las frutas locales. Hacen de regulador, estando en reserva permanente en los maduraderos de los mayoristas. Las naranjas se consumen durante 9-10 meses, y no justifican un almacenaje frigorífico para los meses de verano, ya que entonces llegan cantidades considerables de uvas y otras frutas de segunda importancia.

La variación del consumo de frutas, aunque más importante que en el caso de las hortalizas, queda bastante reducida, evolucionando entre los 20 y 25 kg. para los meses extremos. El cuadro adjunto, que no comprende a las cerezas, frutillas, nueces, frambuesas, castañas, indica la variedad de frutas que se ofrecen en el mercado.

En Diciembre el ananá importado del Brasil viene a compensar el déficit de la producción, cuando los saldos de stocks frigoríficos no lo pueden hacer.

La inclinación del gusto de la población hacia la manzana que surge de la distribución de las ventas, nunca fué confirmada por una encuesta hecha directamente entre los consumidores. Los comerciantes niegan que existan posibilidades para desarrollar el consumo de frutas como la ciruela y el damasco, cuyo consumo es muy reducido, o como el durazno, la mitad de cuya producción se consume en lata. La inclinación hacia el pomelo debe mencionarse como el único caso de modificación en la costumbre de los consumidores.

El consumo de limones, aunque de poca importancia en valor absoluto (1/2 kilo por familia y por mes), muestra una muy alta regularidad para todas las clases de consumidores.

Aunque ulteriormente mejor satisfecha que la ración de hortalizas, la ración de frutas es inferior a la normal, estimada en 300 kilos por familia.

221.4 - El pescado.

Ya hemos visto la poca importancia que tiene el pescado en nuestra ración alimenticia. El hecho es más anormal aún cuando se considera que la mayoría de la población es originaria de los alrededores del mar Mediterráneo, y que las aguas del litoral más cercano son particularmente ricas en pescado. La población ha perdido

el gusto del pescado, porque es muy difícil conseguirlo en el mercado, mientras los pescadores, algunas veces, tienen que devolverlo al mar por falta de demanda. Nos encontramos en presencia de un perfecto círculo vicioso que sin embargo nunca hubiera podido formarse de haber existido una política planificada.

Hay dos clases de pescado que son objeto de una comercialización importante: la anchoa y la merluza.

Esta última, preparada en filetes, representa el 70% del consumo.

221.5 - Los productos lácteos

No obstante su vocación natural para la producción animal, el consumo en la República Argentina es relativamente bajo:

Europa	350 Kgs.) Leche y derivados por habitante.
América del Sud	98 "	
Argentina.	206 "	

(Informe F.A.O. 1961)

Ello es fácil de explicar, si se toman en cuenta los precios elevados de los productos lácteos, reflejos de una productividad y de una comercialización muy deficiente. La producción media de la vaca lechera (1) importa 1560 litros por año contra 3700 litros en Holanda y 2644 litros en los Estados Unidos, y eso no obstante la excelente calidad del ganado y la riqueza de la tierra.

Frente a la reducción del consumo de leche por habitante, se observa un importante incremento del consumo de queso.

1937 - 2,4 kg. por habitante y por año.

1957 - 5,9 " " " " " " .

221.6 - Huevos y Aves.

Se estima el consumo nacional en 140 huevos por habitante y por año y en 3,5 kgs. de aves. (2)

(1) - Informe F.A.O. 1956.

(2) - Informe de CAFADE.

El consumo de huevos se especifica así:

huevos frescos	85%
" conservados	5% en cámaras frigoríficas
" transformados	10%

El consumo de aves absorbe el 95% de la producción, de lo cual el 20% se comercializa después de matada, y el resto al estado vivo.

La regularización de la producción se efectúa con la ayuda del almacenaje frigorífico. Hay 30 frigoríficos con cámaras utilizadas durante parte del año para los huevos.

La industrialización sólo trata el 0,6% de la producción de huevos. La exportación corresponde al 10% de la producción de huevos y al 5% de la producción de aves.

Según el último censo de 1961, la aglomeración de Buenos Aires se compone de 6.762.629 habitantes, de los cuales 2.966.816 en el Capital Federal y 3.725.813 diseminados por el territorio de 18 municipalidades del Gran Buenos Aires que suman una superficie de 3.447 km.2.

La Capital, más o menos circular, no excede en su dimensión más grande, de los 15 kilómetros. Las densidades calculadas por distritos electorales, oscilan en la mayoría de los casos entre los 100 y 200, y sólo sobrepasan este valor en los 8 distritos del centro con un máximo de 600 habitantes por hectárea. Con excepción del distrito Suroeste que tiene cerca de 2.000 habitantes, la ciudad tiene pocos espacios libres, salvo parques y jardines cuyo desarrollo es abundante. La densidad poco elevada es el reflejo de una construcción generalmente baja.

Si los datos sobre la densidad de la población de la Capital pueden servirnos para localizar el consumo, no es este el caso con los del Gran Buenos Aires. Ciertas Municipalidades, como la de Matanza, tienen una densidad oficial de 12 habitantes/ha. cuando el 90% de la población está concentrado sobre más o menos el 6% de la superficie municipal. Con el fin de conocer los núcleos de concentración de población que constituirán los polos de nuestro sistema de distribución de productos alimenticios, hemos confeccionado un mapa aproximativo de las zonas realmente pobladas, con sus subdivisiones en zonas de densidades similares.

Se nota en seguida que en un principio Buenos Aires se ha desarrollado por el crecimiento de sus extremidades a lo largo de las vías de comunicación radiales, caminos y vías férreas a menudo paralelas. Así, a primera aproximación, la Metrópoli parece una estrella a cuatro rayos cuyas arterias son hacia el Norte la vía férrea del Tigre, hacia el Noroeste el ferrocarril Sarmiento, hacia el Suroeste el ferrocarril General Roca y hacia el Sur la Ruta a Mar del Plata. Los espacios libres se deben a la falta de transporte, a la presencia de obstáculos tales como las zonas inundables, los aeródromos, los campos militares, las fábricas, etc.

La segunda fase del desarrollo muestra una neta tendencia a llenar los espacios libres entre los rayos, aunque siempre manteniendo la prolongación de sus extremidades. Esta tendencia es más fuerte hacia el Norte y Noroeste. Como la región de Buenos Aires no presenta ningún sitio particular, la atracción de una zona es artificial y a menudo obra de los constructores y de los negociantes en terrenos. De esta manera la estrella principal se vé adornada con numerosos satélites dispersos.

Salvo en unas pocas concentraciones, como Lanús, Avellaneda, Morón, donde la densidad excede los 100 habitantes/ha., las demás zonas urbanizadas son de tipo chalet con jardín. Desde el exterior hacia el interior la densidad crece regularmente, de 60 a 100, tal como lo demuestran los sombreados en el plano.

La observación combinada de las masas de población y de las densidades, revela inmediatamente las características fundamentales de la distribución alimenticia.

Por una parte, dos zonas cuyos centros están separados por una distancia de 15 km., y que representan cada una 700.000 a 800.000 habitantes, tienen una concentración equivalente a la de la Capital, a un lado y otro de esta.

Por otra parte, dos grupos humanos diseminados, uno al Norte, otro al Sur, que representan igualmente 750.000 habitantes aproximadamente cada uno. En estas zonas que se extienden sobre unos 15-20 ks., hay una densidad de 60 - 80, que crece a medida que se aproxima a la Capital y a las estaciones de sus arterias principales.

Finalmente, los distintos satélites aislados representan unos 250.000 a 300.000 habitantes en total.

De acuerdo al informe sobre la población hecho por el Plan Regulador de la Ciudad de Buenos Aires, podemos admitir que la aglomeración alcanzará los 8,2 millones en 1970 y los 9,5 millones en 1980.

Se puede notar, sin embargo, que estas cifras corresponden a un minimum que será excedido considerablemente si el Gobierno Nacional no toma las medidas necesarias para reducir el grado actual del desarrollo (158% en 13 años para los suburbios) que no puede

justificarse con ninguna razón de orden nacional, sino que al contrario la población que afluye debe preferir una ocupación económica en el interior del país.

El transporte de los productos destinados al Mercado de Buenos Aires debe ser analizado bajo dos aspectos distintos cada uno de los cuales corresponde a un objeto particular del estudio.

- a) - el volumen y la distribución por sector de las entradas a Buenos Aires deben hacer posible determinar el lugar del mercado y la infraestructura de las vías de acceso;
- b) - el conocimiento de las condiciones en que se realiza el transporte desde la zona de producción hasta el mercado, para poder promover métodos que suprimirán cualquier embotellamiento en este nivel.

231 - IMPORTANCIA DE LAS ENTRADAS AL MERCADO DE BUENOS AIRES

231.1 - Apreciación del volumen global.

Al nivel actual del conocimiento estadístico, "no se conoce el volumen de las entradas de productos alimenticios con destino a los mercados de la aglomeración de Buenos Aires.

Los mercados privados no disponen de estadística publicada alguna, con excepción sin embargo del Abasto de Buenos Aires que sin dar detalle, declara negociar diariamente 1.200 toneladas de hortalizas y 800 toneladas de frutas, lo que debe ser inferior a la realidad. El mercado municipal Dorrego, uno de los más importantes de la aglomeración, no tiene ningún servicio de información. El de Avellaneda, administrado por la Municipalidad, publica un estado informativo cuya cifra de 20.000 toneladas de hortalizas para el año 1960, parece bastante débil para una zona de aproximadamente 600.000 habitantes. Si bien los mercados nacionales llevan una estadística metódica de las operaciones comerciales, esos datos no tienen mayor interés, ya que el movimiento no representa ni el 10% del consumo de frutas y hortalizas y más o menos el 40% del consumo de papas. Lo mismo se puede decir con referencia al mercado de huevos y aves. Sólo el mercado de pescado puede proporcionarnos informes útiles.

De todas maneras, aún un conocimiento exacto de la comercialización llevada a cabo por cada uno de los 24 mercados mayoristas de la aglomeración de Buenos Aires, no puede permitirnos establecer el volumen de las entradas de productos alimenticios destinados al abastecimiento de Buenos Aires, visto que estos productos son objeto de distintas reventas entre los mercados.

No obstante lo impreciso de la estimación, vamos a suponer que el volumen de las transacciones en productos alimenticios ha de equivaler al consumo, más las pérdidas. El resultado de este cálculo, especificado en el Cuadro I -Anexo II, da 2.202.000 toneladas de frutas y hortalizas, a los que habría que agregar productos diversos.

La experiencia enseña que sólo el 85% de frutas y hortalizas, aves y huevos y el 50% de queso y manteca, son comercializados en dichos mercados.

Así, en el año 1965, un mercado único de concentración realizaría los siguientes movimientos:

	Frutas	Hortaliz.	Aves y Huevos	Manteca Queso	Pescado
Tonelaje anual	572.000	1.299.000	96.000	58.000	66.000
Tonelaje diario promedio (300 días por año)	1.900	4.330	320	200	220
Tonelaje diario tope(coef.1,3)	2.470	5.620	410	260	430

231. 2 - Evolución del volumen global de las entradas.

Sin embargo, estos resultados de ninguna manera, tienen carácter absoluto y hay que apreciarlos con miras al futuro.

Hemos observado ya, que la generalización de la ración indi

vidual a toda la población de Buenos Aires puede resultar algo excesiva, pero que aún así ha de ser una aproximación bastante probable. En comparación con la ración alimenticia de la población parisiense, esta ración individual, en cuanto a frutas y legumbres, parece poco, pero es normal si se considera la importancia que tiene la alimentación con carne, y las dificultades que traban la comercialización de hortalizas.

Si se emprende una acción eficiente en el nivel de la producción, es de suponer que el mejoramiento de la distribución tenga su influencia sobre el incremento del consumo individual de hortalizas, especialmente durante los períodos de enrarecimiento normal. También el consumo de frutas, aunque ya superior al de París, aún es bajo con respecto a ciertos países como los Estados Unidos. Normalmente pues, se puede suponer que en el futuro dicho consumo vaya aumentando. Para el conjunto de los productos, aún con una disminución del consumo de carne, un incremento del 20% en el curso de 20 años parece perfectamente razonable. El consumo de pescado podría duplicarse.

Mientras tanto, con el mejoramiento de las condiciones de comercialización y la generalización del uso de depósitos frigoríficos que permitirán disminuir las pérdidas actualmente muy considerables, debe ser posible en 20 años reducir estas pérdidas al 10% del consumo.

En fin, la evolución de los métodos de la comercialización ha de desviar parte de las transacciones realizadas fuera del mercado. Sin embargo, siempre será preciso efectuar una reagrupación en los depósitos particulares y se debe aconsejar la instalación de tales depósitos en los espacios reservados del mercado. Por consiguiente, esta evolución no modificaría los tonelajes globales introducidos a la zona del mercado.

Evidentemente la evolución del consumo global se halla directamente ligado al crecimiento demográfico de la aglomeración, que ya ha sido estimada en un 25% durante 20 años.

Cualquiera sea la estimación de este desarrollo, este no

ha de acarrear grandes modificaciones en la estructura del mercado que debe evolucionar hacia una más alta productividad en toneladas comercializadas por metro cuadrado.

En resumen, las superficies a atribuir a la comercialización se calcularán de manera a permitir un incremento del 50% en el movimiento de mercaderías.

231.3 - Análisis del abastecimiento de algunos mercados de Buenos Aires.

La suma de las transacciones realizadas en cada uno de los 24 mercados de Buenos Aires no representa la cantidad de transacciones que se efectuarían en un mercado único de concentración, ya que por el juego de arbitrajes entre mercados, las mercaderías se comercializan de manera sucesiva en dos, tres o cuatro mercados.

Sin embargo, se sabe que ciertos mercados reciben la gran mayoría de sus entradas directamente desde las zonas de producción. Tal es el caso de los Mercados Nacionales y de algunos Mercados Municipales, de los mercados particulares principales como el Abasto Proveedor, de la Ciudad de Buenos Aires y de Liniers.

A los fines de un mejor conocimiento del abastecimiento, el grupo de trabajo hizo una cuenta sistemática de las entradas de camiones a aquellos mercados que no disponen de estadísticas.

Así se procedió el 31 de Julio para el mercado de Abasto Proveedor, el 14 de Agosto para el Mercado Municipal de Dorrego, y el 16 de Octubre para el Mercado de la Ciudad de Buenos Aires, al censo de los vehículos de abastecimiento de frutas y hortalizas.

Se puede temer, sin duda, que el método practicado ofrezca del problema sólo el aspecto correspondiente a un día determinado, al contrario de un método de sonda que podría haber procurado una vista de conjunto sobre un año entero. De todas maneras hubiera sido difícil proceder en forma distinta, ya que una operación de censo tal como la realizada para el Mercado del Abasto, requiere medios demasiado importantes, así lo veremos luego, como para permitir su frecuente repetición, indispensable para hacer sondas valaderas. No obstante, se puede afirmar que ese temor no está fundado, porque en el caso de los análisis hechos en el mercado de los Halls de París, en dos oportunidades, los resultados concordaron con

los de otras encuestas llevadas a cabo de manera diferente.

Hay que lamentar que estos censos fueran hechos en invierno, es decir en el momento de menores llegadas de frutas y hortalizas. Sería recomendable efectuar los mismos censos hacia Febrero-Marzo para mejor conocer los límites extremos de las entradas.

Todas las encuestas fueron efectuadas sobre las llegadas del Lunes-Martes que son las más importantes de la semana. Ningún acontecimiento fortuito, anterior ni posteriormente a la encuesta, de orden político, social o climatológico ha intervenido para modificar el carácter normal de los días estudiados. Empero, en el caso del Mercado de la Ciudad de Buenos Aires, las llegadas de papas deben ser anormalmente reducidas como consecuencia de la desorganización momentánea provocada en la comercialización de dicho producto por medidas administrativas prematuras.

Organizada, ejecutada y analizada por el Grupo de Trabajo del Abastecimiento, la operación misma de censo de los vehículos de abastecimiento de frutas y legumbres, fué realizada por el personal del Departamento Municipal de Abastecimiento con la colaboración de la Policía Municipal y de la Policía Federal, o sean efectivos que en un promedio consistían de 140 personas, desde las 6 horas del Lunes hasta las 6 horas del Martes.

Como anexo final de este informe van los planos de "cierre" de los mercados y de sus zonas de influencia, indicando la ubicación de los puestos de control. Igualmente van, los modelos de la boleta de control que fué llenada para cada camión de abastecimiento de frutas y hortalizas.

Dicha boleta de control había sido redactada con la preocupación de facilitar el trabajo de los censores que tenían que operar sin causar perturbaciones en el tránsito rutero, y de determinar cómo elementos fundamentales de información:

- el tonelaje entregado de cada producto;
- la hora del abastecimiento;
- la procedencia de los productos;
- el nombre del o de los destinatarios de cada camión.

Los resultados se hallan en los cuadros adjuntos, y de ellos

se pueden sacar algunos datos trascendentes:

a) El tonelaje:

El tonelaje recibido en los tres Mercados asciende a 4.110 toneladas. Razonablemente puede suponerse un intercambio entre los mercados del orden de las 400 toneladas. Por otra parte, se sabe que los mercados nacionales tienen un promedio de entradas globales de 880 toneladas y que el Mercado de Liniers puede recibir 200 toneladas de mercadería de los productores. Así estos mercados, habrían comercializado en pleno invierno: 4.790 toneladas, o sea, el equivalente de 5.269 toneladas para un día promedio. Esta cifra corresponde más o menos, al consumo actual de la aglomeración de Buenos Aires. Teniendo en cuenta lo impreciso de esta encuesta, la observación basta para comprobar la poca importancia que pueden tener los demás mercados(16).

b) Los productos:

El estudio de los porcentajes de las entradas de ciertos productos con respecto a las entradas generales de frutas y hortalizas, permite hacer las siguientes observaciones:

El Mercado Ciudad de Buenos Aires tiene el mayor movimiento en frutas, con el 80% del total, contra el Abasto con el 42% y el Dorrego con el 37%. La distribución de diferentes clases de frutas es más o menos igual en los tres mercados, aunque mostrando una más fuerte concentración de citrus en el Mercado Dorrego. Este se confirma así como un Mercado donde los productores tienen una gran influencia.

En cuanto a hortalizas, se nota en primer lugar el bajo porcentaje de papas, muy inferior al porcentaje según el índice del consumo (en promedio: 16% contra 50%), lo que revela una importante distribución fuera del mercado.

El porcentaje de los tomates y pimientos comercializados por el Abasto, revela la concentración casi monopolista de estos productos por intermedio del Remate (36% contra el 16% en el Dorrego y el 9% en el Mercado Ciudad de Buenos Aires).

c) Repartición de las horas de llegada:

Con algunas variantes, la repartición es más o menos la siguiente para los tres mercados, a saber:

el 98%	de los camiones	entran	entre las 6h.	y las 22h.
" 60%	" "	" "	" " 6h.	" " 15h.
" 40%	" "	" "	" " 6h.	" " 12h.

Hay tres horas de "tope" - de 10 a 11, de 16 a 17, y de 21 a 22 horas. Empero, el Dorrego tiene un tope más acentuado en la noche, entre las 18 y 23 horas (30% de las entradas), recibiendo un más alto porcentaje de productores.

ε) - Número de destinatarios por vehículo

El resultado de la encuesta demuestra la importancia que tiene la agrupación de las llegadas. Efectivamente, aún teniendo en cuenta posibles errores de los censores o debidos a mala voluntad de parte de los choferes (lo que en general no se averiguó), los porcentajes son tales que la concentración resulta cierta.

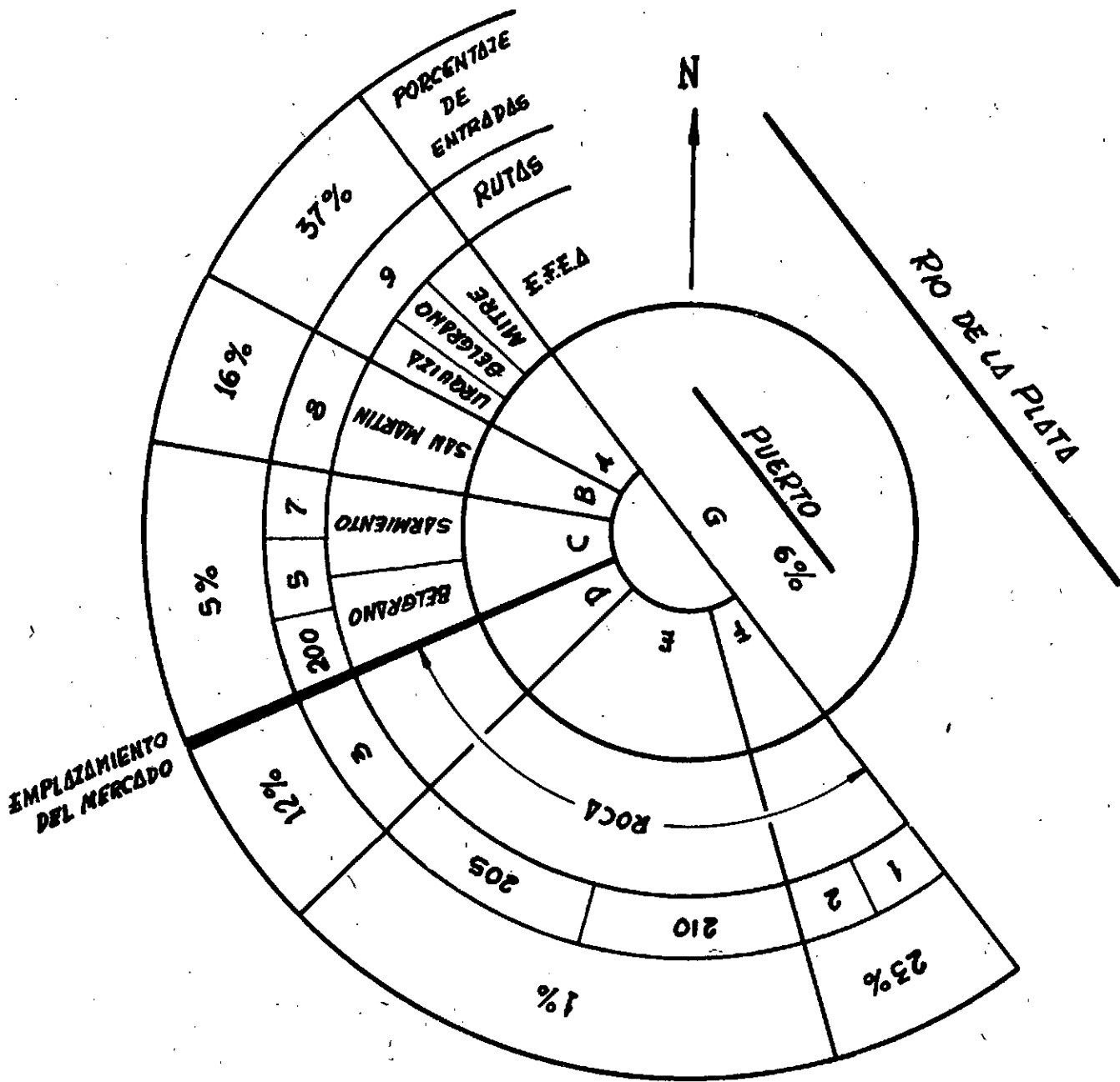
En el Abasto el 80% de los camiones tienen un destinatario;
 el 15% de los camiones tienen dos destinatarios;
 En el Dorrego el 90% de los camiones tienen un destinatario;
 el 4% de los camiones tienen dos destinatarios;

231.4- Distribución por sector del abastecimiento de Buenos Aires.

Hemos visto cual era en todo el territorio de la República Argentina la dispersión de las regiones que participan del abastecimiento de la Capital. Importe saber cómo se distribuye este abastecimiento entre las diferentes vías de entrada a la ciudad.

Con tal objeto, se dividió el espacio centrado sobre la Capital Federal en siete sectores principales, correspondientes a siete entradas principales. Cada una de estas entradas, sea que corresponda a las vías férreas o a las rutas, representa el pasaje de la producción de regiones bien determinadas, cuya distribución se resume en el Cuadro II anexo 2. Evidentemente, dicha distribución no es absoluta y sólo toma en cuenta a las provincias o departamentos que regularmente desempeñan un papel importante en el abastecimiento de la Capital. También es evidente que es arbitraria y que ha sido determinada en función de la mayor probabilidad, cuando existían varias posibilidades de encauzamiento.

Sobre la base de los volúmenes de despacho de productos ali



menticios de las principales regiones productoras, tal como surgen del estudio de la Importancia respectiva de los Distintos Centros de Producción, se ha podido calcular el volumen del abastecimiento de Buenos Aires en frutas y hortalizas por cada uno de los sectores precedentemente definidos: (Cuadro III anexo 2).

La diferencia que existe entre el total del cuadro (I) anexo 2 de las entradas al mercado, y del cuadro III anexo 2 de las entradas por sector, se debe a que estas estimaciones provienen de dos fuentes distintas.

Se vé que en lo referente a las llegadas globales del año, el tonelaje que entra a la ciudad por el Norte está más o menos en equilibrio con el tonelaje que entra por el Sur (53% contra 41%).

Más, admitiendo que la parte que corresponde al Sur se compone por el 80% de papas de Balcarce y de manzanas y peras de Río Negro, es decir de productos alimenticios redistribuidos luego de un almacenaje en depósitos comerciales, vale decir a menudo lejos de la región de producción, uno se siente dispuesto a atribuir una importancia preponderante a las llegadas del Norte.

En efecto, el abastecimiento del Norte/Noroeste corresponde a expediciones regulares de productos a menudo muy perecederos, escalonadas por todo el año. Tomates y pimientos del Norte, hortalizas frescas de Tucumán, Córdoba, uvas y ciruelas de Mendoza, melones y sandías de Mesopotamia, duraznos de Santa Fé, etc.

Por consiguiente, ha de conceder prioridades a los movimientos de mercaderías procedentes del Norte y Noroeste de la Ciudad, es decir de las zonas A, B, C, tanto para determinar la ubicación del mercado como para proyectar su infraestructura rutera. Destaquemos en esta oportunidad que la disposición de los viejos mercados fundamentales, el Abasto, el Dorrego y de sus estallidos Ciudad de Buenos Aires, Demarchi, Liniers, Colegiales, Chacarita, están todos sobre los ejes rutereros (Rivadavia) y los ejes férreos (Mitre, Belgrano, San Martín, Sarmiento) que corresponden a dicha dirección de abastecimiento.

Aunque como consecuencia de su ubicación y de su diseminación los mercados actuales reciben todo el abastecimiento por camiones, los productos se despachan desde las regiones de producción por buque, por ferrocarril y por camión. Se debe pues conocer la distribución del tonelaje global anual entre estos distintos medios de transporte que se tratará, en lo posible, hacer entrar directamente al recinto del nuevo mercado.

No se puede conocer con precisión el transporte por ferrocarril de las frutas y hortalizas destinadas a los mercados de Buenos Aires. Disponemos, como fuente exacta de información, de estadísticas del transporte de los ferrocarriles con indicación de los productos transportados, de la estación de origen y de la estación de destino, según el detalle en los cuadros IV y V, anexo 2. Evidentemente, el destino de un producto que nos interesa es múltiple: exportación, industria, vinificación, reexpedición y muy a menudo el destino definitivo queda sin determinar hasta el último momento de la comercialización.

Por este motivo hemos tratado, sobre la base del conocimiento del consumo por una parte, y de las expediciones agrícolas tales como surgen del Estudio sobre la Importancia Respectiva de los Distintos Centros de Producción por otra parte, hacer una estimación del transporte efectuado por cada una de las grandes líneas de ferrocarril con destinación a los mercados de Buenos Aires.

Los resultados de este análisis aparecen detallados en el Cuadro VI anexo 2. Queremos recordar que en estos datos no figuran las reexpediciones aunque actualmente una parte va al "Rematé del Abasto". Sin embargo, el error que de ello resulta en el tonelaje global no ha de ser muy importante, dado que el consumo de tomates y pimientos estimado para Buenos Aires es alto y debe corresponder al consumo real más las reexpediciones.

El tonelaje transportado por ferrocarril representaría el 26% de los abastecimientos globales de frutas y hortalizas. Esta proporción es muy baja, si se compara con la proporción admitida en Francia como promedio (42%), mientras que en Argentina las distancias medias de transporte son mucho más grandes, lo que habría de favorecer al transporte por riel.

Aunque una zona importante de producción es servida por el

río Paraná, con sólo unas raras excepciones, los únicos transportes fluviales corresponden a las importaciones del Brasil, es decir, ananás y bananas. Esta parte ha sido estimada en 131.000 toneladas por año, para el consumo de Buenos Aires.

Como no disponemos de ninguna estadística detallada referente al transporte rutero, supongamos que éste corresponde a la diferencia entre los abastecimientos globales y los transportes por ferrocarril y marítimos, tales como han sido estimado más arriba.

Los resultados de la distribución por medio de transporte y por sectores geográficos del abastecimiento global de Buenos Aires, se consignan en el Cuadro VIII -Anexo II.

232.2 - El Transporte Ferroviario

21 - Distribución por productos:

Como se puede observar en los cuadros IV y V -Anexo II, en general, el transporte ferroviario es importante para algunos productos bien determinados. En el caso de algunos de éstos, el 75%/85% de su producción, es transportado por ferrocarril.

Es para las frutas donde más se utiliza el transporte ferroviario:

- manzanas y peras de Río Negro, parte para el mercado de consumo y parte para el puerto de exportación;
- citrus del Noreste y Noroeste. Las mandarinas vienen en un 80% a granel;
- uvas de Mendoza y San Juan para la mesa y para la vinificación en Buenos Aires;
- melones y sandías del Noreste y
- las demás frutas no representan más del 5% del total transportado.

En total, la fruta representa unas 700.000 toneladas de transporte en 1960, mientras que las hortalizas alcanzan apenas unas 200.000 toneladas. De éstas, las más importantes son:

- los tomates y pimientos del Noroeste y de Río Negro, a los que se agregan los demás productos del Noroeste: chauchas, berenjenas, y zapallos, todo esto representando un 50% del total de las hortalizas.

- papas y batatas de Balcarce figuran apenas por el 10% de la producción,
- el ajo y la cebolla de Mendoza-San Juan y del Norte,
- el zapallo del Noroeste.

Se notará que se utiliza el ferrocarril para las producciones concentradas y organizadas, lo que es normal, dado que sus medios materiales son insuficientes para satisfacer todas las necesidades de los productores y que las tarifas son anormalmente bajas.

232 - 22. El tránsito

Una primera conclusión de este análisis suscito, es la importancia de los días tope de las entradas al mercado.

Este tope se producirá en general, hacia el fin del invierno en las vías de trocha media del Ferrocarril Gral.Urquiza, donde predominan los citrus;

en pleno invierno en la vía de trocha angosta del Ferrocarril Gral.Belgrano, donde predominan las hortalizas de invierno (tomates y pimientos) y

en pleno verano en las vías de trocha ancha, que reagrupan a la mayoría de las frutas de verano, de las cuales: las manzanas y las peras, se despachan en su totalidad en los tres meses de febrero, marzo y abril.

Así se establecieron en 1962, los siguientes días "topes" en las principales estaciones terminales de Buenos Aires:

trocha media	- URQUIZA-F.LACROZE	- Setiembre 10:	100 vagones de citrus
"	angosta - BELGRANO-RETIRO NORTE	- Junio 25:	63 vagones tomates y citrus
"	ancha - MITRE-COLEGIALES	- Enero 9:	90 vagones melones-sandías
"	" - SAN MARTIN-PALERMO	- Febrero 19:	48 vagones uvas y duraznos
"	" - SARMIENTO-CABALLITO	- Febrero 19:	86 vagones uvas duraznos, ciruelas
"	" - ROCA-CASA AMARILLA	- Marzo 16:	277 vagones manzanas-peras

En consecuencia, teniendo en cuenta los productos cuyo destino es otro que el mercado, se deberá, según toda probabilidad,

prever una recepción máxima de :

75 vagones en vías medias

63 vagones en vías angostas

430 vagones en vías anchas

En promedio el tránsito se puede calcular sobre la base de 160 días de descarga, o sea para un promedio de 600.000 toneladas anuales, aproximadamente 3.750 toneladas diarias, lo que representa 187 o 250 vagones, según sean de 20 o 15 toneladas promedio.

Estas características significan una considerable caída del tránsito ferroviario que se confirma en los años 1961 y 1962. Sin embargo, es de suponer que la mejora de las condiciones de circulación y de maniobra ayuden al desarrollo del transporte ferroviario.

232 - 23 - El material ferroviario.

Sin querer adelantarnos a un estudio que ha de hacerse ulteriormente, se puede ilustrar la insuficiencia de los medios materiales de que dispone la E.F.E.A. con la mención que existen 1500 vagones ventilados, cuando sólo las necesidades de Río Negro y de Cuyo exigen más o menos 4.000 vagones refrigerados. También existe un número muy reducido de material de tracción.

A N E X O II

ENTRADAS AL MERCADO CENTRAL DE BUENOS AIRES

	Consumo(1) por familia en Kg. por año.	Consumo glo bal de la metrópoli en 1.000 tn. por año. (2)	Entradas al Mercado en 1.000 tn. por año.(3)	Parte esti mada del transporte por EFEA. (4)	Parte es- timada del transporte por camión. (5)
Pescado(10)	27,60	55	66		
Aves (7)	14,00	28	34		
Huevos (6)	33,00	66	79		
Manteca	13,20	26	31		
Queso (8)	36,00	72	86		
<u>FRUTAS</u>					
Banana	54,4	109	131		131
Limón	5,4	11	13	8	5
Mandarina	29,0	58	70	60 &	10
Manzana	63,7	127	152	142 &	10
Naranja	49,9	100	120	99 &	21
Pera	13,9	28	34	30 &	4
Pomelo	5,0	10	12	9	3
Uva	25,0	50	60	40 &	20
Sandías y Melones	13,8	28	33	23	10
Otros	20,2	40	48	12	36
Total	280,3		673	423	250
<u>HORTALIZAS</u>					
Acelga	40,8	81	97	Escasa	97
Batata	35,6	71	85	(a)	(a)
Cebolla	34,8	70	84	47 (b)	43(b)
Lechuga	34,8	70	84	Escasa	84
Papa	294,0	588	706	25 &	766 &
Tomate	59,4	119	143	72 (c)	119(c)
Zanahoria	14,4	29	35	(d)	(d)
Zapallo	20,4	40	48	10	38
Otros	103,0	206	247	19 (e)	209(e)
Total	602,4 657,2		1.529	173	1.356
Total F y H	882,7 (9) 917,5		2.202		

(1) Resultado de la encuesta del presupuesto familiar en la Capital Federal. Dirección Nacional de Estadística. 1960.

(2) Estimación de la población en 2.000.000 de familias de 4 personas en 1965 por la Metrópoli.

(3) Incluidos mermas del 20% de tonelaje correspondiente al consumo real.

////////



/////

- (4) Datos de entradas a la Metrópoli suministrados por la E.F.E.A. correspondiente al año 1960. Se supera igual el tráfico de 1965.
- (5) Corresponde a la diferencia entre las entradas totales y las entradas por E.F.E.A.
- (6) 12 huevos - 660 gr.
- (7) datos de CAFADE 1960
- (8) incluido "dulce de leche"
- (9) El consumo correspondiente en París es de 940 kg.
- (10) " " " " " " " " 56 kg.
 - (a) incluidos en papas
 - (b) " " " ajos
 - (c) " " " pimientos
 - (d) " " " varios
 - (e) " " " zanahoria, excluido pimientos y ajos.
- (&) Sin contar la parte que se despacha fuera de Buenos Aires y la parte que tiene otro destino que el consumo fuera de Buenos Aires.

ABASTECIMIENTO DE BUENOS AIRES

(Estimaciones para 1965)

Zonas de producción que participan al abastecimiento
de Buenos AiresRuta 9

Zona A)

Pcia de Buenos Aires-Partidos-

San Nicolás - Ramallo
 San Pedro - Baradero
 Zárate - Campana
 Tigre - Islas del
 Delta

Otras Provincias

Misiones, Corrientes, Entre
 Ríos, Santa Fé, Tucumán, San
 tiago del Estero, Salta, Ju-
 juy.

Ruta 8

Zona B)

Pergamino - Bme Mitre
 Pilar - Sarmiento
 San Martín-

Córdoba, Catamarca, Rioja,
 Mendoza, San Juan.

Ruta 7,
5, 200

Zona C

Rojas - Arenales
 Junín - Chacabuco
 Areco - Luján
 Mercedes - Chivilcoy
 Bragado - Moreno
 Merlo - Morón
 Marcos Paz -

Mendoza, San Juan
 (parte sur; Colonia Alvear)

Ruta 3

Zona D

Cañuelas - Matanza
 25 de Mayo - Bolívar
 Alvear - Olavarría
 Saladillo - Buratovitch

Río Negro

Ruta 205
210

Zona E

Esteban Etcheverría
 San Vicente - Gral. Paz
 Brandsen - Alte Brown

Ruta 1-
2

Zona F

Avellaneda - Quilmes
 La Plata - Florencio
 Varela
 Magdalena - Mar del
 Plata
 Balcarce -

Zona G

Importación del puerto de Buenos Aires.

ABASTECIMIENTO DE BUENOS AIRES
(estimación para 1965)

Distribución de las entradas por zonas de producción

	FRUTAS	HORTALIZAS	PAPAS	
A	283.723	406.790	142.000	832.513
B	35.685	240.690	91.000	367.375
C	34.240	65.000	4.000	103.240
D	174.300	71.161	30.000	275.461
E	--- ---	13.000	--- ---	13.000
F	15.770	72.200	425.000	512.970
G	131.000	--- ---	--- ---	131.000
<u>Total</u>	674.718	868.841	692.000	2.235.559

	F. C. N. URQUIZA	F. C. N. BELGRANO (Est. RETIRO)	F. C. N. MITRE	F. C. N. SAN MARTIN	F. C. N. SARMIENTO	F. C. N. BELGRANO (Est. Bs. As.)	F. C. N. ROCA	T O T A L
Manzanas		80.000	12.000	5.084.925	155.000		237.194.200	242.526.125
Peras		30.650	24.000	3.482.905	2.685.000		33.479.000	39.701.555
Limonos	5.146.830	3.464.040	2.510.100	58.180		58.400		11.237.550
Naranjas	116.324.020	19.812.330	3.182.000	206.850	10.000			139.535.200
Mandarinas	130.727.196	6.377.350	4.474.000	322.400				141.900.946
Pemelos	8.420.170	5.149.810	5.000	40.000				13.614.980
O/citricos	19.880	1.945.020		24.330			591.300	2.580.530
Uva de traslado		113.520		44.290	20.070.000		42.000	20.269.810
Uva Otro destino		15.650		39324.035			573.000	39.912.685
Duraznos				1952.935	3.497.000		75.900	5.525.835
Menbrillos					10.000.000			10.000.000
Ciruelas					4.000.000			4.000.000
Otras frutas	321.480	6.682.740	213.000	1.290.865	1.000.000		334.200	9.842.285
Melones y Sandias	7.558.230	622.840	11.672.800	3.127.910			180.500	23.186.930
TOTAL	268.517.806	44.293.950	22092.900	54.959.625	44.417.000	83.050	272.470.100	703.834.431

Carga recibida por ferrocarril.

1960/61

	F.C.N. URQUIZA	F.C.N. BELGRANO (Est.Retiro)	F.C.N. MITRE	F.C.N. SAN MARTIN	F.C.N. SARMIENTO	F.C.N. BELGRANO (Est. Bs.As.)	F.C.N. ROCA	T O T A L
1º Novlem- bre								
PAPAS Y BATATAS		1.965.080	12.803.170	623.470	10.000	44.460	24.918.100	40.364.280
ZAPALLOS		1.010.600	8.443.680	839.740	18.830		221.100	10.523.950
AJO Y CEBOLLA	101.570	5.693.700	5.076.800	35.245.350	550.450		604.050	47.271.920
TOMATE Y AJIES		43.957.050	101.000	803.109	1.114.430	180.200	25.767.400	71.923.189
OTRAS HORTALIZAS	476.370	16.571.425	1.507.080	151.070	42.000		232.400	18.980.345
<u>T O T A L</u> 1960/61	577.940	69.197.855	27.931.730	37.662.739	1.735.710	224.660	51.733.050	189.063.684

Carga recibida por ferrocarril.

PRODUCTOS QUE LLEGAN POR EFEA CON OTRO DESTINO QUE EL MERCADO FRESCO DE BUENOS AIRES

ESTIMACIONES PARA 1960	URQUIZA	BELGRANO (Retiro)	MITRE	SAN MARTIN	SARMIENTO	BELGRANO (Bs. Aires)	ROCA	TOTAL
NARANJAS	40.000							40.000
MANDARINAS	80.000							80.000
LIMONES	2.000	1.000						3.000
POMELOS	2.000	2.000						4.000
MANZANAS							100.000	100.000
PERAS							10.000	10.000
MEMBRILLOS								
UVAS				20.000	10.000			30.000
VIARIOS				10.000				10.000
TOTAL	124.000	3.000		30.000	10.000		110.000	277.000

(Toneladas)

Cuadro VII

FRUTAS Y HORTALIZAS

Distribución del tonelaje de las entradas por grandes direcciones
Estimaciones para el año 1965

ZONA DE PRODUCCION	A		B	C		D	E	F	G	TOTAL
FERROCARRIL	Urquiza	Belgrano	Mitre	San Martín	Sarmiento - Belgrano		Roca			594.021
FRUTAS	144.310	40.438	18.633	24.790	31.388	81	161.443			421.083
HORTALIZAS	3	59.513	24.232	36.824	1.505	-357	51.218			172.938
RUTAS NACIONALES	9		8	7 - 5 - 200		3	205-210	1-2		1.641.538
FRUTAS	80.342		10.895	2.771		28.627		131.000		253.635
HORTALIZAS	465.042		294.866	67.852		560.143				1.387.903
TOTAL										2.235.559
FRUTAS	283.723		35.685	34.240		190.070		131.000		674.718
HORTALIZAS	548.790		331.690	69.000		611.361				1.560.841

NOTA: Sin tomar en cuenta los productos que tienen otro destino que el Mercado Central.

241. LOS MERCADOS MAYORISTAS DE BUENOS AIRES - ANALISIS

241.1 - GENERALIDADES:

La venta al por mayor de los productos alimenticios requeridos para el abastecimiento de Buenos Aires, es compleja y extremadamente dispersa. Cada producción importante tiene su lugar y su modo de comercialización favoritos. En el otro extremo de la cadena, cada zona, cada categoría de minoristas tiene su sistema personal para la compra y su mercado preferido. Entre estos dos protagonistas de la distribución, una monstruosa telaraña, dentro de la cual, en medio de los múltiples mercados, se desarrolla un incontrolable movimiento browniano de mercaderías y de individuos que se dividen la responsabilidad de asegurar el contacto entre los productores y consumidores.

No es posible hacer ninguna estadística, ningún análisis. Para convencernos, ha sido suficiente descubrir que era imposible conocer el número exacto de locatarios en el mercado principal.

Por consiguiente, trataremos de describir con la mayor precisión posible, el mal de la distribución en el nivel de los intercambios mayoristas tal como se presenta en el día de hoy en Buenos Aires.

Aquí se impone una observación preliminar. No es posible considerar el problema del abastecimiento de la Capital Federal, separado del de sus suburbios. En general, la Capital recibe en el estadio de la venta al por mayor, todos los productos que consume la Metrópolis. Raramente los minoristas de la Capital se proveen en los mercados mayoristas situados en el territorio suburbano o el Gran Buenos Aires. Estos alimentos son objeto de transacciones comerciales en más de 20 mercados mayoristas diseminados en todo el territorio de la Capital.

Generalmente, el mismo producto se vende, sucesivamente en dos, tres o cuatro mercados mayoristas.

De un modo casi general, los mercados se han instalado en la terminal de las líneas de ferrocarril. Esta ubicación respondió a dos condiciones principales: limitar los trasbordos y ofrecer los productos en un lugar que esté lo más cercano posible a las zonas de concentración de consumidores. El concepto de mercado-estación está pues, presente desde hace mucho tiempo en la mente de los profesionales de la distribución. Empero, este concepto no evolucionó en el sentido que permitiera la solución espontánea de todos los problemas de abastecimiento y que ahora se ha tornado irrealizable por el desarrollo de la ciudad: instalar un gran mercado-estación en el puerto. Dicha parte de la ciudad, aunque geográficamente excéntrica en el plano de la aglomeración limitada al Este por el río, es, no obstante, demográficamente muy central y representa el único punto de convergencia de todas las líneas de ferrocarril construídas para satisfacer las exigencias de la exportación de los productos agrícolas.

La subdivisión del mercado central de Buenos Aires, en una multiplicidad de mercados, fue la obra del tiempo en ausencia de una coordinación. Sin embargo, el hecho de que no obstante las dificultades de toda clase que surgieron con el desarrollo de la aglomeración, un mercado central haya podido conservar el 60% del movimiento total de las ventas mayoristas de frutas y hortalizas, es más bien un testimonio de la necesidad de la concentración, que favorece al comercio más que a la fuerza coercitiva de los mayoristas. No se puede, en efecto, mantener una organización comercial que no presente ningún interés. El "Mercado del Abasto", que poco a poco ha perdido todas sus razones de ser, debe la importancia que aún le queda, a la formidable concentración de productos agrícolas, que ofrece diariamente a los compradores de toda la Metrópolis y de otras ciudades del país.

241. 2 - El Mercado del Abasto:

Creado en el año 1891, ocupó en aquel entonces, el centro de una aglomeración de 600.000 habitantes, frente a una avenida de mucho tránsito y a trescientos metros de la estación termi-

nal de una línea de ferrocarril que comunicaba con la región Norte para el abastecimiento de frutas y hortalizas. La superficie cubierta era de 14.000 m² y abrigó a 211 locales de 50 m². cada uno, cerrados por rejas provistas de puertas telescópicas. En el subsuelo, 4000 m². disponibles para el almacenaje de mercaderías y de envases.

En 1936 la población urbana alcanzó los 2.500.000 habitantes. Se completó el "Mercado del Abasto", con una construcción de 4 pisos de 11.000 m². cada uno. La planta baja se destinó a las hortalizas con 322 locales de 30 m². cada uno, reservándose los viejos puestos desde entonces, para la fruta. El primer piso destinose a la venta minorista, el primer subsuelo a la venta por remate de carnes y el segundo subsuelo al depósito de los envases y a algunos maduraderos de bananas. Ya se podía adivinar el vicio inherente a este mercado, que no tenía ninguna posibilidad de desarrollo en armonía con el de la aglomeración. En 1891 se destinó 1 metro cuadrado para casi 50 kilos diarios, lo que corresponde a la norma admitida universalmente para los mercados modernos; en 1936, después de la readaptación, en 1 metro cuadrado debían comercializarse 80 kilos. Se puede admitir que actualmente, se vende un promedio de 120 kilos de frutas y hortalizas por metro cuadrado y por día.

No hay más ningún desarrollo posible. Los dos últimos años eran de 6000 m². a 200 metros del Mercado, para el local de ventas por remate, de las hortalizas del Noroeste y 8000 m². para la construcción de 66.000 m³. de cámaras frigoríficas.

La creación del local de ventas por remate, no significa ninguna ventaja para las superficies disponibles para la venta al por mayor de hortalizas, dado que los productos vendidos en subasta son destinados a ser exhibidos ulteriormente, para la venta en uno de los grandes mercados mayoristas de la aglomeración.

Todo el espacio es utilizado al máximo. Aunque no haya más que 542 puestos fijos, según datos proporcionados por la misma Administración del Mercado, hay más o menos 800 locatarios de espacios, algunos temporarios, otros sublocatarios. Numerosos mayoristas han instalado su local de venta en los espacios reservados a la circulación interna o en los inmuebles vecinos. Fuera del mercado hay alrededor de 43 locales de venta de frutas, que cubren 6.000 m². y 11 puestos de

ventas de hortalizas que cubren 1.000 m². Algunos comercios venden a todo el país, en especial manzanas y bananas y las hortalizas del Norte, de las cuales, la comercialización nacional está totalmente concentrada alrededor del Abasto.

Sin embargo, la falta de espacio del Abasto es el mal menor. Ya concebido con pocas vías de circulación interna (1.000 m²) y sin espacio para el estacionamiento, en una época en que los vehículos de tracción a sangre ocupaba poco lugar, el mercado es hoy, prácticamente inaccesible. No sólo que los camiones han llegado a tener dimensiones importantes sino que también el transporte rutero ha suplantado en gran forma al transporte por riel.

Cuatro kilómetros de veredas alrededor del Mercado, se utilizan para el estacionamiento y los que llegan últimos, tiene que parar a más de 500 ms. de distancia. Todo el transporte de las mercaderías se efectúa a hombro por peones cuya fuerza, agilidad y rapidez son, por otra parte, tales, que muchos mayoristas están convencidos de que ninguna modernización puede mejorarlos.

En fin, el desarrollo de la circulación de automotores alrededor del mercado, que se encuentra ahora en el centro de la zona de mayor densidad demográfica, entorpece considerablemente la llegada de los camiones de entrega, que se presentan durante las horas de densa circulación, a saber, entre las 8 y 12 horas y las 16 y 18 horas.

No obstante todas estas dificultades, se estima que unos 10.000 minoristas camioneros, semi-mayoristas y mayoristas vienen todos los días a hacer sus compras en el Mercado del Abasto que, de acuerdo con datos suministrados por la Administración del Mercado, comercializan un promedio de 1.200 toneladas de hortalizas y 800 toneladas de frutas diarias, o sea, el 60% del abastecimiento de la Metrópolis. Esta importancia prueba que esta gran concentración de productos alimenticios, representa para el comprador una ventaja tal que compensa los inconvenientes. Sin embargo, el estallido era inevitable. Iniciada la desconcentración mucho antes de 1935, siguió hasta alcanzar el número de 25 mercados mayoristas conocidos, de los cuales, 20 dividen entre sí, operaciones de reventa y apenas el 15% de las primeras ventas mayoristas.

Resulta bastante difícil hacer una tasación de las pérdidas

de toda clase, causadas por la ubicación y el funcionamiento del Abasto. Sin embargo, en lo que se refiere a la comercialización de los productos del Norte (tomates, pimientos, berenjenas y zapallitos de invierno) se puede tratar de enumerar los costos de las manipulaciones de que son objeto estos productos, antes de llegar al minorista.

En la estación de llegada, descarga y carga en camiones.	M\$N	1,50
Transporte por camión desde la estación al local de remate.	"	4,-
Descarga para la venta.	"	1,50
Carga y transporte al Mercado de Abasto(300m)	"	2,50
Descarga al puesto de exhibición para la venta al por mayor	"	1,50
Carga y transporte hasta un mercado de la periferia	"	5,50
(1) Descarga al puesto de exhibición para la venta semi-mayorista	"	1,50
Carga en el camión del minorista	"	1,50
	<u>Total</u>	<u>M\$N 19,50</u>

por cajón de 22 kgs. cuyo valor asciende a más o menos m\$n. 300.-, o sea el 6,5%

(1) - En el 50% de los casos se puede evitar esta operación.

Cuando el desplazamiento del Abasto aún era posible, era una operación que nadie podía pensar en ella. Así, para subsanar deficiencias, se han instalado mercados mayoristas un poco en todos lados al azar, creando de esta manera la diseminación, responsable del estado desastroso en que se realiza la distribución en el momento actual.

241.3 - Los mercados terminales

Numerosos mercados se han ubicado en las terminales de las líneas férreas, o de las grandes rutas a las entradas de la Capital, manifestando de esta manera la intención de los productores

de evitar los obstáculos de la circulación en el centro de la ciudad y en las cercanías del Abasto. Así se crearon los mercados de:

CHACARITA Y COLEGIALES: Estos funcionan desde el año 1905 como mercados-estaciones, vendiendo por lotes importantes en el andén mismo de descarga. El primero corresponde al Ferrocarril Urquiza, especializado en agrrios; el segundo al Ferrocarril Mitre, especializado en calabazas, melones y sandias.

CIUDAD DE BUENOS AIRES: Creado en 1920 antes de la extensión del Abasto, del que constituye un verdadero desdoblamiento a 1.600 m. de distancia de este. Por el volumen de sus operaciones es actualmente el tercer mercado mayorista de frutas y legumbres.

LINIERS: Creado en 1925, sobre la Ruta Nacional n° 7 y el Ferrocarril Sarmiento, dos ejes de tránsito correspondientes a las zonas de producción Oeste y Noroeste.

DEMARCHI: En 1930, sobre la Ruta Nacional N° 3, que tiene un importante movimiento de Lentejas frescas del cinturón verde.

241-4 - Los mercados administrados por la Autoridad Pública

La misma preocupación de concentrar las ventas mayoristas cerca de las estaciones de descarga ha guiado la selección de los emplazamientos de los mercados creados por la Autoridad Pública con el fin de restringir el poder monopolista ejercido por ciertos mercados privados.

41 - Los mercados nacionales: Bajo la autoridad del Ministro de Comercio:

- Papas : Instalado en 1933 sobre el Ferrocarril Gral. Roca a la Estación "Casa Amarilla";
- Ajo y Cebolla: Instalado en 1944 sobre los Ferrocarriles Gral. Bmé. Mitre y Gral. San Martín, a la estación de Retiro.
- Frutas : Instalado en 1951, en el mismo lugar que el precedente.

42 - Los mercados municipales: Bajo la Autoridad de la Municipalidad de Buenos Aires:

- Concentración Dorrego: en 1935 a una estación cuyo destino fué cambiado, del Ferrocarril Gral. Mitre que nunca utilizó esta facilidad. Después del -

Abasto, es el mercado mayorista de frutas y legumbres más importante, y el único que disponga de un espacio para los productores realmente utilizable, aunque muy reducido - (525 m²).

- Ingeniero Brian: Instalado en 1959. Representa una tentativa sin éxito para instalar otro polo de comercialización de frutas y legumbres, más o menos opuesto al Mercado Dorrego. No obstante el interés que este mercado ofrecía a los minoristas de una zona importante de población (Buenos Aires-Constitución-Avellaneda-Lanús), en su lugar los compradores dieron la preferencia a los mercados tradicionales más alejados, pero mejor y más regularmente abastecidos.

- Huevos y Aves: Concentra todas las operaciones de venta de huevos y aves y que se realizan en mercado. Las operaciones fuera de mercado, sin embargo, es decir las realizadas directamente con los industriales, representan la parte más importante.

- Pescado: Concentra todas las ventas al por mayor de pescado de la aglomeración de Buenos Aires.

43 - Los mercados provinciales:

- Tigre: Instalado en el puerto que sirve a las islas del Delta del Río Paraná, este mercado permite la comercialización de los productos hortenses a su descarga. Los compradores son en general mayoristas de los diferentes mercados mayoristas. Este mercado, creado y administrado por la Provincia de Buenos Aires, ha de favorecer al desarrollo de una región de difícil explotación.

241-5 Los mercados distribuidores

El desarrollo de la densidad demográfica alrededor de los principales mercados que acabamos de nombrar, ha hecho siempre más difícil y a veces hasta imposible el acceso, la maniobra y el estacionamiento de los vehículos de los compradores. A ello se agrega el desarrollo en superficie de la población, alargando cada día algo más las distancias que los compradores han de recorrer sin que hayan sido mejoradas las condiciones del tránsito.

Por consiguiente, se hizo necesario de corresponder a este

desarrollo y a este atascamiento, mediante una expansión y una des-intoxicación de los movimientos exigidos por el mercado. En ausencia de planos y de autoridad, esta evolución inevitable se ha producido por la multiplicación de los centros de redistribución, diseminados lejos de los mercados centrales y al corazón de los nuevos centros de la población. Estos mercados constituyen reagrupaciones cómodas para el minorista, pero onerosas para los consumidores, porque a causa de su ubicación y de su importancia no pueden ser más que centros semi-mayoristas, es decir centros de reventa de los productos adquiridos en un mercado mayorista más importante. Este dato ha sido comprobado por el análisis del movimiento de los camiones y por el hecho de que la mayoría de los grandes mayoristas de los mercados principales son propietarios de puestos en estos mercados periféricos.

Abasto de Avellaneda: - 1930 - El más importante, tanto por su rol de distribuidor de una zona de cerca de un millón de habitantes, como por el papel de arbitrador que desempeña entre la zona de producción de La Plata (legumbres frescas) y el mercado del Abasto.- Desde unos años es administrado por la Municipalidad de Avellaneda.

Abasto de Quilmes: Igualmente importante y bien situado en el punto de la intersección de los dos ejes ruteros principales el Camino de la Cintura exterior y la Ruta Nacional 1 y 2.

Turdera: De reciente realización, 1961, su buena ubicación ya le ha permitido eliminar a un mercado más antiguo y vecino, el de Temperley.

Abasto de Morón: situado sobre la misma arteria tradicional de las entradas de frutas y legumbres que atiende a Liniers, Demarchi, Abasto y Ciudad de Buenos Aires, intenta desempeñar el papel, como lo hace Avellaneda, de arbitrador entre las zonas de producción vecinas y el Abasto, y con tal fin ofrece una gran plaza de productos de 400 m². Igualmente situado en la intersección del Camino de Cintura y de las Rutas Nacionales 5 y 7.

Velez Sarsfiel: Aunque antiguo, 1935, no ha tenido tiempo de desarrollarse como mercado distribuidor de las poblaciones del Noroeste, debido a la competencia del mercado de Liniers, a una distancia de dos kilómetros.

"Ricci de Morón" - San Martín - San Fernando: Son mercados del mismo tipo que los antes mencionados, pero de mucho menos importancia.

Aunque no disponiendo de estadísticas referente a las operaciones efectuadas por estos mercados, no sería lógico suponer que estos mercados, aún como redistribuidores, puedan desempeñar un papel de alguna importancia en el abastecimiento de las poblaciones de los cercanos suburbios. Efectivamente, aún si el Avellaneda hiciera el doble de lo que declara, sean 80.000 toneladas anuales, estas operaciones no cubrirían la 1/3 parte del abastecimiento de la población que le corresponde. Y dicho porcentaje es seguramente menos importante aún para los otros mercados.

241.6 - Los locales de venta en remate.

Sólo hay, en Buenos Aires, un mercado importante, reservado exclusivamente a la venta en remate. De propiedad de la Sociedad Anónima del Mercado del Abasto Proveedor, y situado a doscientos metros de este, sólo comercializa durante la estación de invierno las legumbres del Norte de la Argentina. Todos los productos vendidos en este mercado se revenden al por mayor en uno de los grandes mercados ya mencionados.

Conscientes de la mala instalación del mercado que requiere manipulaciones considerables además de un transporte por camión desde las estaciones de descarga, los promotores acaban de celebrar un acuerdo con la Cía del Ferrocarril Gral. Belgrano, para realizar una nueva instalación en la playa de descarga de la estación terminal (1)

241.8 - CONCLUSION SOBRE LA RED DE MERCADOS MAYORISTAS DE BUENOS AIRES.

Se puede decir que si hasta ahora Londres presentaba el

(1) El temor de ver instalarse un mercado único de concentración precipita su realización que se terminaría a principios de 1963.

sistema de mercados mayoristas más complejo y más diseminado para una aglomeración de esta importancia, el análisis demuestra que el caso de Buenos Aires lo supera ampliamente.

Existen puntos comunes en cuanto a la concepción general del problema. En Buenos Aires como en Londres se admite el principio de la pluralidad de los mercados. En ambos casos los principales mercados mayoristas se encuentran a escasa distancia unos de otros, en el centro de la población, y mercados de importancia secundaria desempeñan el papel de redistribuidores en los límites de los suburbios. En ambos casos se ha dejado agravar el atollamiento de los mercados entre la población, porque el mal amortiguado por una subdivisión geográfica de los lugares de comercialización al por mayor pareció menos grave y más fácil de corregir.

Empero, en Buenos Aires el caso se presenta más grave, porque en vez de 10 mercados sobre 1800 km², son 24 mercados distribuidos sobre 1000 km². Además, si en Londres la subdivisión de los mercados tenía un origen lógico en el carácter muy especializado del minorista que justificó una especialización de cada mercado mayorista, en Buenos Aires, donde el comercio minorista tanto como el mayorista es muy polivalente, las consecuencias son desastrosas para la formación de los precios, a causa de los arbitrajes que imponen. En fin, en Inglaterra el comercio de frutas y legumbres trafica con una sólida tradición de confianza y de normalización, una gran parte de los productos alimenticios que, aún siendo comercializados en los mercados mayoristas, físicamente no pasan por el área de operación. Sin embargo, por varios años aún esta evolución está lejos de realizarse en las condiciones actuales de la comercialización en Buenos Aires. Antes de proceder a una breve descripción, quisiéramos resumir las características físicas de los principales mercados.

242

CARACTERISTICAS DE LOS MERCADOS MAYORISTAS

CARACTERISTICAS FISICAS

242.1 -

Mercado Nacional de Papas (1)

Superficies - Exhibición y Venta	3.213 m ²
Movimientos internos	1.648 "
Circulación vehículos	10.600 "
Administración	<u>1.760 "</u>

Total 17.271 m²

Operaciones Comerciales

Total Ventas en el año 1961:	156.350 ton.
Movimiento de Camiones-prom.30 p.día (abastecimiento)	
máx. 50 p.día	"
Movimiento de Vagones -prom.50 p.mes	"
Movimiento de Camiones-prom.250p.día (desgaste)	
máx. 400 p.día	

Explotación

Especialidad - Papas
 Número de Mayoristas-m.o.m. 50 (productores y comerciantes)

Mercado Nacional de Frutas: (1)

Superficies - Exhibición y Ventas	5.735 m ²
Movimiento interno	1.155 "
Circulación Vehículos	7.880 "
Administración	<u>12 "</u>

Total 14.782 m²

Operaciones Comerciales

Volumen total del año 1961:	50.616 ton.
Movimiento de Camiones - prom.45 p.día (Abastecimiento)	
Movimiento de Vagones - Prom. 8 p.mes	"

(1) Plan Regulador de la Ciudad de Buenos Aires.

Explotación:

Especialidad - toda clase de frutas
Número de Mayoristas - inscriptos 700
activos 31

Mercado Nacional de Hortalizas: (1)

Superficies - Exhibición y Venta	3.251 m ²
Movimientos internos	908 "
Circulación Vehículos	7.400 "
Administración	<u>241 "</u>
Total	11.800 m ²

Operaciones Comerciales:

Volumen total del año 1961 (Ajo - 13.286 ton.
(Cebolla- 49.729 "

Movimiento de Camiones - prom. 2 p.día por la ruta N° 3 (Abastecimiento)
" " " - prom. 7 p.día ruta 7 "
prom. 0,5 " " 9 "
máx. 48 p.mes " 3 "
" 200 p.mes " 7 "
" 20 p.mes " 9 "

Movimiento de Vagones - prom. 10 p.día (Abastec.)
Movimiento de Camiones - prom. 150 p.día (Desabast.)
máx. 4000 p. mes "

Explotación:

Especialidad: Ajo y Cebolla
Número de Mayoristas - inscriptos 268
activos 48
Número de puestos - 48

Feria Mayorista de Concentración Dorrego:

Superficies Exhibición y Venta	8.576 m ²
Movimientos internos (incluidos en circulación)	
Circulación general	29.524 m ²
Administración	120 m ²
Estacionamiento	<u>7.700 "</u>
Total	45.900 m ²

Operaciones Comerciales:

Ventas del 14 de agosto de 1962 - 1.128.844 kgs.
Entrada de camiones - 319 (abastecimiento)

Explotación:

Especialidad: Frutas y Legumbres en general

Número de Mayoristas:

Legumbres - productores 17)
comerciantes 27) total 133
consignatarios 89)

Frutas - productores 27)
comerciantes 78) total 115
consignatarios 10)

Desbordamiento fuera del mercado:

15 depósitos
11 maduraderos de bananas

Frigorífico (en construcción 6.000 m3)

Maduraderos de bananas - m.o.m. 150 cámaras

Feria Mayorista de Concentración de Brian (1)

Superficies - Exhibición y Venta	5.745 m2
Circulación general	<u>800 "</u>
Total	6.545 m2

Operaciones Comerciales:

Ventas prácticamente inexistentes

Explotación:

Especialidad - Papas y Depósitos de Frutas

Número de Mayoristas - 10

Observación:

La Feria de Concentración Brian se utiliza solamente como depósito general.

Abasto Proveedor S.A.

<u>Superficies</u>	<u>Dentro del mercado</u>	<u>fuera del mercado</u>
frutas	9.200 m2	6.000(exhibición y venta)
legumbres	10.500 m2	1.000(")
circulación general	<u>2.300</u>	<u>-</u>
Total	22.000 m2	7.000 m2.
Estacionamiento	-	(1.000 camiones)

Operaciones Comerciales:

Ventas del 31 de julio 1962 - 2.395.767 kgs.

Entradas de Camiones esa fecha - 505 (abastecimiento)

Explotación:

Especialidad: Frutas y Legumbres en general

Número de Mayoristas dentro del fuera del
mercado

regularmente	650	43 frutas
		<u>11</u> legumbres
		54
ocasionalmente	150	-
número de puestos	542	

Frigorífico - 68.000 m3

Reservados para envases - 22.000 m2

Maduraderos de bananas -

Ciudad de Buenos Aires

<u>Superficies</u>	<u>Mercado normal</u>	<u>Anexo</u>	<u>Desbordamiento</u>
Exhibición y Venta	5.000 m2	3.500 m2	1.200 m2
Movimiento interno	<u>1.000 m2</u>	<u>-</u>	
Total9.500 m2.		

Operaciones Comerciales:

Ventas del 16 de Octubre 1962 - 584.762 kgs

Entradas de Camiones esa fecha 173 (abastecimiento)

Explotación:

Especialidad: Frutas y Legumbres en general

Número de Mayoristas: frutas 104)

		total 202
Legumbres	98)	dentro del mercado
frutas	7)	total 9
Legumbres	2)	fuera del mercado.

Frigorífico - 11.172 m3

Maduraderos de Bananas - 40 cámaras dentro del mercado.

28 cámaras fuera del mercado

Reservados para envases (en los anexos)

Remate del Abasto Proveedor S.A.

Superficies - 6.000 m2

Operaciones Comerciales m.o.m. 60.000 ton. por año

Explotación:

Especialidad: tomates, pimientos, berenjenas, zapallitos del Noroeste.

Número de comerciantes vendedores - 63

Mercado Liniers:

adentro

afuera

Superficies - Exhibición y Venta:

4.636 m2

6.000 m2

Operaciones Comerciales:

Ventas declaradas para 1961 en promedio 250 t. por día.

Explotación:

Especialidad: Frutas y hortalizas en general.

Número de Mayoristas: adentro 71

afuera 38

Frigoríficos - 6.000 m3

Maduraderos de Bananas - adentro 20

afuera 30

Estacionamiento

afuera 250 camiones.

Avellaneda:

Superficie total 6.480 m2

Operaciones Comerciales:

Ventas anuales declaradas para 1961:

40.000 t.

Explotación:

Especialidad: Frutas y Hortalizas en general

Número de Mayoristas - Frutas 126

Legumbres 369

Maduraderos de Bananas: 40 cámaras

Concentración General de Pescado: (1)

Superficies - Exhibición y Venta	9.900 m2
Movimientos interiores	700 "
Administración	400 "
Anexos y Depósitos	210 "
Frigoríficos	<u>500 "</u>
Total	12.862 m2.

Operaciones Comerciales:

pescado 24.734 toneladas en 1961

mariscos 2.596 " " "

Explotación:

Especialidad: pescados y mariscos

Número de Mayoristas: productores 8

consignatarios 41

comerciantes 33

expeditores 3

Total 85

Concentración Huevos-Aves y Afines:

	<u>dentro del mercado</u>	<u>anexo</u>
Superficies- Exhibición y Venta	13.600 m2	6.565 m2
Movimiento interior	1.400 m2	5.200 m2
Administración	<u>1.370 m2</u>	<u>40 m2</u>
Total	16.370 m2	11.805 m2

Operaciones Comerciales:

Huevos - 39.712.540 docenas en 1961

Aves - 3.500 toneladas en 1961 (aproxim.)

Explotación:

Especialidad: Huevos y Aves

Número de Mayoristas: Consignatarios 150
comerciantes 77
productores 4

Total 231

Mercados de importancia secundaria ;

	Superficies	Cámaras Frig.	Maduraderos de Bananas	Mayoristas	Volumen operac. diarias
Quilmes	6.000m2			110	
Turdera	4.700 "		1 cámara	69	
Velez Sarsfield	2.000 "		16 "	5	
Demarchi	2.000 "	38 m3		10	12 t.declar
Morón	6.000 "		8 "	50	
San Martín	2.000 "			50	
San Fernando	1.200 "			20	
Tigre	120.000 "			164	

Resumen?

No es factible sumar las características de los diferentes mercados para sacar una definición de lo que sería en el estado actual de la comercialización mayorista un mercado único de concentración de los productos alimenticios.

No se puede confrontar la suma de las superficies utilizadas para la comercialización con el volumen de operaciones realizadas, porque numerosos productos son objeto de múltiples reventas y que es imposible determinar la importancia de estos movimientos internos.

El número total de mayoristas tampoco no tiene significación definitiva, visto que la mayor parte de los mayoristas importantes tienen un puesto en cada uno de los grandes mercados y en los mercados secundarios, multiplicando de esta manera razones sociales

que en fin corresponden a una sola forma.

También, la suma de las superficies calculadas para maniobras y estacionamiento de los camiones sería casi nula, si no se tomara en cuenta las calles y veredas aprovechadas a este fin.

Intentaremos hacer una aproximación en cada caso de la evaluación de estas diferentes características, tomando en cuenta el conocimiento práctico de los mercados.

242.2 - VOLUMEN DE LAS OPERACIONES COMERCIALES

Hemos visto que se pueden admitir los siguientes toneladas promedio para la aglomeración de Buenos Aires con un total de 8.000.000 habitantes (1):

frutas y legumbres	6.330 toneladas por día hábil	(2)
huevos y aves	320	" " " "
pescado	220	" " " "

Las cuentas sistemáticas efectuadas en tres mercados importantes han arrojado los siguientes resultados:

	<u>Cuenta Invierno</u>	<u>promedios anuales</u> <u>(más el 10 %)</u>
	<u>toneladas</u>	
ABASTO	3.500	3.850
DORREGO	1.130	1.243
Ciudad de Bs.Aires	580	638

Mientras esté pendiente el resultado de la encuesta en curso, se puede estimar aproximadamente el volumen de las operaciones realizadas por el Liniers en500 toneladas día en promedio durante el año.

Se conocen exactamente las operaciones realizadas por los Mercados Nacionales:

Papas	500 ton.	promedio diario en el año
Frutas	169	" " " " " "
Ajo y Cebolla.....	210	" " " " " "
lo que dá un total de	7.110	" " " " " "

(1) estimación para 1965

(2) sean para m.o.m. 7.000.000 para 1960 - 5539 t.-280 t.-190t.

En fin, se admite que algunos mercados distribuidores hacían el papel de acopiador de ciertos productos procedentes del cinturón verde.

El volumen de operaciones realizadas por dichos mercados se puede estimar en:

Avellaneda	130	ton.promedio diario en el año					
Quilmes	100	"	"	"	"	"	"
Turdera	50	"	"	"	"	"	"
Morón	100	"	"	"	"	"	"
otros	50	"	"	"	"	"	"

Total . . . 430 ton.promedio diario en el año

lo que lleva el total de las ventas de todos los mercados a: 7.540 T.

Así es evidente que estas operaciones corresponden en parte a comercializaciones múltiples, o a reexpediciones hacia el interior, por un volumen global de operaciones comerciales de 1.500 toneladas promedio por día.

Está en curso una encuesta entre los mayoristas, con el fin de determinar con suficiente aproximación el volumen de las reexpediciones hacia el interior del país.

242.3 - LAS SUPERFICIES UTILIZADAS

Comercialización:

Existe un gran desequilibrio en las relaciones de toneladas comercializadas anualmente por metro cuadrado, de los diferentes mercados.

En general, este coeficiente es bajo para los mercados nacionales (Nacional de Frutas 10) y alto para los grandes mercados privados (Abasto 43, tomando en cuenta los desbordamientos fuera del mercado). El Mercado Nacional de Papas hace excepción (141), pero es sabido que para este producto las operaciones comerciales no justifican obligatoriamente el tránsito físico de la mercadería por el terraplén del mercado.

La suma total de las superficies disponibles para la comercialización es un dato que no se puede explotar. Queremos mencionarlo pro memoria, aproximadamente 15 hectáreas, lo que da una carga anual de 16 toneladas por metro cuadrado.

Maniobras y Estacionamiento:

A parte de los mercados nacionales que -queremos recordarlo- representan apenas el 20 % de las operaciones comerciales de frutas y legumbres, y el Mercado Municipal Dorrego, las superficies reservadas al estacionamiento y a las maniobras son nulas, porque allá donde existieron han sido utilizadas para puestos de venta provisorios. Las calles y veredas cercanas se aprovechan al máximo.

Frigoríficos:

Los mercados disponen de aproximadamente 92.000 m³ de frigoríficos, a lo que hay que agregar los frigoríficos diseminados donde se conservan los huevos, manzanas y peras y que corresponden aproximadamente a 400.000 m³ en la Capital Federal y --- 300.000 m³ en el Gran Buenos Aires incluidos los destinados a -- carne y exportaciones. Se está haciendo una encuesta entre los mayoristas para determinar con exactitud la capacidad actual disponible para frutas y hortalizas.

Maduraderos de Bananas:

Aproximadamente 12.000 m². La encuesta en curso entre los mayoristas ha de proporcionar los datos exactos.

242.4 - NUMERO DE MAYORISTAS

La determinación del número de mayoristas es tan imprecisa como lo es con respecto a las superficies. Efectivamente, el mismo mayorista está presente en distintos mercados y bajo nombres o razones sociales diferentes. Además, ciertos mayoristas, en nombre propietarios de un local, figuran en los estados del mercado, cuando el local es administrado por algún otro comerciante que igualmente figura en el mismo estado. Así, el Mercado del Abasto declara cerca de 650 mayoristas para 542 puestos. Finalmen

Es evidente que con la perspectiva de un mercado único de concentración, el número de mayoristas se reduciría, por desaparecer las reventas, y por desaparecer las sub-locaciones y las presencias temporarias. Basándonos en el punto mínimo de rentabilidad -- (1000 t. por año) no habrían de operar más que 1.800 mayoristas al máximo.

Se está haciendo una encuesta para establecer exactamente la distribución de los mayoristas por tonelaje de operaciones comerciales y por especialidades.

243. COMERCIO MINORISTA

Se está haciendo una encuesta profunda para determinar con precisión las condiciones en las cuales se efectúa el comercio minorista cuya adaptación había que prever para que la fuerza de renovación de los usos comerciales en la distribución de los productos alimenticios no sea adulterada por una desorganización en este punto.

25

CONCLUSIONES

Se podría caracterizar el estado actual del conjunto de actividades que participan en el abastecimiento de Buenos Aires, diciendo que estas actividades constituyen un verdadero filtro que no obstante deja pasar alguna cosa, pero a qué precio.

Efectivamente, las posibilidades de la producción son inmensas, tanto en lo que se refiere a cantidad, como a variedad y época de producción. Sin embargo, las buenas variedades han desaparecido del mercado y los nuevos productores no encuentran salida para sus productos, en tanto el consumo es aún reducido y que los mercados observan estaciones como si las condiciones ecológicas naturales careciesen de recursos.

Las distancias son enormes y el ferrocarril debería ser el primer colaborador del agricultor. Pero como es anormalmente barato, es ineficiente y unos interesados buscan de monopolizar sus servicios que constituyen una verdadera renta. En 1961 se pagaba por ferrocarril 30 lo que en las mismas condiciones costaba 90 por camión.

Especulando con el aislamiento y la distancia en que se encuentran los productores, como así también con la diseminación de los consumidores, el intermediario ha construido poderosos monopolios que le permiten aprovecharse, tanto de unos como de otros. Los ejemplos abundan. Es así como durante dos meses, Buenos Aires ha consumido exclusivamente, papas importadas cuyo precio mundial era más o menos, de 10 pesos el kilo. descargado en el Mercado Nacional. En ese interín, los precios minoristas se mantuvieron entre 22 y 26 pesos el kilo.

La población periurbana, con sus características casa-habitación de jardín al frente, crea una dispersión del consumo que estimula el abuso si no se defiende el comprador por sí mismo.

Por último, está el hecho de que por falta de comodidades, de espacio de exhibición y venta, de lugar para estacionamiento, de circulación, etc., el productor o los nuevos mayoristas se ven impedidos de hacer alguna tentativa directa.

C.F.I.

3. LAS SOLUCIONES PROPUESTAS

31.- GENERALIDADES

Sería una ilusión pensar que la aplicación de una serie de medidas administrativas pueda poner en orden el sistema actual de la distribución de los productos alimenticios. Numerosos ya son los ejemplos de fracasos. En cuanto a los éxitos parciales, fueron más perniciosos aún, porque dejaron la impresión de que todo había sido resuelto, causando así inevitablemente un aflojamiento de la reflexión y de la autoridad frente a una profesión fuerte en sus posiciones adquiridas.

Las soluciones sólo serán eficaces si son proyectadas a largo plazo y perseguidas sistemáticamente en su aplicación y ejecución hasta lograr la modificación total y definitiva de una comercialización inadaptada a las necesidades de una de las ciudades más modernas e importantes del mundo.

No se debe olvidar el punto de vista económico, porque la puesta en práctica de innovaciones onerosas y aún suntuosas, podría agravar el mal. Asimismo, toda decisión ha de ser estudiada con relación a sus consecuencias económicas y sociales. con respecto a las reacciones ulteriores de los distintos protagonistas, con el fin de lograr el equilibrio entre las fuerzas participantes. Desconocer este punto de vista sólo tendría como resultado un desplazamiento de los polos de la deformación, sin suprimirlos.-

Existe necesariamente una orden lógica en la aplicación de las múltiples medidas que será preciso proponer, y por otra parte ese orden es irreversible.-Efectivamente, si hay que abrirles las puertas al consumo a los productores antes de desarrollar la producción, para evitar que la competencia caiga contra los intereses del consumidor, forzosamente la producción debe ser orientada(normalización) y apoyada(créditos agrícolas) ya que de otra manera el desarrollo inorgánico de la producción perjudicaría rápidamente al productor.-

Se puede resumir de la siguiente manera los distintos puntos en que tiene que estribar la acción de planificación del abastecimiento, en el orden normal de su ejecución y sin que sea posible suprimir un solo de sus elementos, so pena de comprometer el resultado general:

- Creación de un mercado de concentración para la aglomeración de Buenos Aires;
- Incorporación de este mercado a una red nacional de mercados regionales de despacho y de consumo;
- Orientación de la producción mediante una planificación de los créditos agrícolas;
- Política de normalización de los productos agrícolas básicos;
- Institución de sociedades profesionales para la regularización de las cotizaciones;
- Política de los excedentes agrícolas.

Este estudio se limitará a la concepción y al anteproyecto de un Mercado de Concentración de los Productos alimenticios perecedero en Buenos Aires, con exclusión de la carne y de la leche.-

Más, aún antes de iniciar este estudio, es imprescindible establecer, en su concepto general, el principio del Mercado - Estación y de la Red Nacional de Mercados, es decir presentarlo en sus tres aspectos principales:

- Papel que desempeña el Mercado-Estación en la Comercialización Nacional;
- Rentabilidad de las inversiones requeridas para la construcción de un Mercado-Estación;
- Los Mercados- Estación en las recientes realizaciones mundiales.

311 - ROL DEL MERCADO-ESTACION EN LA COMERCIALIZACION NACIONAL

Un conjunto de mercados-estaciones, tanto para la expedición como para la concentración y como para la distribución, debería permitir la solución en el plano nacional, del problema del abastecimiento y del desarrollo de los productos de la alimentación.-

Un examen de las condiciones de la comercialización de los productos de la alimentación en Argentina, demuestra que ciertos grandes centros de producción y de consumo tienen una importancia preponderante en la fijación de los precios de dichos productos, e influyen mucho las tendencias del mercado.

Parece pues, conveniente la reunión de todos esos centros en una gran red, para sustituir la multiplicidad de los lugares donde se efectúan las transacciones, por una unidad de mercado en el plano nacional.

Los medios de telecomunicación existentes permitirían, en efecto, unir entre sí, por la red general de Télex o por líneas especiales, los principales mercados del territorio nacional, con el fin de hacerles aprovechar los beneficios de informaciones exactas y rápidas, tanto en cuanto al estado del mercado en las distintas plazas de la República Argentina, como en lo referente a la formación y la evolución de los precios. Ello permitiría una mejor confrontación, en el plano nacional, de la oferta y demanda, y la nivelación de las variaciones excesivas en los precios, dado que los envíos podrían ser mejor orientados y, por fin, mejor distribuidos.

Por otra parte, las mejoras que se esperan del hecho de la creación de mercados de expedición pueden, en el plano de una mejor comercialización, valorarse en función de ciertos criterios, unos de orden técnico, otros de orden económico.

En el plano técnico las principales economías previstas, estarán relacionadas:

- a) Con economías directas, provenientes principalmente del mejoramiento de las condiciones de transporte, de manutención de conservación y de venta de las mercaderías;
- b) Con economías en el transporte, dado que el sistema de los mercados-estaciones llevará a una racionalización de los circuitos y finalmente a una reducción del trayecto de transporte de dichas mercaderías desde los lugares de producción al lugar de consumo.

Además, siendo fundidos el mercado y la estación, los gastos de manutención resultantes del camionaje de la totalidad de los productos llegados por ferrocarril, se suprimen por completo.

La organización eventual de un sistema de distribución agrupada, podrá hacer posible, además, la reducción del gasto de transporte desde el mercado hasta el minorista.

- c) Con ahorro de sueldos en el manipuleo, dado que el uso generalizado de elevadoras y de vehículos autotransportadores simplificará y acelerará las operaciones de manutención y de transporte dentro del mercado, resultando en una sustancial economía de mano de obra y en una menor pérdida de calidad del producto.

Por otra parte, en un mercado-estación, estando los productos colocados al abrigo, no sufrirán más alteraciones por efecto de la intemperie. Las instalaciones frigoríficas y de aclimatación permitirán mantener la mercadería en buenas condiciones de conservación, evitando al mismo tiempo la ruptura de la cadena de refrigeración.

- d) Con economías resultantes de la reducción de los gastos de comercialización, suprimiendo las mantenciones irracionales de una instalación adecuada de los lugares de venta.

En el plano económico la reforma en cuestión, basada en la creación de una red de mercados-estaciones, presenta las siguientes ventajas:

- 1) La concentración de un mismo lugar de la totalidad de las instalaciones modernas de acondicionamiento, manutención, conservación, ventas y transportes, lo que permite a los productores y comerciantes disponer de sus productos en las mejores condiciones posibles, con beneficio para la presentación o el valor de los mismos, debido a su normalización y posibilitando al productor y comerciante, mantener su mercadería, si estimare que los precios son insuficientes.
- 2) La creación de circuitos de distribución más cortos, visto que la concentración de los productos permite una venta más

rápida y que por otra parte la posibilidad de compra en remate de grandes cantidades pudiera atraer a los mayoristas, ya que ello les permite renunciar a los intermediarios que son indispensables para la transferencia de pequeñas cantidades.

El establecimiento de este circuito de distribución más corto, aunque ello supone el abandono de viejas costumbres y una normalización general, tendría que terminar por tener un papel destacado en la comercialización de Frutas y Hortalizas, y resultar para el consumidor en precios más bajos por la reducción importante de los gastos de intermediarios.

- 3) La adaptación de la producción a las necesidades, provocando una mejor distribución de los cultivos por una orientación hacia las necesidades reales del mercado, tanto en lo que se refiere a calidad como a variedad del producto, lo que, en ciertos casos, podría hasta crear verdaderas fuentes de renovación de los cultivos.
- 4) La intensificación de las exportaciones: los mercados nacionales pueden constituir polos de atracción para los compradores extranjeros, los que tendrán la seguridad de encontrar en plaza una diversidad de productos de calidad y en cantidades suficientes.
- 5) La realización de mejoras en las condiciones de comercialización, estimulando la venta de productos normales y regularizando los precios del mercado.

Por fin, a estas ventajas de orden técnico y económico, podrían sumarse las siguientes de orden social y urbanista:

De orden social, porque una mejor distribución de los productos agrícolas y la práctica del precio justo en las cotizaciones, contribuirán a extender el consumo de ciertos frutos y hortalizas a todos los niveles sociales de la población. Es, en efecto, un hecho basado en la experiencia, de que en las zonas de distribución de los mercados mayoristas el consumo per cápita está muy por encima del promedio general.

De orden urbanista por la realización de distintos y muy importantes adelantos urbanistas, de los que se beneficiará en gran medida la higiene, y muy importantes mejoramientos en la circulación, por un notable alejamiento del tráfico de las vías de acceso a los antiguos mercados, y la desaparición de extensos obstáculos en su perímetro.

Estas últimas ventajas deberían apreciarse muy especialmente en Buenos Aires, donde su importancia es mayor.

Para que las distintas ventajas enumeradas más arriba puedan realmente concretarse en el momento en que la red de mercados de interés nacional se haya hecho una realidad en Argentina, habrán de imponerse ciertas disposiciones tanto en el plano técnico como en el administrativo.

En el plano técnico habría que prever:

- que los mercados nacionales estén obligatoriamente conectados con el ferrocarril y con la ruta;
- que se construyan y se equipen estaciones de acondicionamiento dentro de los mercados, reservadas para uso colectivo de los productores y comerciantes.
- que pongan a disposición, sea de los despachantes en los mercados de expedición, sea de los mayoristas-destinatarios en los mercados de concentración y de distribución, lugares de venta con espacios cubiertos suficientes para la exhibición y el depósito de las mercaderías.
- que dentro de los mercados-estaciones se puedan instalar depósitos frigoríficos para permitir así la conservación de los productos durante un período más largo;
- que en las proximidades de los mercados se puedan proyectar industrias afines de transformación de los excedentes de producción que no hubieran podido venderse para el consumo.
- que el mercado esté materialmente cerrado para permitir el control de entrada y de salida de las mercaderías, con el fin de conocer lo más exactamente posible la oferta y demanda de un día determinado;

- que se instale un servicio de informaciones del mercado para dar a los vendedores y compradores una idea exacta de las tendencias de los precios;
- que independientemente de los servicios generales: agua, electricidad, cloacas, desagües, recolección de residuos, recuperación de envases, manutención y todo otro servicio (oficinas, bancos, correos, telégrafo, teléfono, etc.) las instalaciones del mercado deberán:

1 - Permitir la habilitación de una sala de remate, en particular, de mercadería normalizada;

2 - Que dentro del mercado mismo, se puedan instalar comercios anexos (café, restaurantes, quioscos de cigarrillos, etc, para satisfacer las necesidades de los profesionales que trabajan en, o frecuentan el mercado.-

En el plano administrativo se tendría que preveer:

- la obligación de explotar personalmente la empresa instalada en el mercado, con el fin de evitar la sub-locación, bastante frecuente en los mercados actuales y que constituye un motivo de gravación del precio de venta de los productos;
- la obligación de realizar una cifra mínima de negocios, para evitar el mantenimiento de empresas de importancia secundaria que se ven obligadas a vender a precios más altos para obtener un rendimiento suficiente de su negocio;
- la disminución de la incidencia del elemento especulativo inherente al negocio, por la imposición de condiciones previas a la presentación de un sucesor;
- la posibilidad para un comerciante, en cualquier momento, de instalarse en el mercado, con el único requisito de poseer determinadas condiciones de moralidad, lo que tendrá por efecto aumentar la eficacia de la competencia;
- la posibilidad para los comerciantes, aún no siendo titulares de un lugar de venta, de poder hacer uso de las instalaciones del mercado-estación para el despacho, acondicionamiento, conservación o transformación de sus productos.-

En fin, en el plano administrativo, hay que considerar la creación alrededor de los mercados, de un perímetro de protección.

El concepto de "perímetro de protección", ajeno a cualquier idea de economía dirigida, responde a la preocupación:

- de mantener libre los alrededores del mercado;
- de evitar que algunos comerciantes traten de beneficiarse con las ventajas que ofrece el mercado, sustrayéndose a las cargas y a la disciplina impuestas a los instalados dentro del mismo.

De esta manera, la red de mercados de interés nacional constituirá uno de los elementos esenciales del programa de reforma y de mejoramiento de los circuitos de distribución ya que se les permite ejercer en el plano nacional una acción determinante sobre la formación de los precios.

Quisiéramos, para terminar, recordar que dicha red podría comprender las siguientes plazas:

Buenos Aires - Rosario - Santa Fe - Córdoba - Mendoza - Bahía Blanca - Mar del Plata - Tucumán, como mercados de concentración;

Mendoza - Tucumán - Salta - Jujuy - Córdoba - General Roca - Bahía Blanca - Rosario - Balcarce - como mercados de expedición.

Indudablemente que algunos mercados pueden tener el doble carácter de mercados de expedición y de concentración como así también el carácter de mercados distribuidores.

312 - RENTABILIDAD DE LAS INVERSIONES REQUERIDAS PARA LA CONSTRUCCION DE UN MERCADO - ESTACION.

Es interesante averiguar cuáles son las consecuencias del establecimiento de una red de mercados de interés nacional en el costo de la comercialización de los productos alimenticios perecederos.

Se reconoce de manera general que la creación de nuevos mercados mayoristas de concentración fuera del centro congestionado de las grandes aglomeraciones, constituye un factor de progreso importante para el plan de urbanismo y circulación.-

Tampoco se discute que las disposiciones que regulan estos mercados deberán conducir a un mayor esclarecimiento de las condiciones de comercialización de los productos, de la formación de los precios y de la autenticidad de las cotizaciones.

Aunque los efectos de este esclarecimiento se podrán hacer sentir plenamente recién cuando se haya realizado el conjunto de la red, ya se hacen notar en los primeros mercados que están funcionando en algunos países.

También se reconoce que las operaciones efectuadas en estos mercados modernos, gozan de una mayor productividad que cuando se efectuaron dentro del cuadro estrecho de los mercados antiguos.

Pero hay un punto esencial en el que se concentran las críticas de los detractores de la reforma de los mercados nacionales: se trata de la rentabilidad de las inversiones hechas en estos mercados y sus consecuencias en los costos de comercialización.

Frecuentemente se hace una primera comparación entre los derechos que deben pagar los comerciantes que desean instalarse en un mercado nacional (el derecho anual que paga un mayorista de frutas y verduras para un local de 264m². en el mercado de Lyon es de unos 15.000 Francos Nuevos) y los gastos generalmente inferiores que les origina su instalación en un viejo mercado, o en los locales más o menos anticuados alrededor de este mercado y que ocupan sea en carácter de propietario, sea como inquilinos.

Esta comparación es, en realidad, muy somera y no puede ser considerada, ya que no toma en cuenta la diferencia muy importante entre los servicios brindados por una parte por locales modernos y de fácil acceso, y por otra parte por instalaciones anticuadas y geográficamente mal ubicadas.

Cabe hacer notar, además, que los mayoristas que son propietarios de sus instalaciones y que vienen a buscar en el mercado un instrumento de trabajo bien adaptado, recuperan en el centro de la ciudad un local del cual pueden sacar provecho financiero que compensa por lo menos parte de los derechos pagados al mercado.

Otra clase de críticas se formula en base a comparaciones entre el costo de las construcciones modernas de carácter privado realizadas por ciertos mayoristas y el costo de las instalaciones del mercado.

Los términos de estas comparaciones son igualmente cuestionables en la medida en que los mercados se hacen cargo y proveen de una infraestructura caminera, de ferrocarril, de playas de estacionamiento, de servicios generales, etc. que no vienen a gravar el costo de la instalación de carácter privado.

Sin embargo, hacen resaltar un elemento importante del problema de equilibrio financiero de los mercados: las realizaciones colectivas como son las vías de circulación, playas de estacionamiento, etc. las paga la colectividad local misma en el caso de viejos mercados o de las instalaciones particulares, y son financiadas por los impuestos. En el caso de los mercados nacionales estos gastos son soportados por los productos que pasan por el mismo. Ello podría justificar una cierta contribución de la colectividad interesada en las inversiones hechas de esta manera, para tomar en cuenta justamente los beneficios que saca la colectividad desde el punto de vista del urbanismo y de la circulación.

Para poder apreciar la rentabilidad de los mercados de interés nacional y lo acertado de las críticas que se les dirige en este plano, hay que comparar los gastos que resulten de su creación, con todas las ventajas que de ellos se pueden esperar.

312.1 - GASTOS QUE RESULTAN DE LA CREACION DE UN MERCADO NACIONAL

A - Los principios

No obstante la diversidad de los mercados, tanto en lo que se refiere a su importancia, como a su especialidad, resultó menester establecer cierto número de principios para limitar el monto de las inversiones hechas en los mercados nacionales en función de su tráfico respectivo.

Se hicieron sucesivamente distintos esfuerzos para resolver este problema, que resultaron en conclusiones sensiblemente idénticas.

Sin desestimar las diferencias existentes entre los mercados según el contenido de las inversiones efectuadas y según el valor específico de los productos que se comercializan en ellos,

los cálculos hechos para tratar de establecer normas de rentabilidad, aplicar valores promedio y llegan a cifras de referencia que luego han de ser rectificadas en función de las particularidades de cada mercado.

Así, para determinar los topes de los que se hablará más adelante, los cálculos fueron hechos sobre la hipótesis de un mercado de frutas y de verduras polivalente. No toman en cuenta las instalaciones rentables por sí mismas (bar, restaurante, etc.) o las que incrementan el valor de los productos (estaciones de acondicionamiento, depósitos frigoríficos, etc.).

El razonamiento expuesto a continuación está sacada de la experiencia francesa y tiene el propósito de servir de referencia.

En primer lugar, se ha estimado que el gasto que se podría cargar a los productos que pasan por el mercado, resultante de la amortización de los capitales necesarios para la realización de éste, no deba exceder la economía proveniente de una disminución de los gastos de transporte y de manipulación, calculada en 0,007 NF. ° por kilo. Teniendo que mantenerse los gastos de explotación dentro del límite de 0,003 NF. ° por kilo, el gasto total cargado al producto sería entonces de 0,01 NF. ° por kilo.

° Esta cifra es la que figura en el informe de la Comisión del IV Plan de la expansión económica en Francia.

La "Société Centrale pour l'Equipement du Territoire", que participa de la construcción y de la gestión de gran número de mercados nacionales en Francia, estimó, luego de las correspondientes discusiones con los profesionales-usuarios de las instalaciones, que dicho gasto debería mantenerse dentro de un límite fijado en el 1% del valor de los productos, lo que significa un porcentaje comparable, por otra parte, con el impuesto actualmente en ciertos mercados de consumo tradicionales, donde se mantuvo el principio de un impuesto ad valorem.

Admitiendo que el precio promedio de un kilo de mercadería es de 0,80 NF. en los mercados de expedición y de 1,20 NF. en los mercados de concentración, el gasto máximo resulta ser 0,008 NF. en el primer caso, y 0,012 NF. en el segundo caso, o sea un promedio de 0,01 NF. lo que se ajusta a la recomendación formulada más arriba.

El Centro Técnico Interprofesional de Frutas y Verduras en Francia, que agrupa a los productores y comerciantes, preconizó en un estudio consagrado a esta cuestión, que se respete un tope de 80 NF. de inversiones por tonelada de mercadería que pasa anualmente por el mercado.

Se estableció esta cifra por comparación con los topes de inversión mantenidos por el sector privado para la ejecución de construcciones desnudas (sin nada en las paredes ni instalaciones frigoríficas).

Tomando en cuenta lo expresado más arriba en cuanto a los servicios que se esperan de las inversiones hechas en los mercados nacionales, servicios superiores a los que resultan de la construcción de edificios desnudos de carácter privado, esta cifra de 80 NF. parece más bien baja para ser considerada como un tope, que convendría situar al nivel de los 100 NF.

La amortización financiera de un empréstito de 100 NF. otorgado por 30 años al 3% (hasta 40 NF.) y al 5,50% (hasta 60 NF.) asciende a 6 NF. por año, lo que corresponde a un gasto por kilo de 0,006 NF.

Agregando un gasto de 0,003 NF. para cubrir los gastos de funcionamiento el tipe sería entonces de 0,009 NF. por kilo, vale decir ligeramente inferior al 0,01 NF. determinado anteriormente.

B) - Las realizaciones prácticas

Numerosos son los mercados ya funcionando o en vías de construcción, que se mantienen dentro de las normas así definidas.

En apoyo de esta afirmación se pueden citar ciertos ejemplos elegidos tanto entre los mercados de concentración, como entre los mercados mixtos y los mercados de expedición, últimamente puestos en marcha en Francia.

	<u>Inversiones</u>	<u>Toneladas</u>	<u>Costo por tonelada</u>	<u>Gasto de amortización por Ko.</u>
			(aproximadamente)	
<u>Mercados de concentración</u>				
TOULOUSE	12.650.000 NF	120.000 T.	105 NF	0,0063
BORDEAUX	17.000.000 NF	150.000 T.	113 NF	0,0068
ALGER	16.300.000 NF	350.000 T.	47 NF	0,0028

	<u>Inversiones</u>	<u>Toneladas</u>	<u>Costo por tonelada</u> (aproximadamente)	<u>Gasto amortiza- por Ko.</u>
<u>Mercados mixtos</u>				
ANGERS	6.600.000 NF	50.000 T.	132 NF	0,0077
MONTPELLIER	6.600.000 NF	50.000 T.	132 NF	0,0077
AVIGNON	7.400.000 NF	80.000 T.	92 NF	0,0056
<u>Mercados de expedición</u>				
CARPENTRAS	6.600.000 NF	65.000 T.	101 NF	0,0060
CAVAILLON	7.700.000 NF	120.000 T.	64 NF	0,0038
CHATEAURENARD	3.000.000 NF	140.000 T.	21 NF	0,0013

Para ajustarse a lo antedicho en el párrafo consagrado a los principios, hay que excluir del monto de las inversiones, las que corresponden a las instalaciones arrendables por sí mismas, o que incrementan el valor de los productos (bares, restaurantes, instalaciones frigoríficas, estaciones de acondicionamiento).

Sobre esta hipótesis, los topes de 100 NF de inversión por tonelada de producto y de 0,007 NF de gastos de amortización de empréstitos por kilo, se ven respetados en todos los ejemplos mencionados.

Tomando el caso de MONTPELLIER, que es el que corresponde a las cifras más altas, las instalaciones frigoríficas y las instalaciones de acondicionamiento representan 1.600.000 NF. Las demás inversiones suman pues 5.000.000 NF. por 50.000 toneladas, lo que corresponde más o menos a un costo de 100 NF por tonelada y a un gasto de 0,0058 por kilo.

Lo mismo se aplica al caso del mercado nacional de ANGERS.

Son muy pocos los mercados que exceden las normas establecidas más arriba.

Se trata en parte de mercados cuya construcción fué resuelta con anterioridad a la aplicación de los textos referente a los mercados nacionales por iniciativa de municipalidades deseosas de efectuar una operación de urbanismo. Tal el caso del mercado de LYON, cuyo costo asciende a los 45 millones de NF para 300.000 toneladas de productos.

Sin embargo, hay que destacar que la municipalidad de Lyon asumió la responsabilidad del carácter prestigioso de las inversiones que decidió hacer y que por consiguiente el gasto im - puesto a los productos que pasan por el mercado, queda inferior al 0,01 NF por kilo. En efecto, por convenio concluído con el or - garismo gestor, ha sido convenido que este pagará un derecho fijo de 2 millones de NF por año a la ciudad y que esta última se hará cargo de la amortización en capital e intereses de los emprésti - tos contraídos.

Con un tráfico de 300.000 toneladas, el gasto de amor - tización es así de 0,0066 NF por kilo.

Por otra parte, ciertos mercados cuyo tráfico está aún relativamente restringido, atienden una zona de producción en muy rápida expansión, que exige instalaciones técnicas modernas para el acondicionamiento, la conservación y la comercialización de los productos; tal por ejemplo el caso de los mercados de la "Moyenne-Garonne", cuyas inversiones pueden aparecer como fuera de proporción con el tráfico actual que pasa por el mercado, pero que en un futuro relativamente próximo deberían ir acercándose a las normas establecidas.

Tomando en consideración el mínimo de inversiones a que obliga necesariamente la creación de un mercado nacional, ya por la sola ejecución de la infraestructura, resulta extremadamen - te difícil que se pueda alcanzar un equilibrio financiero para un mercado de expedición de menos de 50.000 toneladas, o para un mer - cado de concentración de menos de 100.000 toneladas.

Este es uno de los motivos que indujeron al Gobierno francés a limitar en 26 el número de mercados en el sector de fru - tas y verduras.

312.2 - LAS ECONOMIAS RESULTANTES DE LA CREACION DE UNA RED DE MER - CADOS NACIONALES.-

Es difícil apreciar con precisión las economías resul - tantes del establecimiento de la red de mercados de interés nacio - nal.

En efecto, por un lado cada mercado tiene sus particu - laridades en cuanto a ubicación geográfica, estructura comercial, valor de los productos que se venden en él, etc.

Por otro lado no es factible traducir en cifras todas las ventajas que se pueden esperar de su creación.

Así por ejemplo, resulta difícil evaluar el beneficio que logra un agricultor de un ahorro de tiempo de 4 ó 5 horas para asegurar la colocación de su mercadería, cuando este tiempo no se dedica forzosamente a otras actividades productivas.-

Considerando la cuestión desde el punto de vista de interés colectivo, la dificultad de adelantar una evaluación en cifras es aún mayor; las ventajas que resultan de una más fuerte competencia entre los comerciantes, de una mejor orientación de los despachos de mercaderías o de una mejor y más amplia información sobre las condiciones de la comercialización, son beneficios que difícilmente pueden expresarse en cifras.-

Sin embargo, es menester tratar de precisar lo que es dable esperar del establecimiento en todo el territorio de una moderna infraestructura dedicada a la comercialización de los productos alimenticios perecederos.-

A.- Las ventajas obtenidas directamente por los comerciantes.-

Obligatoriamente todos los mercados nacionales están conectados con el ferrocarril y con la ruta; por consiguiente; el abastecimiento y la salida de mercaderías se hallan considerablemente facilitados.

Como ejemplo se puede citar la economía que resultará de la conexión directa del ferrocarril con el mercado de la región parisiense a instalarse en RUNGIS: esta economía se puede estimar por el hecho de ser eliminado el gasto final correspondiente al transporte de la mercadería desde la estación de llegada actual hasta las "Halles Centrales" de Paris, resultando en 0,016 NF por kilo para papas despachadas por vagón completo dirigido a un solo destinatario; en 0,045 NF para frutas y legumbres de más alto valor específico y destinadas a distintos comerciantes. Hay que agregar, además, un importe de 0,005 NF a 0,008 NF por kilo correspondiente a la descarga del camión y a la transferencia de la mercadería al puesto ///

/// del vendedor en las "Halles Centrales" de Paris.-



Se conseguirán economías de la misma naturaleza en los lugares de producción. Un estudio comparativo del mercado nacional de MINES-ST-CESAIRE y de un mercado de expedición tradicional del GARD, nos demuestra que el gasto por kilo que soporta la mercadería entre el momento en que es entregada por el productor a las puertas del mercado, y el momento en que es cargada sobre vagón, varía más o menos hasta el doble (0,013 a 0,016 NF en el primer caso, según que el productor utiliza o no los servicios de un despachante, contra 0,027 NF en el segundo caso).

Ya de por sí estas cifras, que no representan más que uno de los aspectos del beneficio que se puede esperar de la reforma, son superiores al gasto total impuesto a los usuarios, tal como ha sido establecido más arriba.-

Cabe mencionar también que la conexión con el ferrocarril que sirve directamente al mercado, facilita la agrupación de las mercaderías y permite conseguir de la Empresa de los ferrocarriles tarifas más ventajosas para el transporte por vagón completo, como también evita la necesidad de recurrir a cierto número de intermediarios especializados en las funciones de agrupación y distribución.

Las manipulaciones y los transportes en el interior mismo del mercado, se facilitan considerablemente gracias a la existencia de largas vías de comunicación y al empleo de un material moderno y standardizado (carros- elevadores, etc).-

Tanto los productores, los mayoristas destinatarios y los minoristas consiguen un ahorro apreciable de tiempo.-

En efecto, en los mercados tradicionales, no es nada raro ver que los productores llegan para ocupar- ya sea a las 22 ó 23 horas - las vías públicas que hacen las veces de mercado de producción, tratando de aprovechar las pocas buenas ubicaciones existentes, de fácil acceso o comercialmente favorables

/// para vender su mercadería recién al día siguiente entre las 6 y las 12 horas.-

En ciertos mercados se usa los servicios de una persona remunerada a tal efecto, para evitar semejante pérdida de tiempo. Así, por ejemplo los productores que venden sus productos en el mercado de la Plaine, en Marsella, recurren muy a menudo a una "jornalera", cuya remuneración se valúa en el 8% del valor de la mercadería vendida.-

En los nuevos mercados, donde cada uno dispone de un puesto de un valor practicamente igual, la colocación de la mercadería se efectúa con una anticipación de sólo una ó dos horas a la venta.-

Debemos mencionar también la ventaja considerable, aunque difícil de evaluar con precisión, que consiguen los comerciantes, con el hecho de disponer de instalaciones de venta bien agenciadas, de estaciones de acondicionamiento y de depósitos frigoríficos modernos, que, por un lado, permiten una mejor presentación de los productos, y por el otro lado, una mejor exhibición de la mercadería, ventajas que se traducen en una mayor remuneración del producto.-

B.- Las ventajas obtenidas por la colectividad y el consumidor:

Aunque resulta igualmente difícil traducir a cifras esta categoría de ventajas, su importancia no tiene discusión, tanto en lo que se refiere al interés general, como en cuanto al interés de medio y largo plazo, de los productores y de los comerciantes.-

El costo de la función comercial debería disminuir en proporciones considerables por el sólo hecho de ubicar a los vendedores en un mismo mercado, en una verdadera situación de competencia, con instrumentos de trabajo muy comparables o semejantes, y también por el hecho de extender esta competencia a los distintos mercados nacionales entre sí, gracias a una rápida y eficaz información sobre las condiciones de comercialización de los productos en las principales plazas.-

Las rentas de ubicación deberían así desaparecer progresivamente, y la remuneración de cada comerciante, limitarse a los servicios que rinde para la venta de la producción.-

Esta misma competencia deberá engendrar una concentración comercial por una expansión o reagrupación de las empresas, hasta llegar a las únicas de rentabilidad que estén en condiciones de recurrir a los medios modernos de transporte, de manipulación, de contabilización, etc., condiciones de una productividad incrementada.-

Por último, varias de las disposiciones que componen la reglamentación de los mercados nacionales, deberán determinar igualmente una disminución de los costos de comercialización: por ejemplo la obligación de explotar personalmente el puesto de venta, la prohibición de las ventas sucesivas en un mismo mercado, la eliminación del elemento especulativo inherente al fondo de comercio.-

Estos distintos elementos deberán permitir una disminución sensible en el precio de venta de las mercaderías al consumidor y, por ende, aumentar el poder de adquisición del consumidor.-

C.- CÓNCLUSIONES:

El balance de la realización de la red de mercados nacionales, se muestra así plenamente positivo, y debería traducirse en una disminución apreciable de los costos de comercialización no sólo en el nivel de la colectividad, más también en el nivel de la empresa individual.-

No obstante, siempre habrá que hacer todos los esfuerzos posibles para mantener las inversiones hechas en el mercado, y el gasto resultante para los productos, dentro de los límites más estrechos posibles, porque muy pronto deberá hacerse la comparación no entre el sistema tradicional de comercialización y el pasaje por los mercados nacionales, sino,

entre esta forma moderna y la de los circuitos directos que conectan las agrupaciones de productores con el comercio minorista o con las agrupaciones de consumidores.

313.- LOS MERCADOS ESTACIONES EN LAS RECIENTES REALIZACIONES MUNDIALES

313 - 1 - LA EXPERIENCIA NORTEAMERICANA

313 - 12 - Generalidades:

Desde el año 1950, el comercio de los productos alimenticios en los Estados Unidos, ha sufrido una honda revolución.-

Esta revolución se caracteriza por un desarrollo extraordinario del "sucursalismo" y de las cadenas de distribución directa, así como por una integración más o menos importantes de las funciones de producción, acondicionamiento, transformación, despacho, recepción, y venta al por menor.-

En 1961, la nueva organización de los "Super-Mercados" abarca el 70% de la comercialización de los productos alimenticios al por menor (en Francia dicho porcentaje es del 5% al 6%).-

Frente al rápido desarrollo del sucursalismo, los pequeños comerciantes se han organizado, adhiriéndose a cadenas cooperativas de distribución organizadas por ciertos mayoristas y creando ellos mismos sus propias Super-Mercados.-

La distribución entre las distintas formas de comercio del volumen comercializado, demuestra la casi desaparición de los comerciantes independientes y se establece como sigue:

- 48% para la cadena de cooperativas de distribución y de los comerciantes integrados;

- 39% para los sucursalistas
- 13% para los comerciantes no afiliados

Esta evolución hacia la integración comercial se ha visto acelerada por el desarrollo de las nuevas técnicas de comercialización (self-service, pre-embalaje) y el cambio de las costumbres de alimentación a favor de los productos supercongelados, de los productos preparados de antemano, filetes de pescado o conservas y jugos de frutas. Sólo el desarrollo del consumo de jugos de fruta ha traído como consecuencia una disminución del 50% en la venta de naranjas frescas.-

El consumo de los productos supercongelados llega a los Estados Unidos a los 18 kilos por persona y por año, contra 3 kilos en Suecia y 900 gramos en Alemania.-

Ya se trate de pre-embalaje o de super-congelación, estas nuevas técnicas requieren ante todo importantes instalaciones de acondicionamiento y de almacenaje, que los sucursalistas o las cadenas integradas se han visto en la obligación de crear en sus propios depósitos, por no poder disponer de estas instalaciones en los mercados oficiales.-

Es así como progresivamente, las nuevas empresas de distribución de los productos alimenticios, que disponían de depósitos para recibir los productos secos, se han equipado también para recibir los productos perecederos.-

Por otra parte, las cadenas de distribución y los sucursalistas se han organizado para efectuar directamente compras a los productores, éstas son una parte muy importante de sus compras. Este desarrollo de las compras directas a los productores fué posibilitado por la evolución de los organismos de producción (cooperativas; agrupaciones de productores) hacia una concentración siempre más poderosa, favorecida por otra parte por la intervención del Estado(contratos ///

de producción avalados por los poderes públicos (marketing orders).-

Al respecto, es interesante hacer notar que, después de unas tentativas de comercialización directa que hicieron las agrupaciones de productores, esto últimos han terminado por darse cuenta de la comunidad de intereses que les ligaba a los comerciantes. Esta tendencia al acercamiento entre productores y despachantes y comerciantes, se tradujo en relaciones entre productores y distribuidores, de un nuevo carácter, llegando ésto a ser verdaderos agentes comerciales de las grandes agrupaciones de productores. Facilitando la tarea de los distribuidores ya establecidos, en lugar de crear una red propia de distribución, las agrupaciones de productores pueden obtener una reducción de los gastos de distribución gracias a la disminución del riesgo comercial.

En definitiva, esta evolución, se traduce en una valorización de la producción, en una expansión del mercado, y lo que es un hecho notable, en una cierta renovación de los mercados mayoristas terminales.-

La evolución del comercio minorista ha sido marcada - ya lo hemos dicho - por el desarrollo extremadamente rápido de los Super-Mercados por iniciativa de los grandes negocios con múltiples sucursales.-

Pero las cadenas cooperativas de comerciantes integrados no se han conformado con la centralización de sus compras para los adheridos, sino que adoptan igualmente la fórmula del Super-Mercado para hacer la competencia a los sucursalistas en su terreno propio. El rápido desarrollo de los "Superettes" marca esta evolución.-

Más recientemente aún, ciertas cadenas de distribución han lanzado la fórmula del Discount Department Store, un vasto centro comercial bajo dirección única que pone a disposición de los comerciantes integrados, instalaciones modernas y servicios en común de entrega, aprovisionamiento, publicidad y transporte. Es, por otra parte, bajo esta forma que el pequeño minorista ///

particular ha podido defenderse mejor de la competencia de los sucursalistas.-

Cabe destacar por fin, que, al margen del comercio minorista, una parte importante de la distribución de productos alimenticios, es asegurada por las colectividades y las cantinas de empresas.-

Esta parte de la distribución que los norteamericanos designan con el nombre de Institutional Market, representa el 20% del consumo total de alimentos, interesa especialmente a los mercados mayoristas terminales, en dónde se efectúa el total de las compras de las colectividades.

En cuanto a los minoristas no integrados que aún subsisten en las grandes ciudades, estos no comercializan más que el 13% aproximadamente de los productos alimenticios y se proveen exclusivamente en los mercados mayoristas.

Frente a semejante transformación de las estructuras y de las técnicas de la comercialización, corresponde ver ahora cómo los tradicionales mercados mayoristas han podido evolucionar en el curso de los últimos diez años.-

Se impone una primera observación: el desarrollo de las compras directas a la producción ha afectado mucho más a los mercados de producción que a los mercados de consumo.-

Entre 1950 y 1960, se observa, en efecto, la desaparición casi total de los mercados de producción, cuyo papel se halla reducido al de centro de acondicionamiento y de despacho.-

Sólo subsisten ciertos mercados especializados en la venta de productos muy perecederos (Dento-Harbour) difíciles de encontrar y los mercados de las franjas de quintas de hortalizas alrededor de las grandes ciudades.-

Por el contrario, los mercados de consumo han conocido muertes distintas, según que ofrecieran o nó a las nuevas empresas de comercialización, los suficientes equipos y comodidades para realizar sus operaciones de almacenaje, de acondicionamiento, de pre-embalaje, de pre-refrigeración y de distribución de sus productos.-

Los mercados ubicados en el centro de las grandes ciudades, no conectados con el ferrocarril, no han podido resistir

el desarrollo del circuito directo o a la competencia de los grandes mercados periféricos terminales.

Para tratar de detener la caída de su mercado mayorista, la municipalidad de Nueva York emprendió, con mucho atraso la transferencia de su mercado central de Manhattan al mercado-estación de Hunts-Pont, en vías de creación. El mercado central de Chicago se ha transformado prácticamente en un mercado semi-mayorista y minorista; las operaciones mayoristas se realizan totalmente en un mercado terminal que dispone de instalaciones modernas conectadas al ferrocarril y a la ruta; en cuanto al mercado central de Filadelfia, ha sido suprimido pura y simplemente para hacer lugar a una vasta empresa de renovación urbana, y ha sido reemplazado por un mercado periférico de tipo nuevo, el Centro de Distribución de Alimentos, del cual hablaremos más adelante.-

En fin, las Bolsas de remate conocieron una caída muy marcada y muchas de estas han tenido que parar toda actividad.

De todas maneras, sea como sean exceptuando el mercado terminal de Los Angeles que nunca ha dejado de progresar, los grandes mercados de consumo siguen recibiendo más de la mitad de las frutas y legumbres que se consumen en las grandes ciudades.-

No pareciera que las entregas puedan bajar del 50% del volumen comercializado.-

Efectivamente, a las compras de las colectividades que, como hemos visto, representan más del 20% del consumo, hay que agregar las de los pequeños minoristas no integrados (10 a 15% del consumo de las grandes ciudades). Además las grandes cadenas de distribución nacionales y los sucursalistas siguen frecuentando los mercados mayoristas para completar sus compras directas, para reaprovisionarse de artículos fuera de estación, o para arbitrar las diferencias entre las cotizaciones de la producción y el consumo.

Si se agrega una parte importante de los aprovisionamientos

de las cadenas o de los sucursalistas, resulta que el conjunto del sector llamado "organizado" sigue siendo tributario de los mercados mayoristas por el 20 a 30% de sus compras.

Resulta interesante notar que dicho porcentaje de compras del sector "organizado" en los mercados terminales, incrementa al doble cuando se trata de mercados modernos en los cuales los sucursalistas o las cadenas de distribución pueden disponer de depósitos modernos y de locales de acondicionamiento.-

Este es particularmente el caso que ocurre con el nuevo mercado periférico de Filadelfia, al que corresponde ahora dedicar nuestra atención.-

313 - 13- EL MERCADO MAYORISTA DE FILADELFIA

Filadelfia es una ciudad en pleno desarrollo por sus suburbios, y cuyo centro se encuentra en vías de reconstrucción. La población de la ciudad propiamente dicho, llega ahora a cerca de dos millones, mientras que la población de la aglomeración llegaría a unos cinco millones de habitantes, o sea un total de siete millones, lo que equivale a la población actual del Gran Buenos Aires.-

El centro de la ciudad, amenazado de asfixia por el exceso de densidad de la circulación de automotores, ha sido objeto de un vasto plan de modernización y de desobstaculización, cuya realización aún no se ha terminado. El viejo barrio de negocios fué limpiado completamente y reconstruído con rascacielos espaciados. En dicha oportunidad desapareció el viejo mercado mayorista de frutas y legumbres, llamado "Dock Street Market".-

Esta medida tan radical fué precedida por un estudio de la distribución de los productos alimenticios al por mayor en la aglomeración de Filadelfia. Iba acompañada por medidas permitiendo la transferencia de las viejas instalaciones de los comerciantes mayoristas a un mercado nuevo

construido anticipadamente al Sur de la ciudad.

El presente estudio tiene por objeto señalar ciertas características interesantes de los diferentes sistemas de distribución coexistentes en un gran centro de consumo como lo es Filadelfia.

El estudio realizado en 1954 por intermedio del Ministerio de Agricultura había demostrado que la cifra de negocios total del comercio mayorista de productos alimenticios básicos en Filadelfia sumaba un mil millones de dólares por año. Los mayoristas pueden ser clasificados en tres grupos y la distribución actual de los distintos sectores de distribución para el conjunto del país es aproximadamente la siguiente:

- 20 % para las colectividades ("Institutional Trade")
- 20 % para el clásico comercio mayorista ("provar stores");
- 60 % para el comercio integrado (mitad "negocios cadena" mitad "cadenas independientes").

En lo que se refiere a frutas y legumbres se distingue en Filadelfia entre tres tipos de mercado, que corresponden aproximadamente a las tres etapas de la evolución de las ventas al por mayor, de las cuales sólo la última, que interesa al conjunto de los sectores de distribución, será objeto de un estudio más detallado.

A) - El único vestigio de la primera época consiste en un gran Mercado cubierto, llamado "Reading Terminal" y que atrae sobretodo la clientela de los minoristas de lujo y los compradores de las colectividades. Este mercado, ubicado en el corazón de la ciudad, forma la planta baja de una estación sobreelevada que le dió su nombre.

Abandonado por los compradores tradicionales, por falta de salidas a los camiones y de playa de estacionamiento, incapáz de hacer frente a la competencia de instalaciones modernas mejor ubicadas, este viejo mercado se ha transformado por sí solo en mercado semi-mayorista, para la clientela de minoristas del barrio, de los hoteles, restaurantes y cantinas, y hasta en mercado abierto a las amas de casa.

B) - La etapa intermedia está representada en Filadelfia por los "P.R.R." y "B. and O" "Terminal Markets". Esta vez se trata de verdaderos mercados-estaciones construídos y dirigidos por y para las dos compañías ferroviarias más importantes de la región de Pennsylvania Railroad (PRR) y la Baltimore And Ohio Railroad (B.and O), ya hace unos treinta años.

Estos mercados-estaciones, ubicados uno al lado del otro, en los límites exteriores de la ciudad, comprenden importantes inversiones: reder de vías férreas, andenes y hangares, instalaciones frigoríficas y salas de venta por remate. Los andenes son accesiblew para los camiones de los mayoristas para la entrega, pero hasta fecha reciente las frutas y legumbres llegadas por camión no podían ser mandadas a estos mercados, ni para la venta por remate.

Las compañías ferroviarias no han sabido o no han podido hacer con tiempo un lugar suficiente para las entregas por camiones y estas estructuras pesadas se están volviendo desplegadas por fórmulas mejor adaptadas a las necesidades del momento. Las grandes organizaciones de distribución del comercio integrado, prácticamente ya no utilizan más estas instalaciones. Delegan a uno o dos compradores para "fillins", eso es: compras complementarias por pequeñas cantidades. En general prefieren hacer sus compras en los lugares de producción y hacer efectuar la entrega en sus depósitos o en sus almacenes, por vagones y camiones completos.

El volumen y la cifra de negocios de las ventas por remate siguen decreciendo no obstante los períodos de aparente estabilización en un pretendido "nivel de equilibrio". A largo plazo también estas fórmulas están condenadas a un papel secundario y los "managers" de estas organizaciones así lo reconocen.

C) - Por fin, existe en Filadelfia una fórmula completamente nueva, que tal vez no sea un modelo de la especie, pero que indica nítidamente en que sentido se realiza la evolución, a saber: el "Food Distribution Center", el Centro de Distribución de Alimentos, designado por sus iniciales "F.D.C.".-

Este centro, en vías de construcción a una distancia de 5 km. de la ciudad, está funcionando parcialmente desde un año y medio. La parte mercado de frutas y legumbres fué la primera que se realizó y cubre aproximadamente 9 hectáreas de un total de 48 ha. ya afectadas y de 120 hg. disponibles.

El mercado está proyectado como un vasto conjunto que debe permitir la agrupación de todas las actividades relacionadas con la distribución y el acondicionamiento de los productos alimenticios en general. Esta agrupación se efectúa sobre una base puramente voluntaria. Así, en lo que se refiere al mercado de frutas y legumbres, la destrucción del antiguo "Dock Street Market" y la construcción del F.D.C. forman parte del mismo programa general de urbanismo. Mas, para los mayoristas no ha habido obligación alguna de transferirse de un mercado al otro. No se trataba de formas de protección, sino de sincronización entre dos operaciones de saneamiento urbano, una negativa, la otra positiva.

Los comerciantes están personal y directamente interesados en el buen funcionamiento de su nuevo mercado, su propio alquiler es acordado en sublocación por la sociedad gestora por cinco años, mientras que esta última tiene un alquiler global del F.D.C. por veinte años.

Pero todas estas condiciones se aplican únicamente al mercado mayorista del tipo clásico, donde vienen a aprovisionarse los minoristas de la ciudad o de los suburbios, así como también algunos compradores de los negocios-cadena para "fill-ins".

Lo original del F.D.C. es de haber previsto, al lado de este mercado para "pequeños" comerciantes, el espacio suficiente para ubicar los depósitos de los "grandes", es decir de las cuatro cadenas de los Super-Mercados de la región (A & P, Acme, Food Fair y Penn Fruit), sin mencionar las cadenas voluntarias. Para atraer a estos clientes gordos, y a empresas de acondicionamiento, el F.D.C. les ofrece condiciones especiales:

En el plano jurídico y financiero, el F.D.C. propone a las grandes compañías tres soluciones, a su opción:

a) compra del terreno y libre disposición de los lugares, aunque con condiciones especificadas, un control de arquitectura y el compromiso de utilizar el lugar durante por lo menos 40 años para la distribución de productos alimenticios.

b) alquiler de 50 años para el terreno y construcción a realizar por el interesado, el que será propietario del todo a la terminación del alquileres.

c) alquiler de 50 años y construcción por el F.D.C. con una opción a locación-venta al término de 15 ó 20 años.

En el plano económico, el F.D.C. hace valer la excelencia de sus servicios ruteros y ferroviarios (por las autorutas actuales del F.D.C. un camión puede viajar hasta Chicago sin encontrar una sola luz colorada), así como la proximidad de un conjunto que agrupa a los principales productos distribuidos por sus cadenas, al estado de acondicionamiento y de la venta al por mayor. Por ejemplo: preembalaje a precio fijo de fruta y legumbres, mercado de pescado y de carne, depósitos para productos congelados.... todos instalados en el mismo terreno, gracias a las mismas condiciones financieras.

No todo es perfecto en este nuevo centro de distribución. Especialmente en lo que concierne a las frutas y legumbres, falta una conexión coherente con el ferrocarril, la competencia de los Railroad Terminale no es racional, la capacidad del almacenaje frigorífico es insuficiente, los negociantes todavía no utilizan de una manera moderna las instalaciones puestas a su disposición.

Sin embargo, queda el hecho que el ejemplo de Filadelfia merece ser observado de cerca y que se ha dado un paso adelante al tratar de integrar en un mismo mercado los elementos complementarios de la distribución. Cuando se trató de pequeñas unidades económicas, tales como los mayoristas independientes, un trabajo preparatorio ha permitido la constitución de una sociedad profesional responsable, capaz de asegurar el rendimiento y

la eficiencia práctica de la operación. Con el señuelo de la presencia de un núcleo importante de negocios al estado mayorista, ha sido posible atraer al lugar las grandes organizaciones del comercio integrado, que representan el provenir en materia de distribución.

El mismo método se usa en los Estados Unidos para constituir un "Centro Comercial", que representa el estado más evolucionado de la venta al por menor y que hace de similar del F.D.C. en el estado de mayorista. En este terreno, lo que resulta de mayor interés en los Estados Unidos, no son tanto las técnicas, sino los métodos.

De esta manera Filadelfia no ofrece un panorama completo de todas las experiencias posibles en materia de mercado mayorista, desde la tentativa de modernización de un mercado central (Reading Terminal), transformado en mercado semi-mayorista, hasta la realización de una transferencia total a un mercado periférico de un tipo nuevo: el Centro de Distribución de Alimentos, reuniendo, en un mismo lugar, a los mayoristas tradicionales, los comerciantes integrados y los sucursalistas.

Esta concentración de todas las formas de comercialización, en un vasto terreno de 140 hectáreas, provisto de las más modernas instalaciones, permite:

- a) - mantener al mercado mayorista en su función indispensable de la formación de precios;
- b) - hacer frente a todas las evoluciones posibles de la distribución de los productos alimenticios;
- c) - utilizar el precio más ventajoso los servicios en común (playas de estacionamiento, servicios ruteros y ferroviarios, depósitos frigoríficos, instalaciones para madurar bananas, etc., talleres de pre-embalaje y de supercongelación, etc.-).

313 - 14 El Mercado Mayorista de New York

Antes de sacar conclusiones de la experiencia norteamericana de los últimos diez años, puede resultar interesante -

considerar el problema particular del mercado mayorista de Nueva York, que ofrece cierta analogía con el de París.

Nos encontramos, en efecto, tal como en París y en Buenos Aires, en presencia de un mercado central (Manhattan Market), - muy obstaculizado, que no dispone de conexión con el ferrocarril y cuyo desplazamiento hacia un mercado-estación periférico (Hunts Point) ha sido resuelto. De esta manera la municipalidad de Nueva York espera detener la declinación del mercado central y restablecer en el futuro mercado la unidad del mercado, quebrada desde la creación, en 1927, del "Bronx Terminal Market" y de las salas de venta por remate (Auctions).

Es interesante, por otra parte, notar que este último mercado se ha ido transformando progresivamente en un mercado semi-mayorista a donde la mitad del volumen proviene del mercado de Manhattan, y que las Bolsas de Venta por Remate en las estaciones - han sufrido tal declinación que varias de ellas han tenido que parar toda actividad.

Algunas cifras darán una idea de la declinación del mercado central de Manhattan. La disminución del tráfico fué del 17 % desde 1940 hasta 1950 y del 5 % desde 1950 hasta 1958, es decir caso la cuarta parte del volumen en menos de veinte años.

Cabe destacar todavía que una parte importante del tráfico del mercado de Manhattan se vende directamente en la estación, pero se contabiliza lo mismo en el Mercado.

En efecto, se ha desarrollado de manera considerable desde unos años atrás, debido justamente a los obstáculos en el mercado central y al elevado costo de manipulación. Las pérdidas causadas por la obstaculización han sido estimadas en once millones de dólares por año, o sea más de 5.000 millones de francos viejos - cifra comparable con la suma adelantada a París para los Halle Centrales.

En el año 1940, el "Team Track" representaba el 10,5 % del volumen despachado por ferrocarril, 17 % en 1950 y 23 % en 1958.

Paralelamente, las cantidades despachadas por ferrocarril y entregadas en los andenes del mercado de Manhattan, que representaban el 45 % del volumen en 1940, bajaron hasta el 24 % en 1958.

Las causas principales de esta importante disminución del tráfico son, como lo hemos visto, el difícil acceso, la obstaculización del mercado central y los elevados gastos de manipulación en los andenes. A estas causas se agregan las ya mencionadas más arriba, a saber:

- la evolución de las costumbres de alimentación hacia el consumo de productos transformados (conservas y jugos de frutas).
- el desarrollo de los sucursalistas y de los Super-Mercados, cuyas compras fuera del mercado subieron, para la región de Nueva York, del 9 % en 1940, al 18 % en 1950 y al 22 % en 1958.

Pero esta doble evolución no ha afectado únicamente el tráfico del mercado central de Manhattan; también las ventas por remate (Auctions) y el Terminal Market de Bronx se encuentran en una seria declinación. En el curso de los últimos diez años, varias salas de venta por remate en los Estados Unidos han sido cerradas, y el Mercado Terminal de Bronx no hace más que el papel de un mercado semi-mayorista.

Todos estos motivos han contribuido a favor de la transferencia del mercado de Manhattan al nuevo mercado-estación de Hunts Point, cuya construcción fue emprendida por la municipalidad de Nueva York con los siguientes objetivos:

- a) Detener la evasión del tráfico de su mercado mayorista, creando un mercado moderno y eficiente;
- b) Liberar el centro de Nueva York del mercado que le obstaculiza;
- c) Atraer la clientela de los sucursalistas y de las cadenas de distribución que la situación central del Mercado de Manhattan rechaza;
- d) Desarrollar la venta sobre vagón con el fin de disminuir el costo de manipulación;
- e) Absorber el Mercado Terminal de Bronx y las salas de

venta por remate que aún subsisten, para reestablecer la unidad del mercado de Nueva York;

- f) Favorecer, en fin, la tendencia a la agrupación, a la concentración o a la asociación de empresas, cuyo número ha caído en el mercado actual de 273 en 1945 hasta 132 en 1961.

Si estos objetivos pueden ser alcanzados, el mercado mayorista de Nueva York, que recibe todavía, no obstante sus graves inconvenientes, el 60 % del tráfico actual, podrá tratar, en sus nuevas instalaciones de Hunts Point, el 90 % del volumen destinado al aprovisionamiento del conjunto de la aglomeración de Nueva York.

Los promotores del proyecto de Hunts Point entienden así demostrar que un mercado moderno y eficiente, constituye una herramienta rentable tanto para los mayoristas tradicionales como para los compradores de las cadenas de distribución.

313.15 CONCLUSIONES Del estudio del mercado norteamericano se retiene principalmente la revolución que tuvo lugar en el curso de los últimos diez años en las técnicas y estructuras de la comercialización. Desde el año 1950, los circuitos directos entre organizaciones de productores y de minoristas se han desarrollado de manera considerable. Esta doble concentración en la compra y en la venta no ha dejado de influir profundamente sobre la economía de los mercados mayoristas clásicos que, en medida siempre creciente, hacen el simple papel de reguladores de las corrientes de oferta y demanda.

Esta función tradicional de los mercados mayoristas se ha ido transfiriendo progresivamente de los mercados de producción, cuya desaparición es casi total, a los mercados de consumo, los que han resistido mejor el desarrollo del circuito directo.

En efecto, los mercados de consumo siguen haciendo un papel importante basado en el mantenimiento de un tráfico irreductible resultante de las compras de las colectividades (20 % del tonejaje comercializado) y de los comerciantes aislados (15 %), a las que se agregan las compras complementarias del sector integrado (20 a 30 %). En total el nivel de tráfico de los merca-

dos mayoristas parece establecerse entre el 50 y 60 % del tráfico general.

Pero la declinación de los mercados de consumo no ha sido uniforme. Afectó en especial los mercados centrales de las grandes ciudades que no han podido brindar a las empresas integradas, suficientes instalaciones de almacenaje y de acondicionamiento, directamente conectadas con el ferrocarril y con la ruta.

Mas el nuevo mercado periférico de Filadelfia, creado en 1958, y mañana el de Hunts Point en Nueva York, traen un concepto completamente nuevo del mercado mayorista. La idea maestra consiste en reunir, en un mismo lugar, igualmente conectado tanto con el ferrocarril como en la ruta, los mercados públicos de tipo clásico y de prever la co-existencia dentro de este vasto "Centro de Distribución de Alimentos" de los depósitos particulares de las cadenas y de las sucursalistas, utilizando al precio más bajo cierto número de servicios en común.-

Este nuevo concepto corresponde, por otra parte, a la tendencia manifestada por las empresas del sector integrado a desarrollar la práctica del "Fill-in", es decir de las compras complementarias en los mercados mayoristas, sea para hacer los surtidos necesarios, sea para establecer un precio de referencia para sus compras directas a los productores.

En fin, la desaparición de gran número de salas de venta por remate marca el profundo cambio que se ha producido desde el año 1950 en los métodos de comercialización de los productos alimenticios perecederos en los Estados Unidos. Esta declinación de las salas de venta por remate, que coincide con la reducción del tráfico que afecta a ciertos mercados mayoristas, tiende a demostrar que la venta por muestra no se puede sin la presencia física de la totalidad de la mercadería en el mercado, mismo si la producción está completamente normalizada como en los Estados Unidos.

313-2 LA EVOLUCION DE LOS MERCADOS MAYORISTAS EN EUROPA

No corresponde hacer, en el cuadro de este informe, un estudio exhaustivo de los mercados mayoristas europeos. Nos conformaremos con considerar ciertas realizaciones de entre las más características en Inglaterra y en Alemania. Intencionalmente no nos ocuparemos de estudiar los mercados de producción ("Veilingen" holandeses) estudio que no ofrece interés particular para el mercado de Buenos Aires.

313-21 Los problemas de la distribución de frutas y verduras en Londres.

En Inglaterra el desarrollo del sucursalismo se realizó en un ritmo mucho más lento que en los Estados Unidos. Entre 1950 y 1957 la progresión de esta forma de comercialización - fué insignificante en el sector de frutas y legumbres (5,5 % de la cifra de negocios de los mayoristas en 1957 contra el 5,1 % en 1950) y ligeramente más marcada en el sector de los productos lácteos (22 2 % en 1957 contra el 27 % en 1950). Después de 1957 el desarrollo de la actividad de los sucursalistas parece haberse acelerado, sin que sea posible cifrar esta aceleración.

A parte de las empresas con sucursales múltiples, también las cadenas de minoristas de menos de diez negocios se han desarrollado en el curso de los últimos años.

En cuanto a las nuevas técnicas de comercialización, se debe notar un débil desarrollo del pre-embalaje, un incremento muy rápido de la venta de jugos de frutas a costo del consumo de los citrus y una fuerte expansión de la venta de productos congelados (36 millones de Libras Esterlinas en 1959 contra una cifra insignificante en 1950).

En lo que se refiere a las ventas por remate, se puede hacer la misma observación que para los Estados Unidos, si -- guiendo los compradores en dar mucha importancia a la presencia física de los productos en el lugar de venta o en su proximidad inmediata. En efecto, cabe destacar que mismo en el ca

so de ventas de productos muy normalizados y relativamente estables, la muestra no basta para concluir una transacción. El comprador desea efectivamente ver la partida y averiguar su conformidad con la muestra presentada. La importancia que los Ingleses dan a esta proximidad de la mercadería tiene seguramente relación con la proporción importante de llegadas de mercaderías por mar, vale decir con más índices de avería y manipulaciones y trasportes entre el puerto y los mercados.

En estas condiciones se concibe que el papel de los mercados mayoristas de la región londinense no haya sido afectado particularmente por la evolución de las técnicas y estructuras que se produjo en la comercialización de los productos alimenticios perecederos.

Sin embargo, se han registrado bajas de tráfico bastantes sensibles por motivo del desarrollo de la comercialización directa de las papas, conservas y de los productos congelados.

Algunas cifras demostrarán la importancia respectiva de los circuitos fuera de mercados y del circuito tradicional: en 1959 se importaron en Londres 1 millón de toneladas de frutas y legumbres, de las cuales 663.000 toneladas directamente por el puerto de Londres y 337.000 toneladas por otros puertos.

La distribución, al por mayor, de este tonelaje cercano al de los Halles Centrales de París, se efectúa en razón de 150.000 toneladas que físicamente no pasan por los mercados y de 850.000 toneladas que transitan por los mercados mayoristas de Londres, de las cuales 560.000 toneladas sólo por el mercado de Covent Garden, que representa así el 65 % de la actividad de los mercados mayoristas londinenses. Se puede estimar que este movimiento es más o menos equivalente al del Abasto Proveedor de Buenos Aires.

Es interesante observar que no obstante la facultad que se ofrece a los compradores de efectuar sus compras directamente en los puertos o en los hangares de Londres los mercados mayoristas de Londres siguen recibiendo el 85 % del tonelaje comercializado. Por este motivo es que los mayoristas británicos estiman que el desarrollo de la corriente de negocios fuera de mercados no llegaría a suprimir la función de

la formación de los precios de los mercados mayoristas. Las disminuciones de tráfico averiguadas en el curso de los últimos años se deben, en su opinión, por una parte a la evolución de ciertas costumbres de alimentación, pero sobre todo a las dificultades de circulación y de acceso al mercado principal de Covent Garden, cuyos inconvenientes son evidentes.

Tal como en Buenos Aires, el problema esencial sigue siendo el de la modernización de las instalaciones existentes o de su traslado a un mercado moderno que puede ofrecer espacios para la circulación y suficientes posibilidades de almacenaje.

Los comerciantes británicos no son partidarios de la idea, a menudo emitida, de la creación de un depósito o de anexos de los mercados existentes. Ven en ello un motivo de incremento de los costos y pérdidas que resultaría de las manipulaciones complementarias. Sin embargo, estas manipulaciones deben ser reducidas al mínimo en vista de la perecibilidad de los productos. También ven en ello un acrecimiento del tráfico de vehículos entre el Mercado y el depósito. Consideran que el lugar ideal a donde hay que dirigir los productos desde el puerto o las estaciones, sigue siendo el mercado. Esta afirmación es reforzada por el hecho de que los compradores desean ver ellos mismos lo que compran y comprobar la conformidad de la partida con las muestras presentadas, así como su estado de frescura. Existe pues, un motivo complementario de almacenar los productos en lo posible "bajo un solo techo" y en el caso de imposibilidad material, al alcance inmediato de la zona donde se estacionan los camiones de los compradores.

Por estos motivos los comerciantes fueron llevados a estimar que la solución de sus dificultades no era la división del Covent Garden, sino más bien su reconstrucción en pisos. Al parecer esta solución no encontró la aprobación de los poderes públicos. En efecto, el Parlamento británico votó en junio de 1961 el "Covent Garden Market Bill" instituyendo una Autoridad del Covent Garden, investida con poderes de gestión y de control de todas las actividades del

Mercado. Se ha encargado, además, a esta autoridad la reconstrucción del mercado y la preparación de terrenos ubicados en Finsbury para el almacenaje de lotes importantes y de los envases vacíos. Desde entonces, los expertos designados para resolver este problema, parecen orientarse hacia la solución del traslado total a un mercado periférico, pero la región londinense no ofrece las mismas disponibilidades, en terrenos baldíos para la construcción, que la región parisiense; en realidad los terrenos disponibles se hallan a demasiada distancia del centro de la ciudad para que la solución del traslado total sea practicable.

Sea como sea, la experiencia de Londres se revela como particularmente ilustrativa de las ventajas y los inconvenientes de la pluralidad de los mercados mayoristas en un gran conglomerado.

Efectivamente, la región de Londres es aprovisionada por varios mercados. Los dos más importantes son Covent Garden y Spitalfield. Luego vienen unos mercados especializados (mercados de pescado de Billings-gate y mercados de carne) y cuatro mercados secundarios de frutas y legumbres, tales como Bourrough y Brentford.

Descartando el mercado de pescado, todos estos mercados han perdido su función de mercado mayorista para transformarse en mercados semi-mayoristas. Sólo el mercado de Spitalfield parece resistir a la atracción del mercado director de Covent Garden, pero no se trata, en realidad, de un mercado de funciones idénticas, de manera que la pluralidad de los mercados en Londres es sólo aparente.

Estos mercados son, en efecto, muy especializados y ello corresponde muy particularmente a las exigencias del comercio minorista el cual es fuertemente especializado, a la inversa del comercio minorista parisiense.

En cuanto a las influencias respectivas de los mercados de Spitalfield y de Covent Garden, los expertos británicos indican que existe un predominio indiscutible de Covent Garden, con la reserva, sin embargo, en cuanto a ciertos productos de importación, en particular los procedentes de los Estados Unidos, para las cotizaciones de los cuales Spitalfield hace el papel de piloto.

Tomando en cuenta esta influencia respectiva, estos mismos expertos estiman que siempre se produce cierto nivelamiento entre los mercados. Este nivelamiento inevitable en la pluralidad de los mercados, trae como consecuencia un desplazamiento real de mercaderías y manipulaciones complementarias múltiples que, en definitiva, se traducen en un incremento del costo de la distribución.

Asimismo hay que reconocer que el problema esencial de la formación de los precios en los mercados es un problema de competencia se desarrolla mejor en un solo mercado que en varios y que, cualquier sea la importancia de la población a atender, el margen de competencia se reduce en la medida que esta importancia es más grande; no se debe pues, en el interés general, fraccionar la competencia por la multiplicación de los mercados.

Además, desde el punto de vista técnico, los dirigentes londinenses estiman que la multiplicación de los mercados complica la tarea de los usuarios y esto tanto para los mayoristas que deberán estar presentes en varios lugares de venta a la vez, como para los compradores que dudan entre varios lugares de aprovisionamiento.

En conclusión, la experiencia de los mercados de Londres lleva a los expertos británicos a considerar que un mercado ideal debería concebirse como un mercado único que comprenda una terminal importante de ferrocarril y en especial vías de circulación de salidas ruterias concebidas como muy anchas.

Sin dudar habría que dar la preferencia a un mercado periférico único y esto cual sea su ubicación en la periferie de la aglomeración interesada.

La distancia del mercado significa, para los comerciantes usuarios del mercado (mayoristas y minoristas), por encima de todo un problema de tiempo, antes que un problema de distancia. Esta opinión no hace más que confirmarse con la creciente obstaculización de las aglomeraciones y el aumento del número de empresas que obran en circuitos directos (Super-Mercados o negocios con múltiples sucursales).

Además, a medida que se acentúa esta última tendencia, el mercado resultará tanto más atractivo para los mayoristas de