

**ESTUDIO DE LA COMERCIALIZACION DE
LOS PRODUCTOS PARA LA ALIMENTACION**

VERSION PRELIMINAR PARA CRITICA Y COMENTARIO

La presente edición tiene por objeto someter esta etapa del Estudio a la consideración de gobiernos, entidades, instituciones, técnicos, etc., con el propósito de recabar opiniones y sugerencias que puedan ser de utilidad para su perfeccionamiento.

Impreso en Argentina - Printed in Argentine - Hecho el
depósito que previene la ley 11.723 (c) 1964 Consejo
Federal de Inversiones - Alsina 1407 - Buenos Aires
República Argentina

5122

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES



ESTUDIO DE LA COMERCIALIZACION DE LOS PRODUCTOS PARA LA ALIMENTACION

ANALISIS

SEGUNDA PARTE

MERCADO DE CONCENTRACION DE LOS
PRINCIPALES CENTROS DE CONSUMO

TOMO 13

CIUDAD DE BAHIA BLANCA

El presente tomo ha sido preparado por el equipo "Estudio de la Comercialización de los Productos para la Alimentación" del Consejo Federal de Inversiones, bajo la Coordinación del Ing. Jean HASDENTEUFEL y la Co-Dirección del Ing. Gerard MUNERA -pertenecientes ambos a la SOCIETE CENTRALE POUR L'EQUIPEMENT DU TERRITOIRE (SCET)- que cumplieron funciones en el C.F.I., por el servicio de Cooperación Técnica del Gobierno Francés.

INDICE GENERAL DEL TOMO 13

CAPITULO I

INTRODUCCION

I.	OBJETO DEL ESTUDIO. METODOLOGIA EMPLEADA	Pág.	1
II.	ORGANISMOS QUE COLABORARON CON EL TRABAJO	"	5

CAPITULO II

CARACTERISTICAS DEL TERRITORIO

I.	GENERALIDADES	"	9
II.	COMUNICACIONES Y VIAS FERREAS	"	10
III.	TRANSITO URBANO	"	13
IV.	DESARROLLO DE LA CIUDAD	"	14

CAPITULO III

DEMOGRAFIA	"	23
------------	---	----

CAPITULO IV

PRODUCCION LOCAL

I.	PRODUCCION HORTICOLA	"	31
II.	PRODUCCION PESQUERA	"	35
III.	EL TRANSPORTE DE LOS PRODUCTOS ALIMENTICIOS	"	43

CAPITULO V

COMERCIALIZACION

I.	CARACTERISTICAS GENERALES. MERCADO DE ABASTO	"	47
II.	ANALISIS DE LA ENCUESTA MAYORISTA	"	53
	A - Frutas y Verduras	"	53
	1. Especialidades de productos vendidos	"	53
	2. Tonelaje y superficie	"	55
	2.1. Mayoristas fuertes o grandes	"	56
	2.2. Mayoristas chicos	"	59

	2.3. Mayoristas medianos	Fág.	62
	2.4. Conclusión	"	63
III!	B - Anexo de la encuesta mayoristas. Formulario utilizado	"	65
	CONTROL DE ENTRADAS Y SALIDAS. CIERRE DE LA CIUDAD	"	82
	A - Realización General de la Encuesta	"	82
	B - Movimiento de Camiones	"	93
	1. Entradas	"	93
	2. Salidas	"	98
	C - Análisis del tonelaje comercializado	"	00
	1. Consumo de la ciudad	"	00
	2. Abastecimiento de la zona de influencia cercana	"	02
	3. Despacho fuera de la zona de influencia directa	"	03
	4. Origen de los productos comercializados en Bahía Blanca.	"	04

CAPITULO VI

PROYECTOS

I.	PROYECTOS DE MERCADOS DE CONCENTRACION	"	139
	A. Mercado Cooperativo de concentración de productos hortícolas	"	135
	B. Mercado de Concentración de Frutas y Verduras	"	140
	INDICE DE CUADROS	"	167
	INDICE DE MAPAS Y PLANOS	"	168

I. INTRODUCCION

A. - OBJETO DEL ESTUDIO. METODOLOGIA EMPLEADA. -

El presente trabajo tiene por objeto conocer el consumo anual **total** para la ciudad en estudio, -y por consiguiente, el consumo promedio por habitante- los lugares de producción y las formas de comercialización.

Si se tiene en cuenta la naturaleza perecedera de los productos -frutas y hortalizas-, que impide -por lo menos para una parte de ellos- un prolongado almacenamiento, podrán apreciarse las dificultades y complejidad del estudio que encaramos. Por otra parte, debe considerarse que el proceso se realiza en un medio en constante evolución; a lo que se agregan otros factores no despreciables, tales como: el estado de los caminos, la importancia de las cosechas, los cambios en los gustos del consumidor, etc.

Se contó con los siguientes elementos de información:

Estadísticas:

- De producción, por zona de producción y por producto;
- De transporte ferroviario por producto, líneas y estaciones;
- De movimiento de mercaderías de algunos mercados -en general oficiales- (debe consignarse que estos datos fueron casi siempre incompletos).

- De consumo por mes y por producto, para una familia obrera de Buenos Aires en 1960.

Trabajos Publicados:

- El "Estudio Preliminar de la Comercialización de los Productos de la Alimentación" para la Capital Federal y el Gran Buenos Aires, C.F.I. 1960;
- La Primera y Segunda Parte del presente trabajo.

Metodología empleada

Existen diversas formas de llegar al conocimiento del consumo total anual de una ciudad determinada. Una de ellas, es la de realizar un muestreo en base a encuestas directas a familias de consumidores. Sin embargo ello no estaba al alcance de las posibilidades, tanto materiales como humanas, que teníamos a nuestra disposición. Debe pensarse que nuestro trabajo comprende a once localidades, en todos los casos con una población que supera las 25.000 familias. Una encuesta que cubra los mínimos requisitos técnicos para poder considerarla un "muestreo" satisfactorio, hubiese exigido interrogar en cada ciudad a un número de familias que varía entre 2.500 y 5.000. -

Se decidió entonces hacer un "Cierre de Ciudad", es decir, establecer durante un cierto plazo, las entradas y salidas de mercadería de la ciudad considerada, ubicando puestos de control en los caminos principales para certificar la naturaleza y el peso de la carga transportada.

El método, el más aconsejable dadas las circunstancias, los recursos disponibles para esta etapa del estudio y el tiempo fijado para su realización, adolece de inconvenientes que, en cada caso trataron de ser superados.

En efecto, el "cierre" por más perfecto que sea, no puede cubrir la totalidad de los caminos. Existe un gran número de pequeños caminos de tierra, de acceso a las ciudades, cuyo control escapa a la encuesta. A través de estos caminos se produce un flujo variable de productos, en especial, transportados por quinteros en sus propios medios, de chacras cercanas a la ciudad. Para cada ciudad se hizo -de acuerdo a sus características- una evaluación de este tránsito no registrado en los controles.

El sistema del "Cierre de Ciudad" -de probado éxito en estudios similares realizados en Europa- exige que se efectúe por lo menos una vez en cada una de las cuatro estaciones del año a los efectos de computar las variaciones temporales de la producción. Sin embargo ello no fué posible hacerlo para este trabajo por las limitaciones que, con respecto al material y equipo humano, hicimos oportunamente. Los "Cierres" que sirven de base estadística a nuestro estudio, se realizaron a lo largo de una sola estación (invierno). Pero las restricciones que esto implicaba fueron suplidas por el trazado de hipótesis sobre la base de los datos aportados por las estadísticas que hacían referencia al consumo y las variaciones estacionales de producción registradas en el Primer Tomo de esta obra.

Otro de los problemas considerados muy especialmente, a los fines de evitar resultados aparentes, fue el creado por aquellos productos menos perecederos que se pueden almacenar durante un cierto tiempo (papas, batatas, cebollas) o conservar en cámaras frigoríficas (manzanas). La entrada de los mismos a la ciudad puede darse en forma concentrada en un corto lap

so y su consumo prolongarse durante todo el año. Observaciones directas, a los fines de evaluar estas circunstancias, nos advirtieron que las limitaciones financieras en especial, atentaban -en la época de realización del estudio- contra las posibilidades de formar grandes "stocks". Un "cierre" de cuatro días de una misma semana nos suministró una idea muy aproximada del consumo de la ciudad.

Con respecto a las particularidades de la metodología empleada para evaluar el consumo, diremos que hemos tenido en cuenta que en el transcurso de una misma semana el flujo de la comercialización varía según los días en que se realiza el registro, ya que hemos podido observar que los miércoles y viernes fueron los de mayor tránsito de mercaderías. Es así como se eligió entonces, entre los días de "cierre", aquellos que permitieron comprender los niveles más altos y más bajos de la circulación de los productos.

En cuanto a la comercialización propiamente dicha -el otro aspecto fundamental del objeto del trabajo- debemos considerar a los dos grandes rubros en que se divide: mayorista y minorista.

En esta última ya fue analizada en el Tomo Sexto del presente trabajo.

El estudio de la comercialización mayorista, se hizo sobre la base de entrevistas que en cada ciudad comprendieron aproximadamente al 50% de los comerciantes. Sirvió de base para los requerimientos del encuestador, el formulario que se adjunta en el Anexo de este tomo.

En definitiva, consideramos que se ha realizado un análisis coherente que permitirá encarar el estudio del proyecto de un nuevo mercado. El mis -

mo en la ciudad de Bahía Blanca se hace necesario por la ubicación céntrica del edificio actual y por la falta de espacio que obliga a un número considerable de comerciantes a operar en locales aislados, incidiendo este hecho negativamente en la operatividad de las transacciones comerciales.

En este trabajo no se hizo ningún estudio preliminar sobre proyecto de un nuevo mercado, debido a la falta de idea con respecto al mismo, en el momento en que se realizaba este estudio, por parte de la Intendencia Municipal. En esta materia es muy difícil tomar una posición, si no se tienen los elementos de juicio oficiales y privados.

Por lo expuesto, esta presentación se limitará a presentar los elementos técnicos necesarios para encarar tal proyecto y un memorandum de generalidades sobre la técnica de proyección de un mercado moderno. Se acompañan también algunas referencias sobre lo que se ha podido conocer de los proyectos locales.

II. ORGANISMOS QUE COLABORARON EN EL TRABAJO

Además de los Equipos Técnicos del C.F.I., hemos recibido la más alta colaboración de los siguientes organismos:

Gobierno de la Provincia.

Ministerio de Economía y Hacienda

- Subsecretaría de Hacienda
- Dirección de Estadística

- Dirección de Catastro
- Dirección General de Rentas

Ministerio de Asuntos Agrarios

Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social

- Dirección de Bromatología

Ministerio de Gobierno

- Jefatura de Policía
- Unidad Regional VII

Ministerio de Obras Públicas

- Dirección de Vialidad

Municipalidad de la Ciudad de Bahía Blanca

- Intendencia
- Secretaría de Hacienda
- Dirección de Obras Públicas
- Dirección de Rentas
- Departamento de Estadísticas
- Dirección de Abastecimiento
- Policía Municipal
- Digesto Municipal

Gobierno de la Nación

- Dirección de Estimaciones Agropecuarias
- Secretaría de Transportes (EFEA)

- Aduana
- Secretaría de Guerra
- Base Naval de Puerto Belgrano

CAPITULO II

CARACTERISTICAS DEL TERRITORIO

I - GENERALIDADES

El partido de Bahía Blanca se halla ubicado al sur de la provincia de Buenos Aires, limitando al N. con Tornquist, al NE, con Coronel Pringles, al E. con Coronel de Marina Leonardo Rosales, al S. con el Océano Atlántico y al SO. con Villarino. La ciudad de Bahía Blanca, cabeza del partido y sede del gobierno municipal, está situada aproximadamente a 38°40' latitud sur y 62°15' longitud oeste, al fondo de un canal natural que desemboca en la bahía de igual nombre, sobre el Océano Atlántico.

El territorio del partido encuadra en su aspecto general dentro del que ofrece la meseta ondulada que se extiende desde el pie de la Sierra de la Ventana y tiene en la parte norte unos 160 metros, bajando paulatinamente hasta los 70 metros y declinando luego bruscamente hacia la baja planicie de la bahía. La ciudad de Bahía Blanca está emplazada preponderantemente en una zona baja, con excepción del sector NE que llega a la altura máxima de 73 metros. La curva nivel de 50 metros atraviesa parte del sector urbano

-los barrios de La Falda, Bella Vista, Villa Amaducci, las instalaciones del Hospital Regional José Penna, del aeropuerto y el parque provincial- describiendo una línea ligeramente paralela al curso del arroyo Napostá sobre su margen izquierda. Si bien entre los 70 y los 30 metros el descenso se realiza en un espacio muy reducido configurando una pendiente destacable, desde los 30 a 0 metros la pendiente es muy suave y casi toda la zona poblada se desarrolla en un verdadero plano. La línea de 20 metros atraviesa la ciudad y se desplaza de N a E continuando hacia el S, siguiendo un curso paralelo a la de 50 metros; la curva de nivel de 10 metros dibuja una línea que por el S y el O contornea la ciudad exceptuando la zona del puerto de Ingeniero White que se encuentra prácticamente sobre la línea del nivel del mar.

II. COMUNICACIONES Y VIAS FERREAS

La ciudad de Bahía Blanca está unida al resto del país por medio de las rutas nacionales Nros. 3, 22, 33 y 35 y a su zona próxima por las provinciales y caminos comunales.

La ruta nacional 3 une hacia el norte a la ciudad de Bahía Blanca con la Capital Federal y hacia el sur a la misma ciudad con Ushuaia. La parte norte está totalmente pavimentada y la del sur solo hasta Hilario Ascasubi, estando el resto del camino consolidado.

La ruta nacional 22 conectará a Bahía Blanca con las Provincias de Río Negro y Neuquén. Para fines del año 1963 estarán concluidos los traba-

jos de pavimentación de un recorrido de 180 km que se extiende desde la ciudad estudiada hasta la de Río Colorado. Para abril de 1964 se prevee la terminación de otros 60 km que correrán desde la última ciudad indicada hacia el oeste y a fin de 1964 se tiene calculado llegar a Choele Choel. Desde ésta a Villa Regina las obras están en realización, existiendo ya pavimento desde Villa Regina hasta varios kilómetros más allá de la ciudad de Neuquén. En tramos aislados, también hay camino pavimentado entre Neuquén y Zapala.

La ruta nacional 33 unirá Bahía Blanca con la ciudad de Rosario. La misma actualmente está pavimentada entre Bahía Blanca y Tornquist y Pigüé y Guaminí, encontrándose en construcción el sector que conecta Tornquist con Pigüé y Guaminí con Trenque Lauquen.

La ruta nacional 35 conecta la ciudad con vastas zonas agrícolas ganaderas, atravesando la Provincia de La Pampa y llegando al sur de la de Córdoba. Su pavimentación es obra de un acuerdo entre las Provincias de Buenos Aires y La Pampa y Vialidad Nacional; la primera ha realizado ya el tramo Bahía Blanca-San Germán y próximamente licitará 43 km que unen esta última localidad con Meridiano V. La Provincia de La Pampa trabaja actualmente en la pavimentación del trayecto Santa Rosa al sur del Meridiano V. Vialidad Nacional está a cargo de la pavimentación del camino desde Santa Rosa hacia el norte.

Las rutas provinciales 76 y 86 unen respectivamente Tornquist con Olavarría y Juarez con Laprida. La primera tiene pavimentado el tramo que va desde Libano a Olavarría y la segunda el que lo hace desde Laprida a La-

madrid; ambas relacionan la ciudad de Bahía Blanca con la región centro-sur de la Provincia de Buenos Aires. Por caminos de tierra consolidados se accede a la ciudad desde las localidades de Cabildo, Aldea Romana, Puente Cane sa y General Daniel Cerri. Por caminos pavimentados está unida a los puertos de Ingeniero White y Galván.

Por la red ferrocarrilera la ciudad se comunica con Plaza Constitu - ción (640, 3 kms.); Zapala (744, 8 kms.); San Carlos de Bariloche (1.100, 9 kms.); Santa Rosa (372 kms.); Darragueira (155, 6 kms.) y los puertos de In - geniero White, Galván y Belgrano.

Siete kilómetros y medio al sur de la ciudad de Bahía Blanca está si - tuado el puerto de Ingeniero White, que con Galván y Cuatros y los del par - tido Leonardo Rosales constituyen el mayor centro ultramarino del Atlántico Sur, clasificado como puerto de segunda categoría por la Administración Ge - neral de Puertos.

El puerto de Ingeniero White (**Muelle** sur de elevadores, Muelle Cen - tral de elevadores, Muelle de acero y Muelle Nacional) y el puerto Galván po - seen una longitud de muelle de 4.032 metros, amplios atracaderos, grúas eléctricas, elevadores con su propia planta de limpieza y una capacidad de al - macenaje de 181.022 toneladas más 83.000 toneladas en galpones y tinglados diversos. El muelle central de elevadores tiene capacidad operativa y simul - tánea para cuatro buques y su capacidad horaria de carga y por buque es de 1.000 toneladas. En puerto Galván existen además instalaciones para el trans - porte y bombeo de combustibles. Puerto Cuatros es utilizado preferente -

mente para el embarque de carnes y derivados y tiene capacidad de amarre para un solo buque por vez.

En el sistema portuario bahiense operan un promedio de 170 embarcaciones de cabotaje y unos 210 buques de ultramar.

III - TRANSITO URBANO

Si bien las calles de la ciudad de Bahía Blanca constituyen un conjunto poco diferenciado desde el punto de vista del tránsito, se puede no obstante señalar -como se lo hace en el Mapa 1- las arterias de mayor intensidad. Actualmente el tránsito urbano está condicionado al tipo de pavimento existente pero por la próxima transformación del adoquinado en asfalto se presume que cambiará radicalmente el cuadro presente. Por otra parte, el congestionamiento de hoy en el radio céntrico y en las calles que aproximan a las rutas de acceso, se debe a la inexistencia de un camino de cintura que desahogue del radio urbano el constante fluir de vehículos que van y vienen desde el norte a la región sur del país y al actual sistema ferroviario.

Vialidad Nacional ha estudiado el problema del camino de cintura para la ciudad de Bahía Blanca y los planes confeccionados en 1937 fueron actualizados en 1954, considerando el proyecto de remodelación ferroviaria, que sobre la base del realizado por el arquitecto Miguel C. Roca en 1951, confeccionó en 1953 el Ministerio de Transporte de la Nación. Dicho proyecto implicaba el levantamiento de la actual estación del Ferrocarril Nacional General Ro

ca, las instalaciones del Mercado Victoria, vías y estación de pasajeros del Ferrocarril Rosario-Puerto Belgrano (actualmente fuera de actividad), y la construcción de una nueva estación y playa de maniobras sobre la actual vía de salida hacia Neuquén, conectándose este nuevo trazado con el ferrocarril que une Buenos Aires (vía Lamadrid).

IV - DESARROLLO DE LA CIUDAD

La ciudad de Bahía Blanca se ha ido desarrollando sobre la base de dos pilares fundamentales: su rica zona agrícola-ganadera próxima y su eficiente puerta de salida al mar. Ello ha ido gestando una importante actividad comercial y la ciudad cobró cierta jerarquía en poco tiempo.

El ferrocarril ha impulsado fundamentalmente este proceso y ha sido el origen de los nuevos barrios que se fueron creando en torno a las estaciones y colonias de obreros y empleados ferroviarios. La red tranviaria ya desaparecida, unía las estaciones con el centro de la ciudad y como toda línea de transporte fué poblando su recorrido. Hoy día no se nota esta preeminencia del ferrocarril, pero ha dejado impresa su importancia en el desarrollo urbano, si bien su actual trazado, que atraviesa sectores poblados, lo ha transformado en un factor de freno.

Las nuevas tendencias van creando un desplazamiento hacia zonas más altas del ejido y nuevos centros poblados han aparecido en los últimos años. No obstante la ciudad ha visto estancarse lentamente su desarrollo por



REFERENCIAS

-  FERROCARRIL
-  RUTA P.V.
-  CAMPO DE TIERRA
-  LIMITE DE PARTIDO

TORNQUIST

TORNQUIST

CORONEL PRINGLES

VILLARINO

Cnel. DE MARINA LEONARDO ROSALES



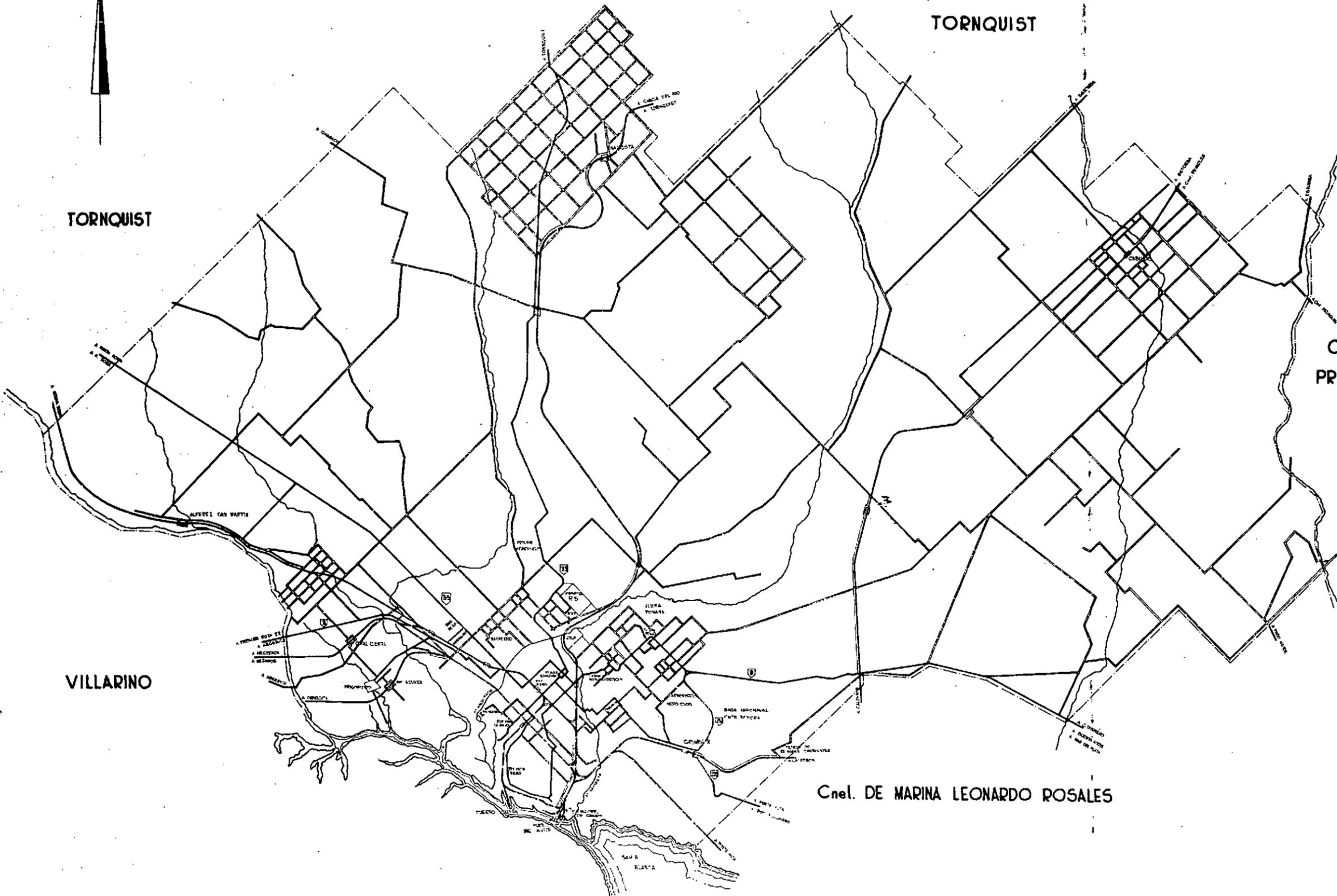
RUTAS DE ACESSO A BAHIA BLANCA.

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

Estudio de la:
**COMERCIALIZACION DE LOS PRODUCTOS
PARA LA ALIMENTACION**

**MAPA
Nº1**

PRIMERA ETAPA: Analisis



la ausencia de una verdadera industria y la pérdida de actividad de su importante sistema portuario.

Señalamos a continuación en una breve cronología los acontecimientos más salientes que han repercutido en la expansión urbana de la ciudad de Bahía Blanca; o son consecuencia directa de la misma:

1884 - 26 de abril: Se inaugura la línea ferroviaria Bahía Blanca-Buenos Aires del Ferrocarril Sud.

1889 - teléfono

- 26 de setiembre: Se inaugura el puerto de Ingeniero White

1889 - 2 de junio: Se inaugura el Hospital Municipal (la ciudad cuenta con más de 12.000 habitantes)

1897 - Se dictan Ordenanzas sobre Construcciones

- El Ferrocarril del Sud llega a Río Colorado

- 20 de octubre: Se inaugura el Mercado Victoria

1899 - 1 de junio: El Ferrocarril Sud inaugura la línea Bahía Blanca-Neuquén.

20 de octubre: Se establece el alumbrado público eléctrico

1899/1900 - Se crean las delegaciones municipales de Punta Alta, Ingeniero White y Cuatrerros (General Daniel Cerri)

1901 - Se extiende el alumbrado eléctrico a particulares

1901/02 - Se pavimentan 20 cuadras de la ciudad

- Se otorga la concesión de tranvías.

- Se amplía el alumbrado eléctrico

- Aparecen las Ordenanzas Municipales de reglamentación del Hospital Municipal, coches de alquiler, cuerpo médico sanitario, abasto y mercado central
- 1902 - 18 de marzo: Se crea la Escuela Nacional de Comercio
 - Se inaugura el puerto Galván
- 1903 - Se inaugura el muelle Cuatretros
 - Se inaugura el Hotel de Inmigrantes que ocupa el Ejército hasta 1911- Llegan tres vapores con inmigración directa; el primero el 26 de febrero de 1911, el segundo el 1 de julio de 1911 y el último en octubre de 1912
- 1903/04 - Se adquieren los mataderos
 - Se inaugura la plaza "9 de julio"
- 1904 - Aparece el tranvía a vapor
- 1906 - 17 de abril: Se crea el Colegio Nacional
 - 23 de junio: Se crea la Escuela Normal Mixta
 - Aparece el tranvía a nafta
- 1907 - gas
- 1908 - aguas corrientes
- 1910 - tranvía eléctrico, que desaparece en 1938
 - 25 de mayo: Se inaugura el Tiro Federal
- 1907/10 - Se concluyen las obras del Parque de Mayo
 - Se delinea y pavimenta la Avenida Alem
- 1912 - 1 de enero: El Ferrocarril Sud inaugura la línea Bahía Blanca-Pe-

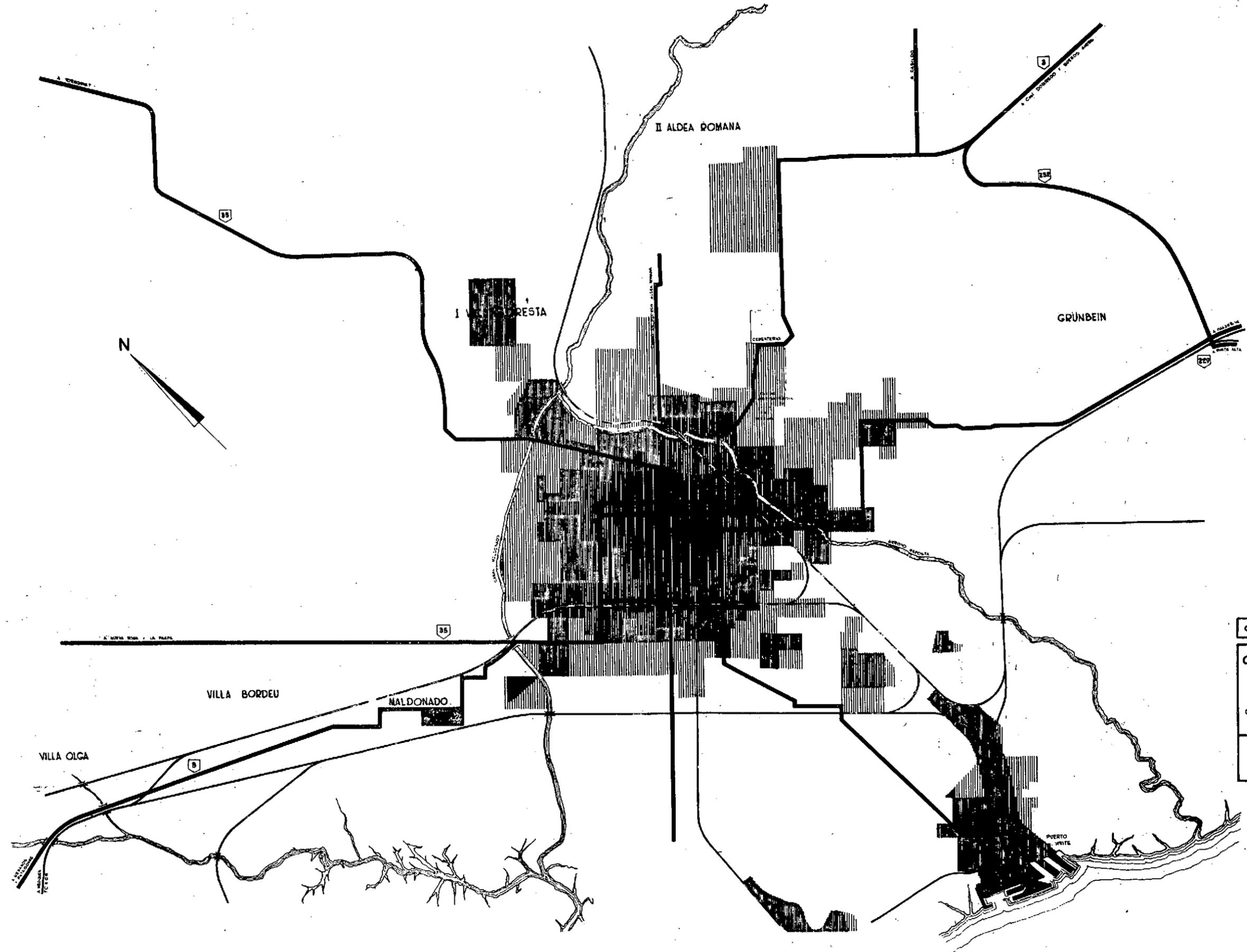
- 1911/12 - Pavimentación del camino al Cementerio y del camino a Ingeniero White
- Ensanche del pavimento de granito y adoquinado de madera en calles céntricas
 - Casas obreras en Villa Harding Green
 - Ampliación del Hospital Municipal
 - Creación de la Plaza "Pellegrini"
 - Ampliación del parque "Independencia"
 - Creación de la Asistencia Pública
 - Construcción del Teatro Municipal
 - Construcción de nuevos mataderos
- 1913 - El Ferrocarril del Sud llega a Stroeder
- 1915 - 10 de julio: Camino adoquinado a Ingeniero White hasta el Puente Colón
- 1918 - 30 de setiembre: Se descubre petróleo en Plaza Huincul
- 1919/20 - Se reforma el pavimento de la Avenida Alem y se realizan desagües en Punta Alta y en el Cementerio
- 1922 - 20 de abril: El Ferrocarril Sud llega a Patagones
- 1932 - 5 de octubre: Camino pavimentado a Punta Alta
- 11 de noviembre: Se crea el Hogar del Anciano
- 1933 - 11 de abril: Se crea el Hogar del Niño
- 1935 - Ordenanza de ventas de casa en Villa Harding Green
- Ley N° 3262 del 1° de agosto de 1910 que modifica el destino a dar

por la Nación por el producido de la venta de tierras: caminos a pa
vimentar Bahía Blanca-Ingeniero White y Galván-Ingeniero White;
y cesión de la Nación del terreno frente a la Plaza Rivadavia para
erigir el edificio de los Tribunales Costa Sur. El producido de la
venta de tierras deberá destinarse a ejecutar obras públicas en el
Fuerto de Ingeniero White, previa ley nacional y conformidad de la
provincia de Buenos Aires

1961 - 23 de marzo: Camino pavimentado a Ingeniero White por la Avenida

Jorge Moore

- Camino pavimentado entre Ingeniero White y Puerto Galván.



- REFERENCIAS**
- VIA FERREA
 - COTAS DE ACCESO
 - ▨ CRECIMIENTO HASTA 1929
 - ▩ CRECIMIENTO HASTA 1941
 - ▧ CRECIMIENTO HASTA 1921
 - ▦ CRECIMIENTO HASTA 1945
 - ▥ CRECIMIENTO HASTA 1975

CRECIMIENTO DE LA CIUDAD DE BAHIA BLANCA	
CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES	
Estudio de la:	
COMERCIALIZACION DE LOS PRODUCTOS PARA LA ALIMENTACION	
MAPA Nº 2	PRIMERA ETAPA: Analisis

CAPITULO III

DEMOGRAFIA

Para la población del partido de Bahía Blanca se ha confeccionado una serie que va desde 1935 hasta 1963, (cuadro 23) tomando para todos los casos en que se refieren a cifras estimadas, valores al 1° de enero de cada año; para los datos censales la cifra corresponde a la fecha de realización del respectivo censo. Durante el período considerado se registran dos censos nacionales de población, el del año 1947 y el último censo correspondiente al año 1960.

Se ha procedido a confeccionar la tasa de crecimiento anual (‰/00) sobre la base del promedio de población anual y el incremento del año (cuadro 14), denotándose un marcado carácter estacionario en la población local; la misma crece a un ritmo muy inferior al de la provincia de Buenos Aires y al del país en conjunto. Analizado el problema desde el punto de vista del aumento de su actividad de inmigrantes, puesto que dado el bajo crecimiento de población que se opera, irá creciendo el número de habitantes inactivos de edad avanzada. Por otra parte es importante destacar el incremento operado entre

los años 1947 y 1960 en la población femenina, lo que en alguna medida acentúa el problema futuro de población activa.

Se analizan también en los cuadros que se acompañan 15 a 22 la variación operada en la población entre los años 1947 y 1960 en atención a su origen (argentinos y extranjeros), y su incremento porcentual y tasa de crecimiento en comparación al total de la provincia de Buenos Aires y de la región no-conurbana. La denominación de conurbana y no-conurbana ha sido tomada de la clasificación realizada por la Dirección de Estadística e Investigaciones de la Provincia de Buenos Aires, que incluye en la primera a los partidos que componen lo que se ha dado en llamar el "gran Buenos Aires" y en la segunda al resto de la provincia.

En lo que respecta al medio, el partido de Bahía Blanca acusa cada vez más su carácter preponderantemente urbano. El análisis comparativo de las cifras de los censos 1947 y 1960 demuestran este acerto y ponen en evidencia la disminución absoluta y relativa operada en la población rural.

Del análisis de la población de los centros urbanos existentes en el partido -la ciudad, los pueblos de Cabildo y General Daniel Cerri y el Puerto de Ingeniero White- merece consideración especial este último. El censo de 1947 ha incluido su población en la correspondiente a la ciudad de Bahía Blanca, en consecuencia se ignora a cuánto asciende, pero en cambio se conoce el número de habitantes para los años 1914 y 1960, de los que surge una diferencia negativa de 324 habitantes. Se trata de un lógico proceso de despoblación

que lentamente se ha venido operando en el sector del puerto paralelamente a la disminución de actividad del mismo.

Merece señalarse también la disminución de población que surge de la comparación de las cifras correspondientes a los años 1947 y 1960 para la población de Cabildo. No se trata aquí de un verdadero fenómeno de despoblación sino del resultado de aplicar criterios diferentes al considerar las poblaciones urbana y rural; la diferencia surge de haber incluido en la categoría de urbana a población rural en el censo 1947, o de lo contrario haber considerado rural a población urbana en 1960. La primera alternativa es más aceptable y ello agudiza el proceso de disminución de población rural que manifiesta el partido de Bahía Blanca.

Se ha confeccionado en base a los datos del censo 1947 la pirámide de población del partido y con informaciones del Registro Civil sobre nacimientos y defunciones se ha estructurado la pirámide a 1962. Se estima a pesar de desconocerse los movimientos migratorios, que el resultado aproximado de la composición por edades y sexo de la población del partido es bastante satisfactorio. En la misma se pone de manifiesto, con respecto a la composición a 1947, una marcada disminución de población masculina, corroborada por las cifras globales del censo 1960.

No se ha estimado necesario realizar la proyección de la población del partido porque ese dato nada demuestra con respecto al verdadero crecimiento de la misma. Es inevitable la superación a corto plazo del estancamiento económico zonal y consecuentemente un rápido crecimiento demográfico.

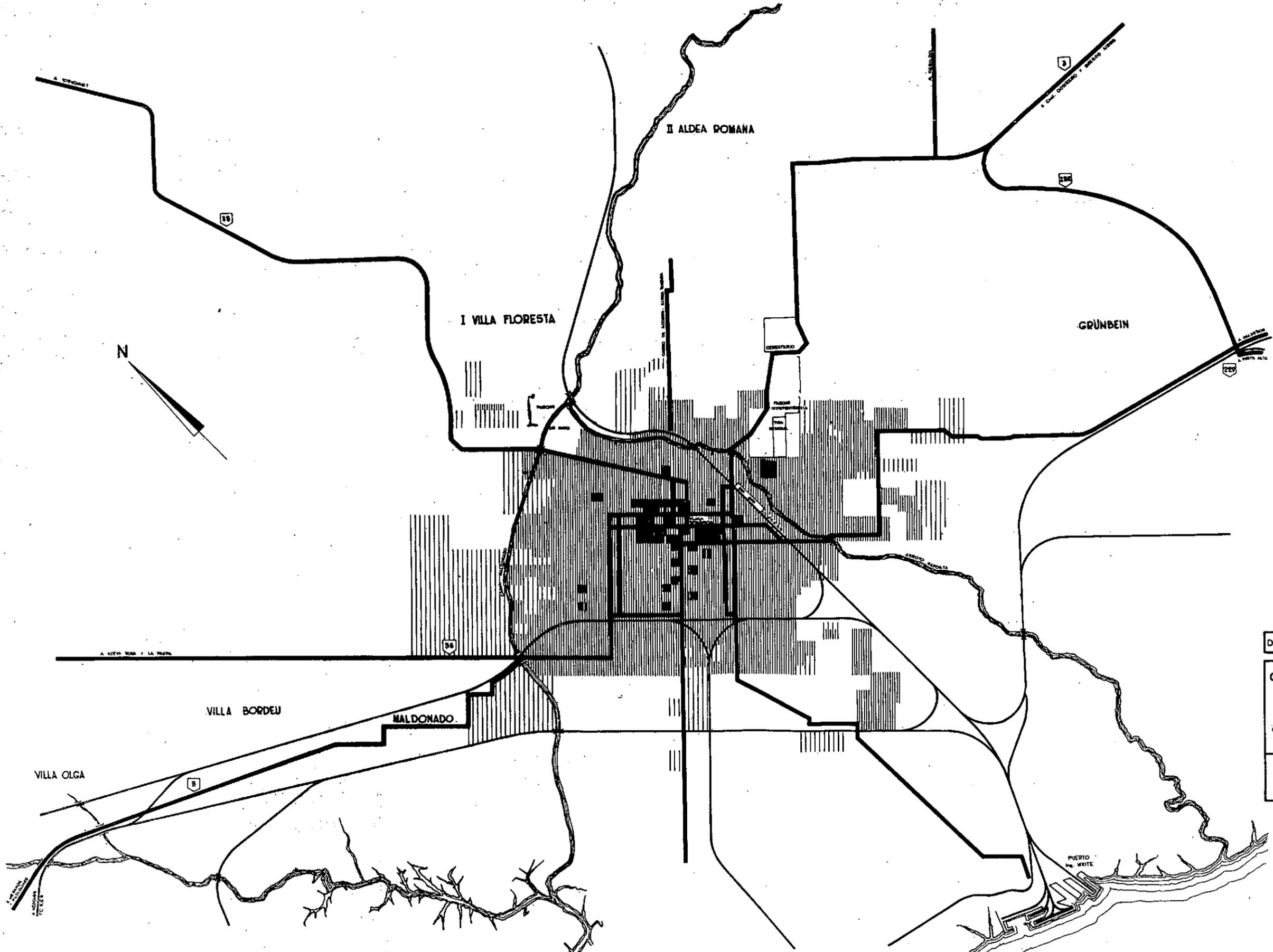
fico producto de una racional política inmigratoria; las exigencias demográficas del desarrollo zonal no podrían ser cubiertas con la tasa de incremento actual.

La particular composición demográfica del partido de Bahía Blanca a pesar de su ubicación geográfica -zona rural de escasa densidad- que lo caracteriza de urbano tal como se señala más arriba, actúa directamente sobre las características de su consumo, que se asemeja así al de la zona conurbana de la provincia de Buenos Aires y al de otros grandes centros urbanos del país. Efectivamente, casi el 97% de la población del partido se encuentra localizada en la ciudad de Bahía Blanca y en los pueblos de Cabildo y General Daniel Cerri y el Puerto de Ingeniero White. Se puede, no obstante, señalar una pequeña variante con respecto a la composición del consumo familiar de la población de la ciudad de Buenos Aires: se estima un mayor consumo de carne y un consumo menor de hortalizas y frutas, esto último por la existencia de una oferta menos rica en variedades y precios más altos para la incidencia del transporte especialmente en invierno y por un relativo bajo poder adquisitivo de la población con respecto a las grandes ciudades. No obstante corresponde considerar que al analizarse cuantitativamente el consumo de verduras (en mayor medida) y frutas (en menor medida), el dato numérico debe ser incrementado por la existencia bastante desarrollada, principalmente en los barrios, de cultivos familiares. La escasa información obtenida en materia de precios y cantidades comercializadas no nos ha permitido realizar un análisis más detenido desde el punto de vista cualitativo de la deman-

da. A pesar de ello se evidencia la inferioridad de condiciones del consumidor habiense con respecto al de otras ciudades del país en el cuadro N° 12 de cotizaciones que se acompaña, y donde no se registra cotización para el tomate durante un prolongado período -un mes y medio- por la inaccesibilidad de su precio.

En cuanto a los demás productos de la ración alimenticia de la ciudad de Bahía Blanca, las observaciones que se formulan son semejantes a las que se dan para las grandes ciudades del país y la Capital Federal misma, que hacen a la conducta del consumo del pueblo argentino.

El pescado, a pesar de existir una importante producción local que permite obtenerlo fresco, no afecta sino en forma insignificante la ración bahiense. El consumo de aves tiene también escasa importancia, fundamentalmente porque la oferta es restringida (la producción local es de escasa significación) y los precios no pueden competir con el de la carne. Además debe señalarse aquí, que la población de los barrios excepcionalmente adquiere carne de ave porque poseen producción familiar que satisface sus necesidades.



REFERENCIAS

	5 a 50 personas por Ha.
	51 a 250 " "
	251 a 500 " "
	mas de 500 " "



DENSIDAD DE POBLACION DE LA C. DE B. BLANCA

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

Estudio de la:

COMERCIALIZACION DE LOS PRODUCTOS PARA LA ALIMENTACION

MAPA Nº 3	PRIMERA ETAPA: Analisis
---------------------	-------------------------

CAPITULO IV

PRODUCCION LOCAL

I - PRODUCCION HORTICOLA

Las zonas de producción hortícola del partido de Bahía Blanca están localizadas en su mayoría en las proximidades de los arroyos existentes. Como única excepción merecen señalarse Villa Belgrano y Villa Floresta, zona contigua a la ciudad y ubicada al norte de la misma. La zona del Sauce Chico se encuentra emplazada sobre la margen derecha del arroyo del mismo nombre, la zona de General Cerri a la izquierda del Sauce Chico y a la derecha del arroyo Saladillo de García, y la zona de Aldea Romana sobre ambos márgenes del arroyo Napostá.

El conjunto comprende una extensión de aproximadamente 600 hectáreas distribuidas entre las seis zonas existentes: Los Mirasoles, Aldea Romana, Villa Belgrano, Villa Floresta, General Cerri y Sauce Chico. El número total de quintas asciende a 210. Los cultivos más importantes corresponden a acelga, lechuga, tomate, zanahoria, hinojo, cebolla de cabeza y pimiento morrón; estos últimos cultivos mucho más desarro-

llados sobre las márgenes del arroyo Sauce Chico, La mayor producción se observa en verano, en que se abastece en exceso el consumo local de verdura de hoja, tomates, pimientos, zapallitos, zapallos y melones.

Las zonas señaladas en las proximidades al curso de los arroyos que desembocan en el estuario de la bahía son regadas con el agua de los mismos. A tal fin existen canalizaciones muy primitivas drenándose el agua con ruedas de madera y en muy contados casos con bombas de extracción. El cauce normal de los arroyos satisface plenamente las exigencias durante el invierno, pero no así en verano, ya que aumentan las exigencias de líquido en la ciudad y las tomas de aguas corrientes reducen el cauce normal al 50%.

Si bien la producción satisface las necesidades locales en verano, puede afirmarse que no existe durante el año autosuficiencia en el orden local en hortalizas; especialmente en el invierno (meses de abril a setiembre) es escasa la producción local que entra al mercado y debe ser suplida con la proveniente de diferentes zonas del país, como se puede observar en el mapa incluido en el Anexo.

Merecen consideración especial el factor climático de la zona de Bahía Blanca y la poca aptitud de sus tierras altamente salitrosas como limitativos para la producción hortícola. Es una zona de grandes vientos y temperaturas inestables cuyas rápidas variaciones provocan mermas considerables en la producción. Se puede así afirmar que las malas condiciones climáticas, provocan pérdidas durante el cultivo que van de un 15 a un 20% para las diferentes especies, Tales factores inciden directamente en la producción por

hectárea, la que, a valores de 1963, oscila en promedio entre \$30.000 y \$50.000 para zonas más o menos castigadas. Por otra parte, las fugaces lluvias intempestivas causan graves trastornos, pues al lavar el terreno, aflora sal a la superficie y se forman capas costrosas que dificultan la germinación para superar estas dificultades se hace necesario nuevas siembras o la roturación manual de la tierra endurecida. Se deduce pues que el trabajo de la huerta exige un gran esfuerzo humano en las condiciones locales, que no se ve compensado luego por rendimientos satisfactorios, ya que la calidad del producto no satisface plenamente las exigencias del mercado consumidor.

La necesidad de un cambio a corto plazo en las condiciones de trabajo entrafía el incentivo de mayores rendimientos y ello ha movilizó a horticultores de mejor situación económica a propender a un cierto grado de mecanización. Ya existen en las diferentes zonas alrededor de quince tractores y se ha suplantado casi completamente el transporte de tracción a sangre por el camión de 2 a 4 toneladas. Ello significa inversiones superlativas consideradas en función a las necesidades de la unidad hortícola existente (promedio 3 hectáreas pero con un número muy elevado de huertas de $1\frac{1}{2}$ a 2 hectáreas), y brindan de esta forma una utilidad muy inferior a su capacidad.

Los factores señalados inciden directamente sobre la capacidad productiva local y los costos de producción; reducen el grado de competencia en épocas de mayor producción en que la situación del horticultor local

está en desventaja con respecto al de otras zonas más aptas del país donde las grandes explotaciones obtienen mayores rendimientos a costos muy inferiores. Es así como por ejemplo, la lechuga tucumana se ha podido cotizar en el mercado local a un precio inferior al costo de producción local estimado por los propios horticultores. Todo ello ha conducido a crear un intenso consumo de producción importada.

El quantum de producción tiene escasa importancia con relación a la producción nacional y la Dirección de Estimaciones Agropecuarias del Ministerio de Agricultura de la Nación registra sólo 12 especies hortícolas. Las cifras que se dan cuadro 13 son estimadas en base a información recogida de los productores de las diferentes zonas y de la Cooperativa de Horticultores de Bahía Blanca. Si bien no se ha podido confeccionar un cuadro estadístico de la evolución de la producción, se puede afirmar que la misma permanece estacionaria y no existen perspectivas de cambio a la fecha.

La tierra es trabajada en su gran mayoría por el horticultor y su familia, pero cuando el rendimiento ya no resulta suficiente, los nuevos miembros buscan otras ocupaciones en la ciudad antes que procurar ampliar la producción incorporando nuevas tierras, si bien la movilidad ocupacional del horticultor posee límites muy estrechos en razón de la actividad misma y en esta zona por las particulares condiciones en que se desarrolla. La misma situación económica ha transformado a unos cuantos horticultores en comerciantes, minoristas generalmente.

La mano de obra contratada es insignificante, se puede decir que no

hay ni disponibilidad ni demanda, particularmente de personal capacitado.

II - PRODUCCION PESQUERA

El partido de Bahía Blanca tiene un recorrido costero de aproximadamente 120 kilómetros. Si bien el puerto de Ingeniero White es el único lugar que permite realizar eficazmente la actividad pesquera, ello no le resta importancia por la estratégica ubicación geográfica del mismo. No obstante, de deficiencias en el orden de los equipos utilizados, limitan considerablemente la extensión del área explotable que se reduce a la zona litoral y a un ancho que no sobrepasa los 30 kilómetros.

Esta región marítima se encuentra ocupada por una serie de bancos y bajos fondos y pequeñas islas rodeadas de extensos cangrejales y terrenos pantanosos. El aspecto de la costa varía según sea el estado de las mareas cuya amplitud máxima es de 12 pies y están afectadas directamente por los vientos del E y SE que aumentan su nivel y los del O y NO que lo disminuyen.

Si bien no existe un estudio de la fauna del litoral marítimo, la misma actividad desarrollada desde muchos años permite destacar las siguientes especies para las diferentes épocas del año:

enero y febrero: corvina, pescadilla, lenguado, pejerrey y lisa;

marzo y abril: pejerrey, lenguado y lisa; aumenta el rendimiento en pejerrey;

mayo: camarones y langostinos;

junio y julio: langostinos, camarones y pejerrey. Son los meses de menores rendimientos, el frío ahuyenta las especies de los caladeros habituales;

agosto y setiembre: langostino, en años en que predomina el buen tiempo se considera la mejor época de producción;

octubre: pejerrey, lenguado, corvina y pescadilla, desaparece el langostino;

noviembre y diciembre: corvina y pescadilla.

Existen más de 10 caladeros habituales de pesca pero todos ellos están ubicados en la costa. La limitación de medios -redes fijas y embarcaciones deficientes, antiguas e inadecuadas para la pesca de altura- condiciona la actividad y la estrecha a los límites de los riachos o pequeños canales que convergen al canal principal de la bahía.

La flota pesquera existente está constituida por una veintena de canoas y unas cincuenta lanchas y la gran cantidad de bancos de arena exige constantes reparaciones por el desgaste continuado de las planchuelas de hierro de la quilla, lo que hace que no estén todo el tiempo en actividad. Cada embarcación lleva de dos a ocho redes, constituyendo la lancha sólo el medio de transporte puesto que la pesca en sí se desarrolla en canoas.

Algo más de 350 personas se ocupan de la actividad pesquera en el puerto de Ingeniero White agrupados en la Cooperativa Pesquera Industrial y Comercial Whitense Limitada, que agrupa a todos los patrones, propietarios y marineros. Esta Cooperativa desde su fundación, hace más de veinte años, se ocupa de la comercialización de la producción pesquera local que distribuye en pri

mer lugar en la ciudad, para atender el consumo local y la zona próxima y remite el excedente en consignación al mercado de concentración de pescado de la ciudad de Buenos Aires.

Los sistemas de trabajo y acondicionamiento del pescado en puerto se efectúan manualmente; no existe mecanización para el traslado del producto y manipulación de envases ni plantas frigoríficas para conservación y congelado del pescado. Debe destacarse asimismo que el muelle de pescadores está constituido por un recodo formado por el muelle de acero de Ingeniero White.

La precariedad de medios con que se realiza la actividad pesquera en la zona de Bahía Blanca ha sido señalada reiteradamente y se ha coincidido en las soluciones que se apuntan:

- incorporación de embarcaciones que permitan realizar pesca de altura.
Se ha comprobado que la zona de pesca que abarca el puerto de Bahía Blanca dispone en grandes cantidades de muchas variedades de peces y mariscos que podrían aprovecharse íntegramente utilizando modernas redes de arrastre y buques equipados;
- instalaciones frigoríficas en puerto; plantas de fileteado, embarque y congelado; plantas para harina de pescado; fábrica de hielo; fábrica para centrifugación de aceites y salado del cazón;
- camiones frigoríficos para una eficaz distribución en condiciones higiénicas y/o adaptación del transporte ferroviario a las exigencias de higiene y celeridad en el transporte.

CUADRO N° 1

Producción pesquera - Quinquenio 1957/62

<u>Variedad</u>	<u>Cantidad de cajones</u>
Bescadilla	49.890
Corvina	46.002
Surtidos	5.047
Pejerrey	40.821
Lenguado	4.456
Lisa	2.589
Gatuso	5.758
Raya	452
Camarón	23.742
Langostino	50.112
Palometa	2.553
Mejillón	1.031
Sarda, sardina	317
Sarda	78
Langostino crudo	2.306

Producción de cazón - 1958/59

9316 unidades obtenidas

Observaciones: La producción de langostino no es regular; en el quinquenio se opera una máxima de 17.520 cajones y una mínima de 1.765 cajones (1961/62);

La mayor regularidad se registra en el pejerrey, promedio anual 7.000 cajones.

CUADRO N° 2

Valor de la producción pesquera - 1957/62

<u>Variedad</u>	<u>Valor</u>
Pescadilla	7.584.639
Corvina	9.784.614
Surtidos	1.334.793
Pejerrey	20.226.100
Lenguado	1.739.432
Lisa	718.317
Gatuso	651.175
Raya	12.976
Langostino	40.713.202
Palometa	431.679
Mejillón	112.711
Sarda, sardina	79.311
Sarda	29.115
Cazón	561.904
Langostino crudo	1.434.755

CUADRO N° 3

Venta de mercaderías por cajones de especímenes de especies y sus correspondientes kilos

Desde el 1° de Enero al 30 de Septiembre de 1964

MESES	CORVINAS		PESCADILLAS		SURTIDOS		PEJERREYES		LENGUADOS		LISAS	
	Caj.	Kgs.	Caj.	Kgs.	Caj.	Kgs.	Caj.	Kgs.	Caj.	Kgs.	Caj.	Kgs.
Enero	799½	31.980	359½	14.380	20¾	830	54	2.160	7¼	290	5½	220
Febrero	687½	27.500	498	19.820	19	760	466	18.640	33	1.320	34	1.360
Marzo	1.246¾	49.870	1.310½	52.420	83¾	3.350	590	23.600	73¼	2.930	70	2.800
Abril	991	39.640	1.948½	77.940	78	3.120	848½	33.930	93½	3.740	102½	4.100
Mayo	25¼	1.010	2.331	93.240	52¾	2.110	542½	21.700	42¼	1.690	30¾	1.230
Junio	-----	-----	1.902½	76.100	13	520	388¾	15.550	17¼	690	24¾	990
Julio	-----	-----	2.346	93.840	8¼	330	434½	17.380	9	360	88½	3.540
Agosto	-----	-----	2.669	106.760	7½	300	115¾	4.630	5½	210	128	5.120
Septiembre	10	400	3.268	130.730	89	3.560	607½	24.300	130	5.200	53¼	2.130
TOTALES	3.760	150.400	16.663	665.230	372	14.880	4.047	161.890	410¾	16.430	537¼	21.490

CUADRO N° 3

Venta de mercaderías por cajones de especies y sus correspondientes kilajes

Desde el 1° de Enero al 30 de Septiembre de 1963

MESES	PALOMETAS		RAYAS		GATUSOS		SARDAS		CAMARONES		LANGOSTIN.	
	Caj.	Kgs.	Caj.	Kgs.	Caj.	Kgs.	Caj.	Kgs.	Caj.	Kgs.	Caj.	Kgs.
Enero	---	---	---	---	29½	1.190	¾	30	22½	511½	1.210¾	27.847
Febrero	---	---	---	---	51½	2.060	¼	10	16¾	385¼	722¼	16.661
Marzo	¼	10	---	---	109	4.360	6½	260	15½	350¾	181¾	4.180
Abril	1½	50	---	---	172¼	6.890	1½	60	435½	10.016½	370	8.510
Mayo	---	---	4	160	78¼	3.130	2½	100	1.261	29.003	441½	10.154
Junio	---	---	19	760	40½	1.620	-	---	804¾	16.095	302¾	6.055
Julio	---	---	16	640	23½	940	---	---	1.334	33.350	123	2.829
Agosto	---	---	24½	980	20¾	830	---	---	1.243½	31.087½	296	6.808
Septiembre	336¾	13.470	51½	2.060	143¼	5.730	---	---	147¼	3.681¼	1	23
	338¼	13.530	115	4.600	668¾	26.750	11½	460	5.280¼	124.481	3.649	83.018

CUADRO N° 3 (Cont.)

Venta de mercaderías por cajones de especies y sus correspondientes kilajes

Desde el 1° de Enero al 30 de Septiembre de 1963

<u>MESES</u>	<u>TOTAL DE CAJONES</u>	<u>TOTAL DE KILOGRAMOS</u>
Enero	2.510	79.439
Febrero	2.528½	88.467
Marzo	3.687	144.131
Abril	5.042½	187.966½
Mayo	4.811½	163.527½
Junio	3.513½	118.380
Julio	4.382½	153.209
Agosto	4.510½	156.725½
Septiembre	4.837½	191.284½
	<u>35.823½</u>	<u>1.283.159½</u>

III - EL TRANSPORTE DE LOS PRODUCTOS ALIMENTICIOS

La limitada capacidad de la producción local y el carácter de centro distribuidor -fundamentalmente para todo el sur argentino- que constituye la ciudad de Bahía Blanca, confiere importancia particular al transporte.

Su ubicación geográfica le otorga primacía en la vida económica considerando el factor distancia entre zonas de producción y de consumo. El fenómeno espacial, de tanta preponderancia en toda la actividad económica nacional, se agiganta, pues si miramos al sur de la provincia de Buenos Aires, y en lo que se refiere particularmente a productos hortícolas-frutícolas, se agrava la imposibilidad del autoabastecimiento de la región patagónica.

Bahía Blanca constituye un centro clave en las relaciones del sur patagónico con el resto del país y está unida a él por una deficiente red caminera. Con la región del valle del Río Negro y de los lagos por el contrario esta unidad por las rutas señaladas en el capítulo II, observándose cada vez más un incremento del transporte automotor sobre el ferrocarril. Este continúa no obstante siendo muy utilizada para el transporte de frutas, en especial la producción del alto valle del Río Negro y de la zona de Río Colorado, pero la producción frutícola de otras zonas del país llega a la ciudad para su consumo o transita para el consumo de la región sur, en su gran mayoría en camiones.

Las razones que motivan el incremento del transporte automotor y el decaimiento en el uso del ferrocarril en esta región son las mismas que han creado un cuadro semejante en todo el país, sumado a la inexistencia de vías



- REFERENCIAS**
- FERROCARRIL
 - RUTA FM
 - CAMBIO DE TIERRA
 - LIMITE DE PARTIDO
 - ▨ ZONA DEBARRIADA
 - ▨ ZONA DE PRODUCCION



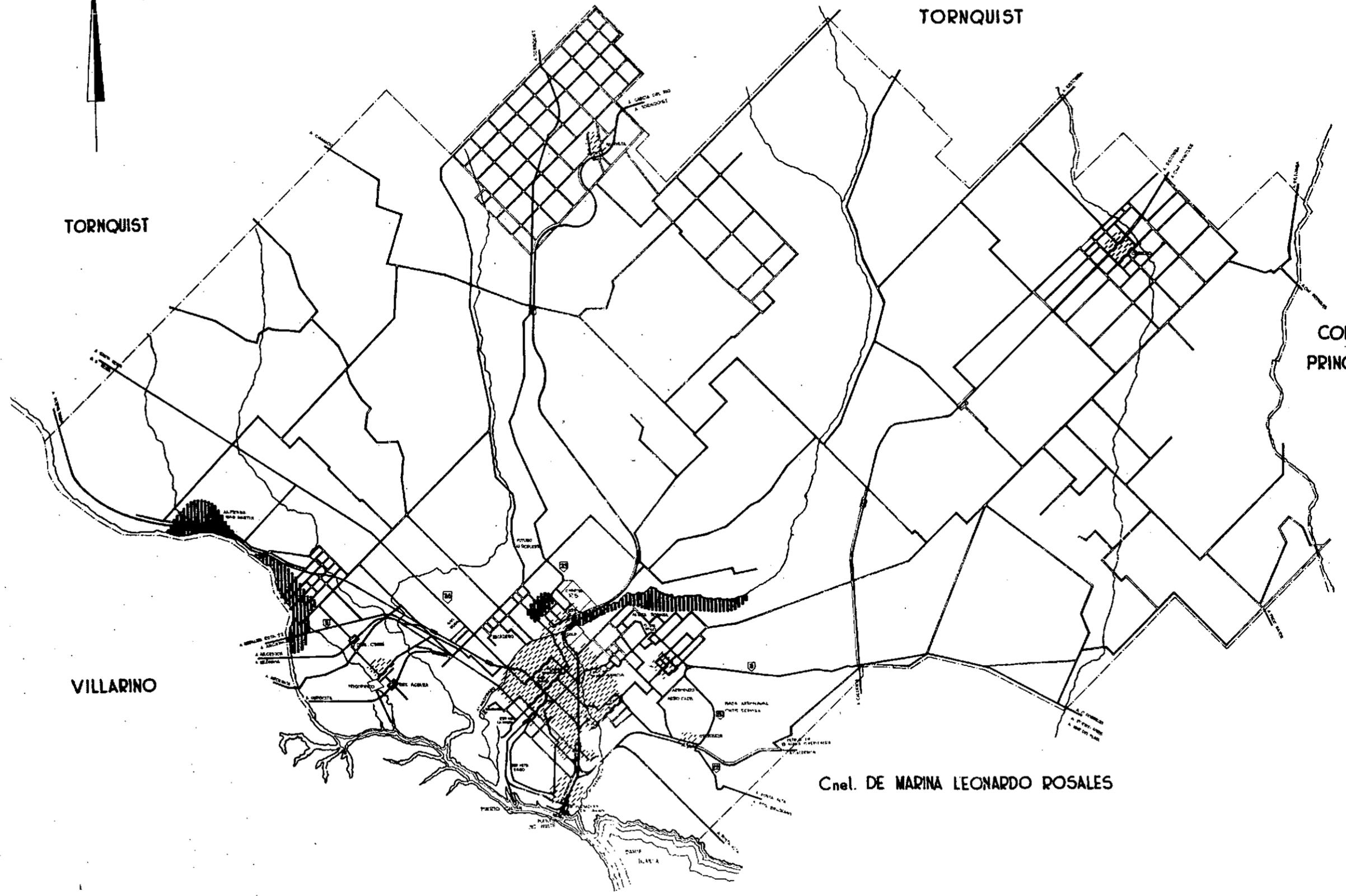
TORNQUIST

CORONEL PRINGLES

TORNQUIST

VILLARINO

Cnel. DE MARINA LEONARDO ROSALES



ZONA DE INFLUENCIA DEL CONSUMO Y ABASTECIMIENTO LOCAL	
CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES	
Estudio de la:	
COMERCIALIZACION DE LOS PRODUCTOS PARA LA ALIMENTACION	
MAPA Nº 4	PRIMERA ETAPA: Analisis

CAPITULO V

COMERCIALIZACION

EL COMERCIO DE LOS PRODUCTOS ALIMENTICIOS

I - EL MERCADO MAYORISTA LOCAL

El comercio mayorista de frutas y hortalizas de la ciudad de Bahía Blanca está prácticamente concentrado en el Mercado Municipal de Abasto y sus callejuelas laterales. No ocurre lo mismo con los mayoristas de aves y huevos y de pescado que se encuentran en distintos lugares de la ciudad.

El mercado municipal de abasto está emplazado en el centro mismo de la ciudad y en la zona de más intenso tránsito y de mayor tráfico comercial.

Ello ha sido reiteradamente planteado como problema de la ciudad por el congestionamiento de tránsito que representa a determinadas horas del día y las molestias que ocasiona a los habitantes de las casas de departamentos próximas.

Se trata de una construcción antigua y ofrece condiciones muy deficientes, pero el factor negativo lo constituye una inadecuada ubicación. Con el á-

nimo de solucionar estos inconvenientes la autoridad municipal no otorga nuevas concesiones y los locales vacantes no vuelven a ser arrendados. Por otro lado, los mayoristas mismos han planteado la necesidad de trasladarse a otras zonas de la ciudad y es así como a la fecha se han iniciado ya las obras de construcción de un mercado de concentración particular. Por otro lado, un grupo de mayoristas proyectan el traslado adaptando las instalaciones de un amplio local desocupado en el radio céntrico y los productores intentan la adquisición de un amplio terreno próximo a la estación Bahía Blanca Sur del Ferrocarril Roca. Por separado se dan amplias referencias sobre la construcción iniciada por Frigomer S. A. y los otros dos proyectos existentes a la fecha.

En la actualidad, tal como decimos más arriba, el mayoreo se realiza en su casi totalidad en el mercado de abasto (donde también existen un gran número de locales destinados a comercios minoristas de todo género), y la Municipalidad legisla con respecto a horarios y ubicación de los feriantes.

La producción local llega durante la noche y se instalan los camiones sobre las calles laterales al mercado. De 4.30 a 8 hs. los productores realizan sus operaciones y venden su producción, un 70% a minoristas y un 30% aproximadamente a mayoristas. Se produce durante ese lapso una gran concentración de vehículos de todo tipo: camiones, camionetas, carros, jardineras, triciclos, etc. y se va despejando lentamente hacia la hora de finalización del período de feria. Asimismo, durante el día y la noche llegan y descargan ante los locales mayoristas exclusivamente, del mercado y alrededores, las

mercaderías recibidas por ferrocarril. Estos son generalmente vehículos pesados, en su mayoría camiones con acoplados y varios remolque, de entre 10 a 20 toneladas.

Los camiones que trasladan la producción de zonas distantes para su consumo en la ciudad o su distribución desde la misma, pertenecen en su gran mayoría a fleteros independientes que traen mercaderías consignadas a mayoristas locales, generalmente la carga está dirigida a dos o más.

Las operaciones de carga y descarga se realiza utilizando personal de changarines que se contrata diariamente; trabajan un promedio de 30 a 40 changarines diarios en las diferentes épocas del año. La producción recibida se deposita en los mismos locales mayoristas y el espacio de que disponen.

El mercado mayorista local satisface plenamente, tanto en los locales del mercado como en los alrededores, las exigencias de la plaza. Esto es así porque en gran medida los productos son distribuidos rápidamente a los centros de consumo (la ciudad, la zona y el sur) y la permanencia en días es muy reducida.

Algunos mayoristas establecidos en la zona céntrica -y que ya se ha dicho superan el 90%- poseen depósitos en la ciudad (pero constituyen una minoría). Los que combinan el comercio mayorista con la producción poseen depósitos en las mismas zonas de producción (y esto sí es más frecuente). Los frigoríficos existentes en la ciudad satisfacen con holgura las necesidades actuales y aún cuando se incrementaron, los nuevos frigoríficos en construcción y el disponible actual superan el cálculo más optimista.

Volviendo a la operatividad del mercado y a la realización de la feria matinal, durante las tres horas y media que dure la misma, los productores locales distribuyen sus productos que traen en lienzos o cajones en las veredas o en la calle dando que ninguno de ellos poseen locales en el mercado, y esto pone de manifiesto las incomodidades que el mismo ofrece. No obstante, las condiciones sanitarias son las mejores que se pueden dar en atención a las deficiencias de una construcción antigua y ya inadecuada, con abordajes limitados y sin playas. La acumulación natural de desperdicios, que es muy abundante, se ve contemplada por la existencia de un depósito donde se acumula un promedio diario de 10 m³, principalmente frutas, que es despejado diariamente por la recolección municipal de basuras y va a parar al basural. Rara vez acuden algunos criadores de cerdos y adquieren el desperdicio de algunos puestos.

En lo que se refiere al comercio mayorista de papas merece señalarse la existencia de un mercado de concentración que disponía de amplias comodidades y sobre el que existía contralor municipal. La desaparición del mismo configuró la aparición de depósitos mayoristas en diferentes lugares de la ciudad, que en opinión de los mayoristas paperos, crea problemas en la comercialización.



MERCADO DE ABASTO DE BAHIA BLANCA

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

Estudio de la:
 COMERCIALIZACION DE LOS PRODUCTOS
 PARA LA ALIMENTACION

MAPA
 PLANO Nº 1

PRIMERA ETAPA: Análisis

II - ANALISIS DE LA ENCUESTA MAYORISTA

A. FRUTAS Y VERDURAS

De los 29 mayoristas existentes en el Mercado de Abasto y su zona de influencia, 27 fueron entrevistados.

Es interesante destacar el número reducido de mayoristas existentes en esta ciudad, en relación con otras.

Bahía Blanca . . .	29 mayoristas	1	cada	5.500 habitantes
Córdoba	210 " "	1	"	3.100 " "
Rosario	190 " "	1	"	3.400 " "
Santa Fé	116 " "	1	"	2.300 " "
La Plata	100 " "	1	"	3.500 " "

El número reducido de mayoristas en la ciudad de Bahía Blanca demuestra un buen grado de productividad, que, por otra parte, se podrá comprobar estudiando el promedio general de venta que es de 1.050 toneladas por año, según propias declaraciones.

1. Especialidades de productos vendidos

Se puede notar que no existen especialidades características, ni estrecha relación entre el número de productos vendidos y la especialización con la importancia del mayorista. Por el contrario, parece que cada categoría existen mayoristas grandes y chicos, lo que permite pensar que las especializaciones responden a necesidades de consumo y de producción. Cada especialidad constituye un ramo de comercio, practicado, tanto por los mayoristas bien organizados, como por los otros.

Estudiando en detalle las especialidades observadas, se pueden notar

las siguientes particularidades:

- El mayor número de mayoristas vende frutas, con o sin hortalizas (78%). El promedio de venta es equivalente al promedio general (1.050 Tn.)
- Un gran número de mayoristas vende frutas exclusivamente, a veces con algunas hortalizas bien caracterizadas (papa, zapallo, cebolla, ajo, zanahoria, arveja y alcaucil). Este grupo representa el 56% de los mayoristas y vende menos del promedio general (970 Tn.)
- Entre los fruteros, exclusivos o no, los que venden hasta 3 tipos de fruta, p.ej.: banana; manzana y citrus, alcanzan al 26% del total y venden 410 toneladas de promedio, lo que demuestra que la especialización en pocas variedades de frutas es de relativa significación.
- Los grupos que tienen promedios de venta superior al general son 3:
 - frutas exclusivamente. 15% del total de mayoristas, con un promedio de 1.500 toneladas;
 - frutas y verduras en general 26% del total de mayoristas, con un promedio de 1.300 toneladas;
 - hortalizas exclusivamente. 25% del total de mayoristas, con un promedio de 1.300 toneladas.

En el último grupo (hortalizas exclusivamente), se puede observar que los mayoristas que venden únicamente un número limitado de hortalizas, tales como papa, ajo, cebolla, tienen un promedio de 1.700 toneladas por año y representan el 15% del total.

En conclusión, aunque existe un porcentaje muy parecido de mayoristas fuertes y chicos, en cada uno de los grupos clasificados por especialidades, se puede notar que un grupo, con poco número de mayoristas y fuerte promedio de ventas, vende papa, ajo y cebolla exclusivamente, cuando en frutas, los que venden mayor número de productos, son generalmente los más

fuerter y numerosos. También casi todos los fruteros importantes venden tomate y los productos del mismo grupo.

En la zona vecina más próxima (Médanos y Buratovich), o de influencia cercana (Alto Valle de Río Negro), existen sin embargo, productos importantes que justificarían una especialización de acopio, tales como ajo, cebolla, tomate semitemprano y tardío, zapallo, uva, manzana y pera. Sin embargo, esas producciones, muy importantes para el consumo de todo el país, está en mano de los mayoristas de los principales centros consumidores, como Buenos Aires y Rosario y escapan totalmente a la comercialización del Mercado de Bahía Blanca. Este último mercado, con una población de 140.000 habitantes, no puede competir en su propia zona con los compradores de las grandes ciudades. Los comerciantes, acopiadores y exportadores, trabajan fuera del Mercado, sin puestos de venta, generalmente en los centros de consumo. Sin embargo, en el Mercado existen dos mayoristas fuertes, acopiadores de productos de la zona, que por sí solos dominan la distribución local. Este mismo caso, mayorista fuerte que vende toda clase de hortalizas, ya lo hemos observado en el análisis de Rosario, también plaza de redespacho importante.

2. - Tonelaje y superficie.

El total de las declaraciones de ventas de los mayoristas entrevistados, se eleva a 28.532 toneladas por año, que hace un promedio general de 1.050 toneladas. Este total considerando una población de 140.000 habitantes y un redespacho normal para 25.000 habitantes aproximadamente, tendría que superar las 40.000 toneladas anuales. Es necesario analizar los formula

rios de la encuesta, corregir las declaraciones que presuntivamente hayan sido reducidas en su volumen por los mayoristas.

El factor "superficie disponible" tiene menos importancia que en otras ciudades, ya que los puestos son grandes y hay un número reducido de mayoristas. En el Mercado existen 15 puestos, de los cuales 10 tienen una superficie superior a los 60 m². Fuera del Mercado hay 23 puestos, de los cuales 10 también tienen una superficie superior a los 60 m².

Si tomamos las declaraciones de los mayoristas sin corregirlas (a excepción del formulario n° 19, que si bien declaró 270 toneladas debe de vender más de 1.500), se pueden clasificar tres grupos fundamentales:

-- Los chicos, que venden entre 100 y 600 toneladas declaradas.

-- Los fuertes, que venden más de 1.000 toneladas, declaradas.

-- Los medianos, que venden entre 600 y 1.000 toneladas, son mayoristas que pertenecen a uno u otro grupo, pero que por la difícil interpretación de la veracidad de sus declaraciones, hemos clasificado aparte.

A continuación detallamos las características de cada grupo:

2.1. Mayoristas fuertes o grandes.

En este grupo hay 9 mayoristas, o sea 30% del total.

El total de las ventas declaradas llega a 20.000 toneladas por año, que representa el 70% del total declarado. Se estima que representan las declaraciones proporcionalmente más reducidas, debiendo vender un tonelaje mucho mayor. Entre ellos hay dos paperos, que por otra vía se ha podido compro - bar que venden el 70% del consumo total, lo que significa 7.000 toneladas a -

nuales, mientras que declararon solamente 5.500 toneladas. El promedio general declarado del grupo se eleva a 2.000 toneladas por mayorista, por lo que habría que estimar que deben vender más de 3.000 toneladas. Estamos entonces en presencia de un grupo fuerte que opera en los límites ideales para lograr el mayor grado de eficiencia económica.

En este grupo el 78% tiene puestos en el Mercado, con una superficie -promedio de 90 m². (con un mínimo de 50 y máximo de 120 m².), sumando un total de 460 m²).

El 90% tiene puestos y depósitos fuera del Mercado, ocupando una superficie de 1.395 m². , haciendo un promedio de 174 m² (con un mínimo de 160 y máximo 660 m²).

Aplicando a los puestos internos un coeficiente real de utilización de pisos de 30 toneladas por año, las ventas del grupo llegarían a 14.000 toneladas, a las cuales se deben sumar las ventas de los puestos externos, las que con un coeficiente de 25 toneladas para 900 m². , ascendería aproximadamente a 20.000 toneladas. Este total correspondería un promedio de venta por mayorista de 3.500 toneladas anuales, resultado parecido al que habíamos estimado al principio.

Dos mayoristas tienen maduraderos, ocupando una superficie total de 98 m². , lo que representa la mitad del total del Mercado. Es interesante hacer notar, que 5 de los 9 mayoristas que venden banana, no tienen maduraderos, sea porque reciben la banana ya madura desde Buenos Aires o porque revenden los productos de aquellos que tienen maduraderos. Los 200 m². de ma

duraderos existentes no permiten madurar más de 1.500 toneladas por año, cuando el consumo de la población debe de ser de 3.000 toneladas.

Las declaraciones sobre días mayores y menores son muy variadas. El mínimo va de 1 a 7 toneladas y el máximo entre 5 y 91 toneladas, sin tener en cuenta una declaración de 200 toneladas de máximo a la que no se puede dar crédito. Para el día máximo las declaraciones más frecuentes, considerando las encuestas bien realizadas únicamente, dan entre 20 y 30 toneladas o entre 3 y 5 camiones por día, -lo que corrobora esas declaraciones. Sobre esta base, tomando 100 días mayores y 180 días menores por año, se puede calcular un promedio de venta por mayorista de 3.400 toneladas por año.

El promedio de empleados por mayoristas es de 4.

Forma de comercializar del grupo:

En general este grupo compra al productor directamente, productos tales como citrus, manzana, durazno, papa, cebolla, ajo y tomate y alcaucil.

Sin embargo, algunos declaran comprar:

- A comisionistas 1 (citrus, banana y ananá)
 1 (toda clase de frutas y hortalizas)
- A acopiador 1 (manzana)
 1 (papa)
- A negociante 3 (citrus, banana, tomate y zanahoria)

Es interesante hacer notar que los mayoristas que declaran vender tomate y pimiento, dicen comprar en Salta y Jujuy los que son del grupo fuerte y en la zona de La Plata o Buratovich, los que pertenecen al grupo chico. Esto confirma que la verdadera característica de los mayoristas fuertes,

consiste en estar en condiciones de comprar en las zonas de producción que tienen rol importante en el abastecimiento nacional, mientras que los otros se limitan a operar en las zonas de influencia local.

La mitad de los mayoristas del grupo declaran vender menos del 50% a minoristas, expendiendo lo demás a mayoristas y revendedores. Uno sólo declaró vender más del 50% a mayoristas directamente.

Es evidente que el poco número de mayoristas, como la superficie reducida de la ciudad, no dan lugar a tanta intermediación suplementaria. En consecuencia, en base a esas declaraciones, las reventas no son superiores a las 5.000 toneladas al año.

2.2. Mayoristas chicos.

En este grupo hay 14 mayoristas, o sea el 52% del total.

El total de las ventas declaradas llega a 4.800 toneladas por año, que representa el 17% del total. Por lo general, las declaraciones de los mayoristas de este grupo están más cerca de la verdad. De todas maneras, algunos que han reducido en sus declaraciones los volúmenes de venta, aparecen en este grupo, debiendo figurar en el de los fuertes. Y otros pueden haberlas reducido en 100 toneladas aproximadamente.

El promedio de ventas del grupo es de 343 toneladas por mayorista y con las observaciones apuntadas precedentemente, se puede aumentar este promedio a 500 toneladas como máximo. Aunque pudieran existir algunas excepciones, podemos decir que se trata de mayoristas chicos, tipo "revendedores" o "introdutores" de productos de quinta local, para usar la termino-

logía de Rosario.

Hay un 50% de mayoristas con puesto en el Mercado y un 72% fuera del mismo. Generalmente la superficie de cada puesto es muy grande, con relación a la importancia del grupo. El promedio de los puestos del Mercado es de 60 m². (con un mínimo de 20 y máximo de 105 m²). El total ocupado por el grupo en el Mercado asciende a 410 m². de puestos y 70 m². de maduraderos, a los cuales se suman 647 m². fuera del mercado.

El coeficiente de utilización de piso, teniendo en consideración tanto los locales internos como los externos, en base a las declaraciones de los entrevistados, se eleva a 5 toneladas por metro cuadrado y por año y a 7 toneladas según las estimaciones que podemos hacer. Esto pone en evidencia que en el Mercado de Bahía Blanca el espacio disponible supera ampliamente las necesidades de los mayoristas.

Las declaraciones sobre días mayores y menores son más regulares que para el otro grupo. El día mínimo varía entre 100 y 1.000 kilos, mientras que el máximo va de 1 a 10 toneladas. En cuanto a los días mayores las declaraciones más frecuentes están entre 5 y 10 toneladas, lo que corresponde a un máximo de un camión por día, con tonelaje promedio de 6,5 toneladas.

Tomando en consideración 60 días mayores y 240 menores por año, el promedio individual de venta sería de 450 toneladas. Es lógico calcular un menor número de días mayores para esta categoría de mayoristas, que son precisamente chicos en sus ventas totales, porque no llegan a mantener a lo largo del año una regularidad en sus operaciones. Este resultado, concordante

con las estimaciones hechas precedentemente, permite confirmar esta hipótesis.

El promedio de empleados es de 2 por mayorista, sin tener en cuenta una declaración de 7, en la que seguramente habrán sido incluidos los empleados de la chacra.

Forma de comercializar del grupo.

Hay un 35% de mayoristas que son productores (un poco menos del promedio general).

El 90% de los mayoristas del grupo declara comprar directamente al productor. El 10% restante lo hace para citrus y tomate al negociante, y al acopiador para papa, cebolla, zapallo y citrus. Dentro de los que compran directamente al productor, la mayoría declara también comprar a otros, tales como:

- a negociantes: 1 (citrus)
1 (tomate)
1 (zanahoria, citrus y banana)
- a acopiadores: 1 (manzana)
1 (papa)
1 (citrus)

Es de hacer notar que los productos enumerados precedentemente, provienen de otras zonas de producción.

El 86% de los mayoristas del grupo declara hacer más del 50% de sus ventas directamente al minorista y dentro de ellos el 30% lo declara para el 100% de sus ventas. La parte que resta de las ventas se hace a mayoristas y distribuidores. Esta última parte corresponde a expediciones a pueblos veci-

nos o a ciudades del sur patagónico, ya que para este grupo de comerciantes no se puede pensar en ventas internas al Mercado.

2.3. Mayoristas medianos

Ya habíamos aclarado que 4 mayoristas eran de ubicación difícil, tanto en el grupo de los grandes como en el de los chicos.

Estos mayoristas realizan sus ventas con un promedio de 700 a 900 toneladas por año, según sus declaraciones, pero se puede suponer que por lo menos para 3 de ellos esas declaraciones son muy inferiores a la realidad.

La superficie total utilizada es muy grande, 260 m², en el Mercado y 1.020 en el exterior.

Ocupan más de 3 empleados de promedio.

Los componentes de este grupo, operan en forma disímil entre sí. Dos son acopiadores y exportadores de todos los productos de la zona Ascasubi y Río Colorado, con algunas importaciones de La Plata y Buenos Aires. Otro es muy especializado en frutas (banana y citrus) hortalizas (tomate y cebolla). El restante no detalla sus ventas.

Todos venden más del 50% a minoristas y uno vende el 45% directamente a mayoristas. Comprar por igual a productores y a comerciantes o acopiadores.

En resumen, estos mayoristas deberían figurar en el grupo de los fuertes, pero por haber falseado, en parte sus declaraciones fueron clasificados en esta categoría intermedia. Por otra parte, tienen algunas de las características de los mayoristas chicos. Las dos observaciones precedentes, per-

mite determinar el promedio de venta anual en 1.500 toneladas, o sea la mitad del promedio de los fuertes.

El grupo vende en total 6.000 toneladas, que responde a un coeficiente de utilización de pisos de 8 toneladas por metro cuadrado y por año, teniendo en cuenta los locales internos y externos y limitando los últimos a 50 m². útiles.

Como son fundamentalmente acopiadores y exportadores de productos de la zona, es lógico distinguir para ellos dos épocas de trabajo bien distintas.

2.4. Conclusión:

El espacio disponible para la comercialización es muy grande, ya que hay 1.130 m² para 15 puestos en el Mercado Municipal y 3.62 m² para 21 puestos y galpones externos, de los cuales 10 están pegados al Mercado, haciendo que prácticamente puedan considerarse como integrantes del mismo. Los más alejados son los paperos y algunos acopiadores que tienen galpones muy grandes.

En base a las declaraciones de la encuesta y teniendo en cuenta las observaciones ya hechas, la comercialización total de los mayoristas sería la siguiente:

34.000 Tn.	para el grupo de los fuertes
7.000 Tn.	" " " " " chicos
6.000 Tn.	" " " " " medianos
2.000 Tn.	" " " " " no entrevistados
<u>49.000 Tn.</u>	

A esos datos habría que agregar lo comercializado directamente por

los quinteros en las ferias minoristas.

El total de lo comercializado en el Mercado, según nuestras estimaciones, hace un promedio por mayorista de 1.700 toneladas, que es muy superior al promedio declarado de 1.050 toneladas anuales.

En este total comercializado, hay 5.000 toneladas que corresponden a reventas de mayoristas fuertes a mayoristas chicos.

El coeficiente de utilización de pisos es de 15 toneladas por metro cuadrado y por año, lo que es casi el ideal, si se toma en cuenta los puestos internos y externos, exceptuando 1.000 m² de galpones que tienen usos múltiples.

El número de mayoristas es muy reducido, distribuido en grupos bien caracterizados, con especializaciones de productos equilibrados, espacio disponible amplio, productividad comercial razonable. Todas estas consideraciones, permiten decir que el Mercado de Frutas y Hortalizas de Bahía Blanca es bueno salvo las siguientes objeciones: ubicación excesivamente céntrica (pleno corazón administrativo y poblado de la ciudad); no dispone de espacios para estacionamiento; no tiene fácil acceso y carece de playas libres para los productores.

La carencia de espacio para los productores y de lugar para estacionamiento, los obliga a vender su producción a los consignatarios, y esto además, durante un tiempo muy reducido, ya que a partir de las 8 de la mañana deben despejar el sitio que utilizan como estacionamiento. Si bien la forma de vender de los productores por intermedio de los consignatarios, en sí no

es nada criticable, la forma en que se realiza en Bahía Blanca es inadmis-
ble, porque pone al productor a depender totalmente de los consignatarios por
la falta de opción en la venta directa al minorista o indirecta,

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

ESTUDIO DE LA COMERCIALIZACION DE LOS PRODUCTOS DE LA ALIMENTACION

ENCUESTA SOBRE EL COMERCIO MAYORISTA
DE FRUTAS Y HORTALIZAS

QUESTIONARIO:

Capítulo 0 . Designación de la Empresa

- 1 . Mercaderías comerciadas por la Empresa en el ejercicio 1962.
- 2 . Tipo de transporte utilizado desde el lugar de origen.
- 3 . Locales utilizados para la recepción, depósito, conservación, preparación, exposición y venta.
- 4 . Compradores y distribuidores.
- 5 . Vehículos utilizados para el transporte por la empresa.
- 6 . Telecomunicaciones.

O. DESIGNACION DE LA EMPRESA

00. Razón social o Nombre y apellido

.....

01. Carácter orgánico

1. Productor independiente.

2. Asociación cooperativa.

3. Comerciante.

4. Consignatario.

5. Revendedor.

6. Otro.

(Señálese con un círculo el número del carácter que corresponde). En los casos de doble carácter, señalarlo así, pero marcando con un círculo.

02. Carácter jurídico

1. Individual

2. S.R.L.

3. S.A.

4. S. en comandita por acciones.

5. S. Cooperativas.

(Señálese con un círculo el número del carácter que corresponde).

03. Número de inscripción, habilitación o permiso del local o locales ocupados por la firma.

Nacional

Municipal

04. Lugares de actividad

	<u>Nº de habilitación</u>	<u>Dirección</u>
040. Oficinas
041. Exposición y venta.....
042. Depósitos
0410. Varios
0411. Maduraderos
0412. Frigorífico
043. Empaquetamiento y preparación a la venta

05. Personal utilizado por la empresa:	en el mercado	actividad externa
050. Personal directivo		
051. Personal de administración.		
052. Personal obrero cualquier carácter		

1 Mercaderías Comercializadas por la Empresa

10. Tonelaje comercializado durante el ejercicio 1962.		
	en el mercado	externa
100 Tonelaje total neto del año
101 Tonelaje neto diario más elevado
102 Epocas de tonelajes de diarios mejores
103 Tonelaje neto diario menos importantes
104 Epocas de tonelaje diarios menores
105 Número total de días de actuación en el mercado durante el año 1962

11. Tonelaje puesto en depósito por la empresa en el año 1962.		
110. Remanente diario	en el mercado	externo
1100. Remanente diario más elevado.		
1101. Remanente diario menos elevado.		
111. Disponible depositado con destino a la venta.		
1110. Tonelaje que fué puesto en depósito durante todo el año 1962.		
1111. Tonelaje máximo depositado		

1114. Promedio de tiempo
de permanencia de
la mercadería

12. Variedades comerciadas durante el año 1962				
Variedades	Importancia de la venta de esta varie- dad en las ventas anuales.			Origen de la producción
	1 <u>Poco</u>	2 <u>Bastante</u>	3 <u>Mucho</u>	
120 Frutas				
1200 Aceituna				
1201 Ananá				
1202 Banana				
1203 Bergamota				
1204 Kaki				
1205 Kumquat				
1206 Limón				
1207 Mandarina				
1208 Manzana				
1209 Naranja				
1210 Palta				
1211 Pera				
1212 Pomelo				
1213 Uva				

122 Hortalizas				
1220 Acelga				
1221 Achicoria				
1222 Ajo				
1223 Apio de cabeza				
1224 Apio, ho jas de				
1225 Arveja				
1226 Batata				
1227 Berenjena				
1228 Brócoli				
1229 Cardo				
1230 Cebolla de cabeza				
1231 Cebolla de verdeo				

1232 Coliflor				
1233 Col negro				
1234 Chaucha balina				
1235 Choclo <u>ma</u> zón				
1236 Escarola				
1237 Espinaca				
1238 Grelo				
1239 Hinojo				
1240 Lechuga				
1241 Nabiza				
1242 Nabo				
1243 Pimiento morrón				
1244 Pimiento común				
1245 Perejil				
1246 Poroto manteca				
1247 Puerro				
1248 Rabanito				
1249 Radicha				
1250 Radicheta				
1251 Remolacha				
1252 Repollo				
1253 Repollito Bruselas				
1254 Tomate				
1255 Zanahoria				
1256 Zapallito redondo				
1257 Zapallo				
126 Papas				

13. Tipo de envase utilizado para los productos

130. Característica	Promedio por tipo de envase
1300. A granel	%
1301. Cajones consignados	%
1302. Jaulas	%
1303. Bolsas	%
1304. Envase perdido	%
1305. Otros (lienzos, atados..)	%
	100 %

131. Circulante de envases de propiedad de la empresa	
1310. Cajones "Standard"	
1311. Jaulas	
1312. Bolsas	
1313. Cajones vacíos	

2. Tipo de transporte utilizado

20. Transporte utilizado desde el lugar de origen.	
Ferrocarril	%
Barco	%
Automotores	%
	100 %

21. Vagones	en el mercado	externo
210. Total de vagones completos recibidos durante el año 1962		
211. Número máximo de vagones completos recibidos en un día		
212. Tonelaje de la carga de un vagón en promedio		

22. Camiones	en el mercado	externo
220. Total de camiones completos recibidos durante el año 1962		
221. Número máximo de camiones completos recibidos en un día		

222. Tonelaje de la carga de un camión en promedio		
223. Tonelaje del camión más pesado recibido		

23. Elementos mecánicos destinados a la manipulación de bultos tanto para la descarga como para la carga.

230. Número y tipo de los elementos

3. Locales utilizados para la recepción, depósito, conservación, preparación, exposición y venta, incluidos los ocupados temporariamente.

30. Carácter de los locales.	en el mercado		externo	
300. Superficie destinada a exposición y venta.		m2		L2
301. Locales de depósitos de mercaderías o envases.				
a) Superficie		m2		m2
b) Volumen		m3		m3
302. Maduraderos.				
a) Superficie		m2		m2
b) Volumen		m3		m3
c) Temperatura		gds.		gds.
303. Locales frigoríficos.				
a) Superficie		m2		m2
b) Volumen		m3		m3
c) Temperatura		gds.		gds.
304. Locales de tipificación y envasamiento		m2		m2

31. Locales compartidos con otras empresas.	en el mercado		externo	
	Si	No	Si	No
310. Destinados a exposición y venta				
311. Depósitos de mercaderías o envases.				

403. Fleteros									
404. Restantes									
405. Instituciones.									

41. Forma de transporte utilizado por el comprador	
410. A cargo del vendedor	%
411. A cargo del comprador (medios propios).	%
412. Por transportistas	%
	100 %

42. Expedición al interior		
(Debe considerarse exclusivamente toda remisión con excepción de las comunes que integran al Gran Buenos Aires).		
420. Tonelaje remitido en el año 1962	desde el mercado	desde locales externos.
4200 por ferrocarril
4201 por camión
4202 por barco
421. Número de vapores completos remitidos en el año 1962
422. Número de camiones completos remitidos en el año 1962

5. Vehículos utilizados para el transporte por la empresa.

50. Cantidad de vehículos propiedad de la empresa utilizados en el año 1962.	Número de camiones
501. Carga útil de los vehículos " " 1.500 t. y menores
502. " " de 1,5 hasta 3 t.
503. " " de 3 " 8 t.
504. " " de 8 " 15 t.
505. " " de 15 t. y acoplados.

51. Utilización de transportes ajenos
a la empresa.

Si No

6. Telecomunicaciones 61. Teléfono

610. Número total de líneas utilizadas

611. Número de líneas consideradas neces-
rias

62. Telex

Si No

Observaciones.

Fecha y Firma Aclarada

I. MAYORISTAS DE FRUTAS Y VERDURAS

- | | |
|--------------------------------|-------------------|
| 1. DI MAGGIO, Carmelo | Mercado de Abasto |
| 2. CHIA & LOPEZ | Anchorena s/n. |
| 3. ROMEO E HIJOS, Domindo | Saavedra 179 |
| 4. LAVIRGEN & CIA., Enrique | Mercado de Abasto |
| 5. MAYOR, Manuel | Mercado de Abasto |
| 6. CASA GRISANTI S. R. L. | Mercado de Abasto |
| 7. MARTINEZ, Anselmo y Joaquín | Mercado de Abasto |
| 8. MANERA EUGENIO | Mercado de Abasto |
| 9. DE LA TORRE, Gabriel | Saavedra 164 |
| 10. BONACORSI, Leonardo | Olivieri 127 |
| 11. CENTRO AGRICULTORES | |
| DOS SANTOS | Mercado de Abasto |
| 12. SAVINI & CIA, Dante | Mercado de Abasto |
| 13. GAVILAN HERMANOS | Olivieri 141 |
| 14. PERERA | Mercado de Abasto |
| 15. CESETTI Y TORRERO | Mercado de Abasto |
| 16. MELITA, Angel | Mercado de Abasto |
| 17. NAVA, Rafael | Olivieri 153 |
| 18. ALVAREZ, Robustiano | Olivieri 171 |
| 19. D'ANGELO, Rene | Mercado de Abasto |
| 20. FELIZIANI E HIJOS, Atilio | Mercado de Abasto |

- | | |
|---------------------------|----------------------------|
| 21. BEHRENDT, Emilio | Olivieri 133 |
| 22. FARINELLI & RECCHIONI | Mercado de Abasto |
| 23. RICO, Francisco | Olivieri 145 |
| 24. ADESKY, Manuel | Mercado de Abasto |
| 25. BLANCO Martín | Av. Parchappe y Pellegrini |
| 26. IGNISCI, Pedro | Saavedra 190 |

II. MAYORISTAS DE AVES Y HUEVOS

- | | |
|-----------------------------------|-------------------|
| 1. D'ARINO, José, Roberto, y Rosa | Fitz Roy 860 |
| 2. ADORNO, Heriberto | Güemes 266 |
| 3. ESTERQUIN, José | Caronti 549 |
| 4. GOMEZ, Fontán, Oliver y Cía. | Mercado de Abasto |
| 5. MILSTEIN HERMANOS | Unidiano 153 |
| 6. PALAHI Y VEGA | San Martín 370 |
| 7. PEDERSEN, Erick | Las Heras 256 |
| 8. SANCHEZ, Antonio | Mercado de Abasto |
| 9. MIGUELEZ, A. | Brown 1067 |
| 10. GOMEZ FONTAN, Luis | Thompson 463 |

III. MAYORISTAS DE PESCADO

- | | |
|-------------------------|-------------------------------|
| 1. DI MEGLIO HERMANOS | O'Higgins 775 |
| 2. COOPERATIVA PESQUERA | Rfo Bermejo 2000 - Ing. White |

IV. MAYORISTAS DE PAPAS

- 1. **RAIJ, Marcos** Las Heras 145
- 2. **GUTIERREZ, Claudio** Gral. Paz 478
- 3. **PONTE, José** Avda. Alem 948 Dpto. 6
- 4.

I. MERCADOS Y FERIAS

- A. FERIA DE QUINTEROS - Adycencias Mercado Municipal de Abasto
- B! FERIA DE QUINTEROS - Feria Franca Avenida Parchape.

MERCADOS

- 1. MERCADO MUNICIPAL DE ABASTO
- 2. MERCADO CENTRAL
- 3. MERCADO MODELO
- 4. MERCADO THOMPSON
- 5. MERCADO ALMAFUERTE
- 6. MERCADO ESTOMBA
- 7. MERCADO ALEM
- 8. MERCADO CASTELLI
- 9. MERCADO POLAR

(Ver Mapa 5 y Plano 1)

III. CONTROL DE ENTRADAS Y SALIDAS

CIERRE DE LA CIUDAD

A. REALIZACION GENERAL DE LA ENCUESTA

En principio la encuesta estaba prevista para realizarse en un lapso de tres días. Los estudios ya efectuados en el Mercado permitieron fijarla a fin de la semana, para tener con seguridad un miércoles y un viernes, que son los días de la semana de mayor movimiento comercial. Sin embargo la encuesta se hizo en parte, durante 5 días.

Los resultados de los dos primeros días permitieron observar, por la distribución de las entradas de camiones según horario y los puestos que sería posible con la misma cantidad de personal, cerrar por más tiempo el tránsito de la ciudad y dejar sin control, por un tiempo, algunas entradas durante un horario adecuado. Esto permitió mantener el control hasta el día domingo a mediodía.

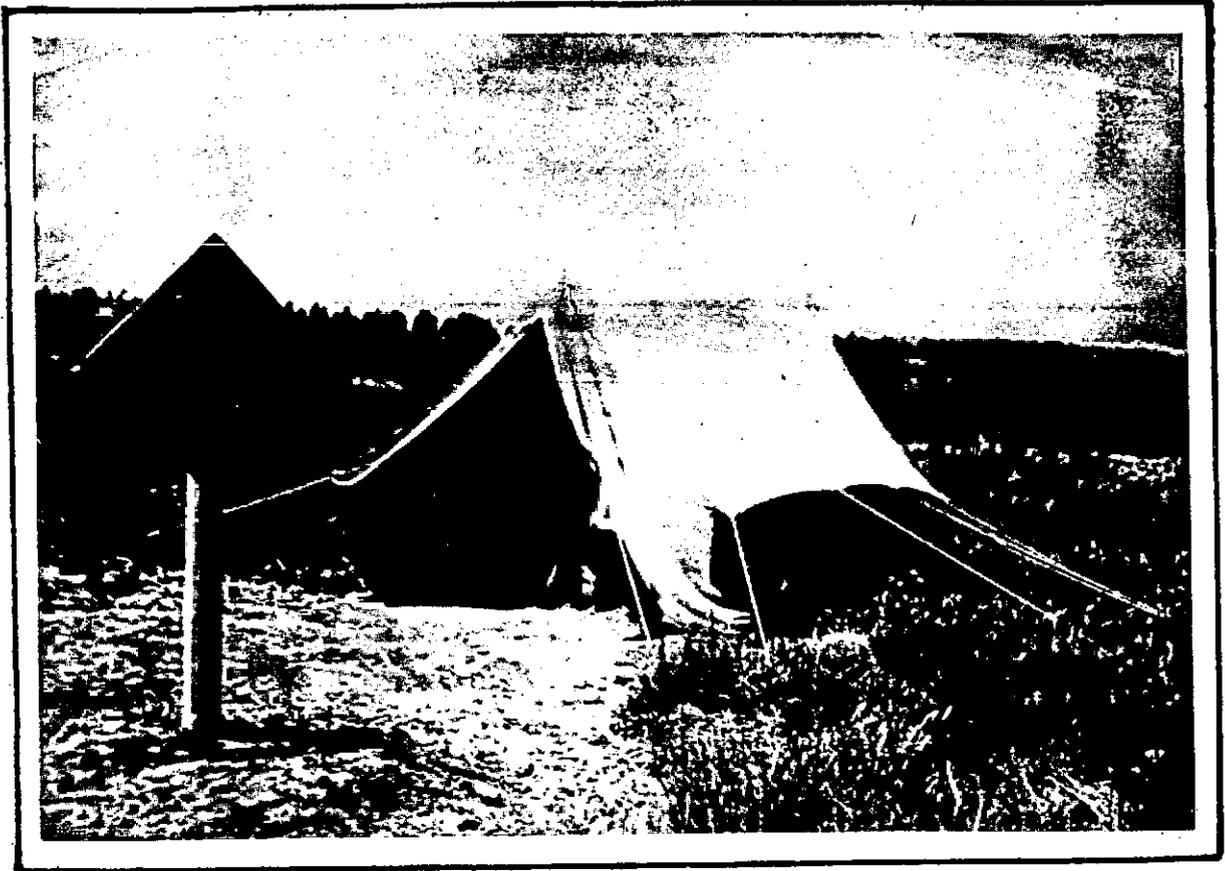
El cierre completo de la ciudad de Bahía Blanca, se hizo posible con la puesta en función de 7 controles externos a la ciudad. La topografía de la ciudad permitió asegurar que el control fué total, ya que algunos camiones delincuentes perseguidos por la policía no encontraron otro medio para salir que el de pasar a alta velocidad el control vigilado por la fuerza del orden en la Ruta 3. A continuación se presenta el detalle de la ubicación de los puestos y el mapa correspondiente.

En la zona del Mercado Municipal, situada en el corazón de la ciudad

se ubicaron 2 puestos. De tal manera, todo camión que entraba a la ciudad con destino al mercado, era controlado dos veces, lo que ha permitido fijar el rol relativo del Mercado Municipal, de los galpones particulares, y de las ferias de quinteros, en la comercialización de frutas y hortalizas.

Para cumplir con 3 (tres) días, el cierre que había comenzado el día martes a las 22 Hs., hubiera tenido que terminarse el viernes a la misma hora. Sin embargo fué mantenido completo hasta el sábado a las 8 horas, y hasta el domingo a mediodía se controlaron los puestos de la Ruta 3, Norte y Sur, para seguir encuestando las entradas de camiones que llegaban con cargas importantes. En efecto, según informaciones de los mayoristas, a raíz de las fuertes lluvias caídas en todo el país, había mucho atraso en el abastecimiento y varios camiones esperados para el sábado, no habían llegado hasta ese día.

PUESTO DE CONTROL - Ruta 3



CIERRE DE LA CIUDAD DE BAHIA BLANCA Y EL MERCADO

Días 6 al 10 de noviembre

A. Puestos externos

Horario de trabajo:

1er. Turno 22 a 6 hs.
2do. " 2 a 14 hs.
3er. " 14 a 22 hs.

Puesto	ubicación	enc. p/turno	policia
1	Ruta 3 (sur) entre 2da. y 3er. curva (dirección a Patagones)	1	1
2	Ruta 35 (frente a Fabaco)	1	1
3	Avda. Alem 1750	1	1
4	Florida y Centenario (frente a Hosp. Militar)	1	1
5	Sarmiento (al finalizar la toma de agua)	1	1
6	Ruta 3 (norte) frente al Campamento de Vialidad Nacional)	1	1

on

1	Ruta 229 (donde termina el Hospital Penna)	1	1
---	--	---	---

B. Puestos del Mercado

Horarios de trabajo

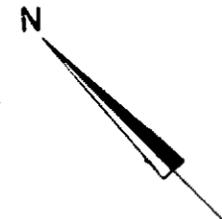
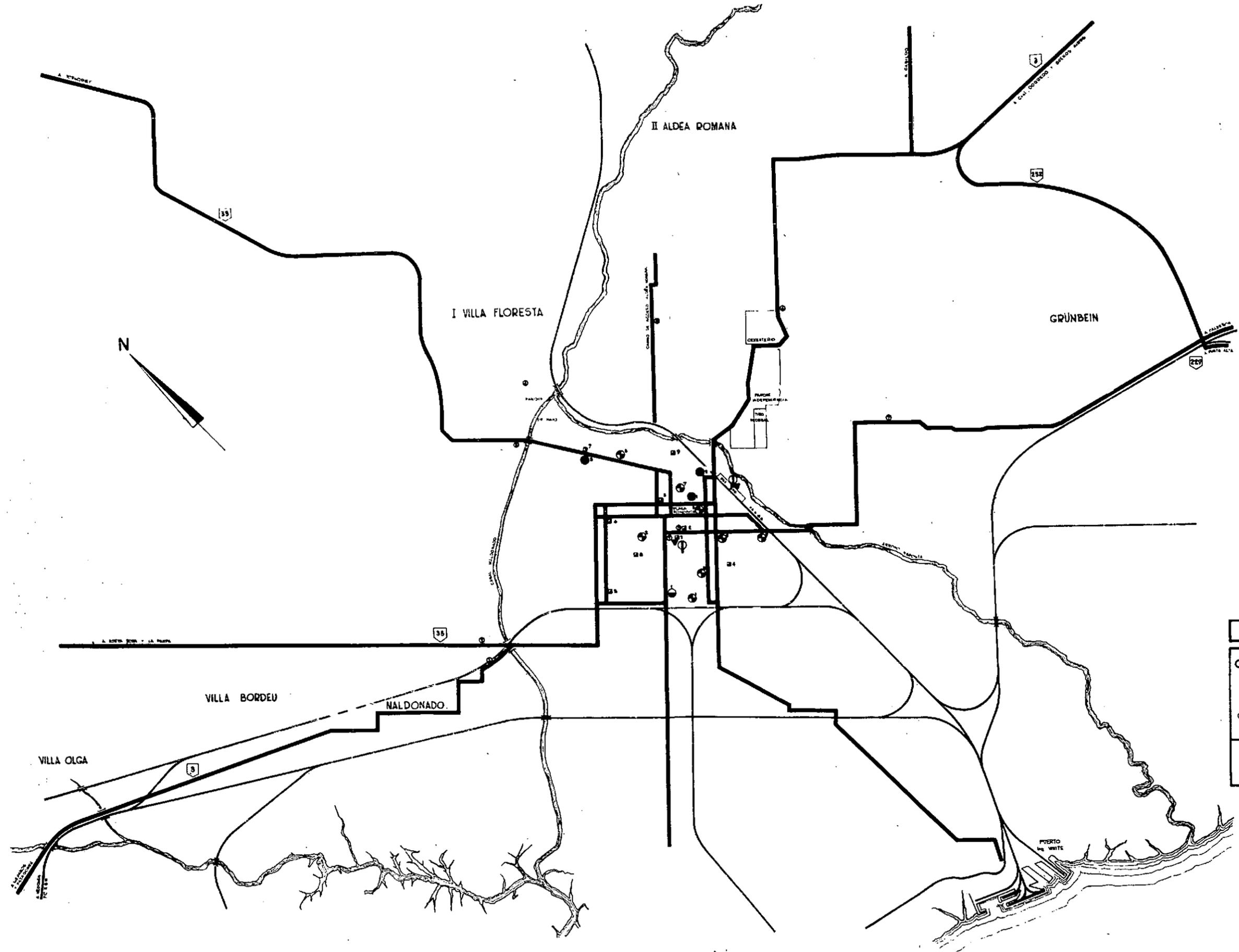
Unico turno 0 a 8 hs.

Puesto	ubicación	enc. p/turno	policía
8	Donado y Brown	2	1
9	O'Higgins y Saavedra	2	1

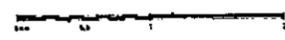
NOTA: Ver el mapa de accesos viales.

Así tenemos cuatro días de abastecimiento y despacho, con destino a los suburbios, pero, con seguridad únicamente tres días de despacho para pueblos alejados, ya que este tipo de carga suele salir a toda hora del día y por algunas de las salidas que quedaron sin control después del sábado a las 8 horas.

El control de la ciudad de Bahía Blanca fue relativamente fácil por el poco número de puestos que hubo que controlar (9 en total), y por las distancias reducidas que había que recorrer para asegurar el relevo y la vigilancia del personal. Sin embargo, la mayoría de los puestos estaban en pleno campo, como puede observarse en la foto adjunta. A partir del día jueves y hasta



- REFERENCIAS**
- ▲ PUEBLOS DE QUINEROS
 - ◻ FERIAS
 - ⊙ PUESTOS DE CONTROL
 - MAYORISTAS DE PAPA
 - ⊖ MAYORISTAS DE POCALDO
 - ⊕ MAYORISTAS DE VIDAS Y ESPUMAS
 - ⊗ MAYORISTAS DE ANIS Y HELADO



CENTROS DE ABASTECIMIENTO Y CONTROL	
CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES	
Estudio de la:	
COMERCIALIZACION DE LOS PRODUCTOS PARA LA ALIMENTACION	
MAPA Nº 5	PRIMERA ETAPA: Analisis

terminar la encuesta, hubo una lluvia persistente. Este factor tuvo influencia sobre las entradas de productos del cinturón verde que se vieron disminuidos.

La encuesta se pudo llevar a cabo, gracias a la colaboración de la Dirección Provincial de Vialidad, que organizó el mantenimiento práctico de los puestos de control y que puso a disposición del Equipo, carpas, faroles, mesas, bancos, etc., y que realizó los relevos del personal. Cada puesto estaba atendido por un entrevistador y un agente de la Policía de la Provincia. A pesar del tiempo frío y lluvioso y salvo la observación apuntada precedentemente, no hubo inconvenientes que puedan haber influido en la alteración de los resultados de la encuesta.

B. MOVIMIENTO DE CAMIONES

1. Entradas

El movimiento de camiones en la entrada del Mercado fué de 266, durante los cuatro días de encuesta, debiendo sumarse 5 camiones pesados, que entraron el domingo en razón del mal tiempo y que se pueden agregar a las entradas del sábado.

Durante el tiempo de la encuesta las entradas tuvieron la siguiente discriminación:

Miércoles 6	Jueves 7	Viernes 8	Sábado 9	TOTAL
80	59	78	54	271

Veamos así las irregularidades en el abastecimiento, con dos días fuertes miércoles y viernes y dos días medianos.

Clasificando por separado los camiones que vienen de la zona y los que importan productos de otras más alejadas, tenemos:

	Miércoles 6	Jueves 7	Viernes 8	Sábado 9	TOTAL
Cinturón verde local	57	44	61	43	205
Importado	23	15	17	11	66

Esto permite observar que los días mayores son los mismos en ambos casos.

Los camiones fueron también analizados desde el punto de vista de su tamaño, agrupándose en tres grupos: chicos, medianos y grandes. De tal forma tenemos para los cuatro días de encuesta:

Chicos	Medianos	Grandes
Menos de 1.000 Kg. de tara	Entre 1.000 y 4.500 Kg. de tara	Arriba de 4.500 Kg. de tara
51	179	41

Como podemos observar, el mercado recibe un número muy importante de camiones medianos. De los 205 camiones de abastecimiento de origen local, el 30% son chicos y el 70% medianos, pero con carga limitada, ya que el promedio calculado para este último grupo se eleva a 250 Kg. por uni

dad.

En cuanto a los camiones que vienen de la Pcia. de Buenos Aires, sin incluir Capital Federal, 20 son medianos, o sea el 70% del total de entradas para este grupo. Estos camiones son los que vienen de la zona de producción cercana -Sur de B. Blanca, Médanos y Pedro Luro- y de algunos lugares próximos de la Provincia de Río Negro.

La totalidad de los camiones que vienen de provincias alejadas, son clasificados como pesados, generalmente con acoplados, menos los refrigerados que traen manzana. La carga promedio de estos camiones se eleva aproximadamente a 9 toneladas. No existe ningún camión con semi-acoplado. Se puede estudiar también las entradas diarias de camiones en función de sus tamaños. Las irregularidades ya detalladas para el total de las entradas, se observan más en los camiones medianos que vienen del cinturón verde o de las zonas muy poco alejadas ya citadas. Las entradas de camiones chicos decrecen regularmente a partir del primer día de encuesta, pudiendo interpretarse esto como una consecuencia de las lluvias. En cuanto a las entradas de camiones pesados, las encontramos muy regulares, sí, como ya fué aclarado sumamos el día domingo, al sábado.

	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	
Entrada de Camiones Pesados con carga promedio de 9.000 Kg.	12	9	11	9	41
Camiones medianos con carga promedio de 2.500 Kg.	10	7	6	2	25

Camiones chicos con carga promedio 400 Kg.	41	28	51	34	154	} 179
---	----	----	----	----	-----	-------

Como en el Mercado Municipal de Bahía Blanca vende normalmente de 4.30 a 8 hs. de la mañana, los productos de quinteros locales como los importados, hemos analizado las entradas en base a los horarios siguientes:

- De 18 a 4.00 horas, entradas nocturnas para las ventas del día siguiente;
- De 4 a 8.00 horas, entradas durante el horario de venta;
- De 8 a 18.00 horas, entradas fuera del horario normal.

La repartición global de las entradas es la siguiente:

<u>Entradas nocturnas</u>	<u>Entradas en horario de venta</u>	<u>Entradas fuera de horario normal</u>
115	88	68

(para los 4 días)

El número de entradas locales es relativamente tan importante que tenemos que estudiarlo aparte. El 46% de los camiones entra entre las 0 y 4 horas; el 32%, entre las 4 y 8 horas y el 12%, poco después de las 8, resultando que el 90% de los abastecedores locales han entrado entre las 0 y las 10 horas del mismo día. La misma observación vale para los camiones que vienen de la zona cercana.

Muy por el contrario, las entradas de otras provincias o de la Capital Federal, son mucho más regulares en el día, con sus respectivos máximos

de 8 a 12 horas, para la Capital Federal y de 22 a 4 horas, para otras provincias.

	22 a 4 Hs.	4 a 8 Hs.	8 a 12 Hs.	12 a 22 Hs.	
Capital	3	6	8	3	Entradas
					de camio
Otras Pcias.	4	0	3	2	nes para
					los 4 días.

Esas observaciones, nos permiten estimar el error máximo que podemos haber cometido al dejar sin control las entradas del sábado a partir de las 8 horas en las estimaciones del abastecimiento de 4 días.

Para los productos del cinturón verde el error es prácticamente nulo, ya que el cierre del miércoles comienza el martes a las 22 hs., y las entradas, después del sábado a las 8 hs., corresponden a las de ese día o del domingo.

Puede haber un error en las importaciones de Capital Federal o de otras provincias, ya que las entradas del martes, después de las 10 horas, cuentan ya para las ventas del miércoles. Sin embargo hemos tomado las entradas del domingo a la mañana, como si fueran del sábado y esto en base a las propias declaraciones de los mayoristas, cuando corresponden prácticamente a las ventas del lunes. Por otra parte las entradas del martes son siempre flojas. En fin, en la repartición de las entradas, por tipo de camiones, se observa que podrían faltar únicamente camiones medianos de la zo-

na cercana y en un número no mayor de 4, equivalente a una carga inferior a las 16 T. El error máximo cometido sería entonces del orden del 4% de las entradas diarias promedio. Se debe tener en cuenta que este error podría concentrarse sobre un solo producto, y en este caso tener una influencia grande. Esto se puede apreciar en el análisis detallado.

2. Salidas

Durante los cuatro días encuestados, fueron registrados 164 camiones que salen de la ciudad. Del mismo modo y todavía más pronunciado que en las entradas, se puede notar irregularidades en función de los días, siendo mayores las de los miércoles y viernes.

Si la misma observación se hace con el detalle de los camiones clasificados en chicos, medianos y grandes, se puede observar que las características miércoles-viernes, se encuentra en el grupo de los camiones medianos.

De acuerdo a sus cargas el porcentaje de camiones salidos es el siguiente: chicos 20%; medianos 65% y pesados 15%.

Se puede también estudiar el número de camiones por destino y por día, limitando la observación a tres destinos: hacia la zona de influencia inmediata; hacia pueblos de la provincia y hacia otras provincias, generalmente las patagónicas. Se observan los máximos durante los días miércoles y viernes fundamentalmente, para la zona y para la Provincia de Buenos Aires,

La carga promedio de los camiones se calcula en 550 Kg. para el primer grupo, 2.070 Kg. para el segundo y 2.600 Kg. para el tercero, lo que significaría que estos últimos no salen totalmente cargados de frutas y horta



lizas, sino que llevan también otros productos, por ej. de almacén.

	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	TOTAL
Camiones con destino a Zona suburbana	39	15	42	25	101
Pueblos de Pvcia. de Buenos Aires	16	6	8	2	32
Pueblos de otras Provincias	7	2	-	2	11
TOTAL	62	23	50	29	164

Clasificando las salidas, tenemos el 50% entre las 4 y 8 hs., el 25%, entre las 8 y 12 hs. y el resto se distribuye entre las 12 y las 4 Hs. de la madrugada siguiente, con un mayor porcentaje antes de las 18 hs. Los camiones pesados con destinos alejados salen en los horarios de la tarde y de la noche.

	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado
Camiones livianos y carros	17	8	5	3
Camiones medianos	34	10	43	19
Camiones pesados	11	4	4	6

El control de las salidas fue levantado el sábado a las 8 Hs., después de observar que en el día puede salir el 50% de los camiones después de ese

100
horario, con un mayor porcentaje de pesados, Se puede estimar entonces, para calcular el promedio de las salidas de 4 días que habría que aumentar en un 50% las salidas observadas en el último día.

C. ANALISIS DEL TONELAJE COMERCIALIZADO

1. Consumo de la ciudad

Observando el total de las entradas para el consumo de la ciudad y comparándolo con las estimaciones sobre el consumo que se puede hacer, en base a la encuesta realizada en Buenos Aires por la Dirección Nacional de Estadística y Censos en 1960, sobre un muestreo de 1.200 familias obreras -se deduce que este volumen es un poco reducido. Aunque los datos coinciden (77,3 Tn. encuestadas para 71,3 Tn. estimadas en hortalizas y 43 Tn. encuestadas para 45,5 Tn. estimadas en frutas), se debe tener en cuenta que las estimaciones corresponden a un consumo familiar, mientras que los datos de la encuesta lo es de entradas brutas para la comercialización al por mayor. La encuesta en sí, por las condiciones en que fué realizada, está reflejando un consumo bajo, lo que pudo ser confirmado en las encuestas que se realizaron en otras ciudades como Rosario y Córdoba. Los estudios hechos por producto revelan los que tienen entradas muy bajas.

Las entradas de papas son más elevadas que las estimaciones, siendo lógico por la proximidad de la más importante zona de producción del país. La batata casi no existe, lo que parece normal en una zona templada de fuer

te consumo de papa. La suma de los dos productos está de acuerdo con las estimaciones.

Como en todo el país, en esta época las entradas de zanahoria son muy superiores a las estimaciones y vienen de Rosario y Córdoba. Las de zapallo son muy reducidas, interpretándose este último dato, como la consecuencia de un hábito de consumo que hace que el zapallo sea más apreciado en la zona norte que en el sur del país.

Como en todas las encuestas ya realizadas, el consumo de tomate y los productos de su grupo es bastante superior a las estimaciones.

En ajo y cebolla el consumo observado es bastante alto, pero no se puede confiar mucho en este dato, ya que existen en los depósitos privados stocks importantes que pueden influir en una forma desproporcionada sobre el volumen realmente comercializado.

El dato registrado para las verduras de hoja es muy bajo, considerando las pérdidas en comercialización y el bajo nivel tomado como referencia. Pero se sabe que existen en la ciudad numerosas quintas familiares y semi-comerciales, que en esta época, por lo benigno del invierno ya están en producción. En las entradas registradas se puede notar un gran número de variedades que se encuentran en este grupo (22 en total).

Entre ellos se destacan particularmente:

-- lechuga	30%	del total del grupo				
-- acelga	15%	"	"	"	"	"
-- espinaca	9%	"	"	"	"	"
-- repollo	8%	"	"	"	"	"
-- habas	4%	"	"	"	"	"
-- otros	34%	"	"	"	"	"

El consumo de frutas analizado es bastante bajo, pero esto se debe a dos razones ajenas a la encuesta. Por un lado, el dato obtenido en manzanas no es utilizable. En efecto, hay en la ciudad movimientos de cargas desde los frigoríficos para despacho y para consumo, que en volumen superan tanto la parte registrada durante la encuesta, que en los resultados no se puede distinguir uno de otro. Por otra parte, las ~~entradas~~ de citrus, de acuerdo a las propias declaraciones de los mayoristas, fueron anormalmente bajas como consecuencia de las fuertes lluvias que impidieron su traslado desde las zonas de producción. El consumo de banana, relativamente bajo, coincide con las informaciones recogidas en la encuesta mayorista

En conclusión, el consumo de la ciudad, observado sobre los resultados de cinco días de control de entradas en una semana de octubre, es bastante reducido. En parte, por razones ocasionales (lluvias-frigoríficos), y además, según las informaciones recogidas, su población, por lo general, no es gran consumidora de frutas y hortalizas.

Si tomamos el total de 120 toneladas por día como un promedio bajo de invierno y como existe una zona de producción importante que en esos momentos no había entrado en producción, se puede calcular para cinco meses de verano un aumento del 50% para los dos tercios de este total de entradas.

En esas condiciones el consumo global anual sería de:

$$120 \times 175 + (120 \times 1,34) \times 125 = 41.000 \text{ Tn.}$$

2. Abastecimiento de la zona de influencia cercana.

Fueron considerados como suburbios de abastecimiento directo, los

pueblos siguientes, que suman aproximadamente 8.000 habitantes: San Román, Cochrane, Colonia Cabildo, Napostá, Tres Picos, Alférez San Martín, Nueva Roma, Coique, Berraondo, Chasicó, General D. Cerri, Ombuc-ta y Teniente Origone. También Punta Alta, con 25.000 habitantes fué incluido en este grupo, siendo el 24% de la población de la ciudad de Bahía Blanca.

Generalmente los porcentajes de productos despachados para esta zona, como se puede ver en el cuadro siguiente, son inferiores. Observemos el coeficiente máximo: para papa y batata, 19%; Para banana, ajo y cebolla, 16%; para zapallo, 12%; para zanahoria y tomate, 10% y para verduras de hoja y frutas, 8%.

Esta observación revela que si bien esos pueblos se abastecen del Mercado de Abasto de Bahía Blanca, lo hacen en forma parcial y en menos porcentaje aún cuando se trata de un producto de producción local.

3. Despacho fuera de la zona de influencia directa.

El despacho vá fundamentalmente a los pueblos del sur de la provincia de Buenos Aires, hasta una distancia de 350 Km. Este destino fue observado para el 80% de los camiones despachados fuera de la zona de influencia directa (Coronel Dorrego, Dufau, Tornquist, Pigüe, Saavedra, Puán, 17 de agosto, Carmen de Patagones, Tres Arroyos, Pedro Luro, Médanos, Maldonado, Lartigan y Sierra de la Ventana).

El otro destino corresponde a las provincias de La Pampa, Chubut y Río Negro, observándose el siguiente movimiento para los cuatro días:

-- La Pampa, 4 camiones con citrus, cebolla, papa, manzana, verdura de ho-

ja y tomate;

- Chubut, 3 camiones con tomate, verdura de hoja, cebolla, papa y zapallo;
- Rfo Negro, 4 camiones con citrus, cebolla, lechuga, tomate y ajo.

El volumen despachado se eleva por día a un promedio de 8 toneladas de hortalizas, de las cuales solamente la papa alcanza a 5 y 11 de frutas. Salvo las verduras de hoja y el zapallo, que figuran en cantidades ínfimas, los otros productos representan entre el 10 y el 15% del consumo de Bahía Blanca, o sea el abastecimiento de la tercera parte de lo que consumen normalmente 50.000 habitantes.

Es interesante comparar estas salidas, que son destinadas a las provincias del sur, con el tránsito que viene, ya de la Capital Federal, ya de ciudades de las provincias de Buenos Aires y Santa Fé, hacia la misma zona. En los cuatro días de encuesta fueron registrados 175 toneladas de hortalizas y 145 de frutas, repartidas en 27 variedades de productos, algunos, como las verduras de hoja, en pocas cantidades. Esta observación demuestra con evidencia el rol muy secundario que juega Bahía Blanca como centro de abastecimiento del sur, aunque por su posición geográfica debería serlo por excelencia.

4. Origen de los productos comercializados en Bahía Blanca.

El promedio diario comercializado durante los días de la encuesta se eleva a 139 toneladas. Se detalla en el mapa 6 adjunto el origen de los productos.

Observando el total, la Capital Federal abastece el 40% y otras pro-

vincias el 26% de las comercializaciones del Mercado de Bahía Blanca. Al cinturón verde local corresponde el 10% y a la provincia de Buenos Aires el 14%. En otras provincias figura: Santa Fé, para papa, verduras de hoja, zanahoria, tomate (que por la época son reventas de productos que vienen de otras zonas) y citrus; Río Negro para manzana; Córdoba para papa y Entre Ríos para citrus. Esta repartición varía mucho a lo largo de las estaciones, sin embargo, puede admitirse que más del 60% de los productos vienen de zonas alejadas de la República. En base a los resultados de la encuesta mayorista, hemos confeccionado el mapa adjunto que resume para todo el año las zonas de producción que abastecen a Bahía Blanca. Por último, es de destacar, que a pesar de la gran multiplicidad de lugares que envían productos a Bahía Blanca y todo el sur del país, se nota el rol fundamental que juegan los mercados de Buenos Aires y Rosario.

CUADRO N° 4

Control de Entradas y SalidasCiudad de Bahía BlancaBalance del consumo de la ciudad y alrededoresPromedio de un día normal de invierno (en toneladas)

	1 Estadística con sumo de Invierno	2 Entrada promedio 4 días	Despacho fue ra de zona in- fluencia	3	Entradas netas de la ciudad
Papas	34,3	44,4	5,5	10%	39,4
Batatas	5,8	1,4	0,2	15%	1,2
Zanahoria	1,7	5,6	0,4	8%	5,2
Zapallo	2,4	1,7	0,2	10%	1,5
SUB-TOTAL	44,2				47,4
Grupo tomate	5,7	9,2	0,9	10%	8,3
Ajo y Cebolla	4,3	6,8	0,6	10%	6,2
Verduras de Hoja	17,0	16,1	0,7	5%	15,4
TOTAL HORTALIZAS	71,2				77,3
Manzana	8,5	11,7	5,2	X	(6,5) 4
Citrus	29,3	36,2	5,5	15%	30,7
Banana	7,7	5,7	0,5	10%	5,2
TOTAL FRUTAS	45,5				43,0

(1) Cálculo para 140.000 habitantes.

(2) Las entradas del domingo se suman a las del sábado.

- (3) Sin tener en cuenta el domingo y aumentando en un 50% las salidas del sábado, cómo ya fue detallado.
- (4) En el total las entradas "manzana" están modificadas de acuerdo a la observación ya detallada (1.000 Kg.)

CUADRO Nº 5

Control de Entradas y SalidasCiudad de Bahía BlancaDetalle de las salidas para abastecer a los suburbios de la ciudad

	Miérc.	Jueves	Viernes	Sábado	Promedio	% del consumo de la ciudad
Papas	5.478	462	15.055	9.392	7.597	19%
Batata	273	50	610	-	233	19
Zanahoria	483	360	900	247	497	10
Zapallo	33	295	54	147	132	12
SUB-TOTAL	6.267	1.167	16.619	9.786	8.459	
Grupo tomate	647	480	1.243	875	811	10
Ajo y Cebolla	297	54	770	934	515	16
Verduras de hoja	1.123	473	2.584	812	1.250	8
TOTAL HORTAL	8.334	2.174	21.216	12.407	11.035	
Manzana	6.664	2.144	6.614	2.655	(4.540)+	X
Citrus	2.754	1.007	3.530	3.266	2.640	9
Banana	968	179	800	1.215	790	16
TOTAL FRUTAS	10.386	3.330	10.944	7.136	4.430	

(+) Este dato incluye algunas salidas de frigoríficos que escapan al control.

En el total se tomará 1.000 Kg.

CUADRO N° 6

Control de Entradas y Salidas

Ciudad de Bahía Blanca

Entradas

Promedio diario de los cinco días de encuesta con detalle de origen

Productos o grupos de productos	Capital Federal	Pcia. de Bs. Aires	Otras Pcias.	Galpones y frigoríficos de la ciudad	Cinturón verde	Total de Entradas
Papas	4.900	13.500	20.600	4.900	500	44.400
Batatas	-	1.400	-	-	-	1.400
Zanahoria	3.300	300	850	600	550	5.600
Zapallo	-	630	620	100	350	1.700
Tomate	6.800	-	2.200	-	200	9.200
Cebolla	2.200	3.000	1.250	50	300	6.800
Verdura	1.200	550	1.300	50	13.000	16.100
Manzana	-	-	10.400	1.300	-	11.700
Citrus	29.950	-	1.750	4.500	-	36.200
Banana	5.700	-	-	-	-	5.700
Papas	4.900	13.500	20.600	4.900	500	44.400
Otras Hortalizas	13.500	5.880	6.220	800	14.400	40.800
Frutas	35.650	-	12.150	5.800	-	53.600
TOTAL	54.050	19.380	38.970	11.500	14.900	

(En Kilogramos)

CUADRO 7

Control de Entradas y SalidasCiudad de Bahía BlancaEvolución diaria del redespacho

Producto	Día de la encuesta			Promedio diario
	Miércoles	Jueves	Viernes	
Papa	11.650	2.350	1.080	5.000
Batata	365	100	215	227
Zanahoria	490	285	355	377
Zapallo	193	5	260	150
Tomate	1.325	650	693	889
Cebolla	1.395	743	205	611
Verduras I	1.052	20	120	400
Verduras II	544	275	309	400
Manzana	3.342	11.020	1.330	5.230
Citrus	9.600	4.454	2.555	5.536
Banana	180	1.041	380	534

CUADRO N° 8

CIUDAD DE BAHIA BLANCA

CONTROL DE ENTRADAS Y SALIDAS

DIAS 5 y 6
EN KILOGRAMOS

	ENTRADAS AL MERCADO					ENTRADAS A LA CIUDAD				SALIDAS		
	1 Zona Verde	2 Cap.Feder.	3 P.Bs. Aires	4 Otras Provincias	5 Galpones	6 Zona Verde	7 Cap.Feder.	8 P.Bs. Aires	9 Otras Provincias	Zonas Adyacentes	P.Bs. Aires	Otras Provincias
PAPA	600		7.634	25.016		159		23.200		5.478	7.400	4.250
BATATA	360		5.300	2.150						273	365	
ZANAHORIA	460		1.250			15	2.400			33	193	
ZAPALLO										483	490	
SUB-TOTAL	1.420		14.154	27.166		174	2.400	23.200		6.267	8.448	4.250
TOMATE		3.600		1.140						383	505	275
PIMIENTOS				300						30	60	100
BERENJENA	80			3.470						234	85	240
ZAPALLITO	215			510							60	
CHAUCHA				1.200		20						
ARVEJA												
SUB-TOTAL	295	3.600		6.620		20				647	710	615
CEBOLLA	115			3.500		40	1.500			228	1.000	300
AJO	36									69	95	
SUB-TOTAL	151			3.500		40	1.500			297	1.095	300
ACELGA	1.984					110				221		
LECHUGA	5.186			450		190				540	66	986
CEBOLLA DE VERDEO	1.391									54		
APIO DE HOJAS												
ESCAROLA												
ESPINACA	1.175					10				131		
PUERRO	200											
SUB-TOTAL	9.936			450		310				946	66	986
ACHICORIA	397									17		
ALCAUCIL	15			180						50	70	
CARDO				640							19	50
ESPARRAGO		75										
HABAS	470									30		
HINOJO	12					12						
NABIZA	100											
NABO										50	60	175
PEPINO												
PEREJIL	130											
RABANITOS	243											
RADICHA	85											
REMOLACHA						10					120	
REPOLLO				3.124						20	50	
SUB-TOTAL	1.452	75		3.944		22				177	319	225
TOTAL	13.254	3.675	14.154	41.680		566	3.900	23.200		8.334	10.638	6.376
MANZANA	80			4.300	240	40				6.664	21.312	40
PERA												
SUB-TOTAL	80			4.300	240	40				6.664	21.312	40
MANDARINA												
NARANJA		16.660		200			2.800	1.400		150	150	
LIMONES		900		150		15	5.600	1.200		1.804	3.380	4.542
POMELOS		625						1.320		468	538	594
SUB-TOTAL		18.185		350		15	8.400	3.920		2.754	4.298	5.276
ANANA										1		
BERGAMOTA											180	
SUB-TOTAL	80	22.185		4.650	240					1	180	
BANANA		4.000					4.920			968	390	800
TOTAL	80	22.185		4.650	240	55	13.320	3.920		10.386	26.174	6.116
AVES	6		700			58	1.200	5.861		30		
HUEVOS						372				200		
PESCADO										1.500		
TOTAL	6		700			430	1.200	5.861		1.730		

CUADRO N° 9

CIUDAD DE BAHIA BLANCA

CONTROL DE ENTRADAS Y SALIDAS

DIA 7
EN KILOGRAMOS

	ENTRADAS AL MERCADO					ENTRADAS A LA CIUDAD						
	1 Zona verde	2 Cap.Fed.	3 P. Bs.Aires	4 Otras Provincias	5 Galpones	6 Zona verde	7 Cap.Fed.	8 P. Bs.Aires	9 Otras Provincias	Zonas Adyacentes	P.Bs. Aires	Otras Provincias
PAPA	1.000		350	10.140	3.700	55		5.044	23.000	462	2.100	250
BATATA	540	1.000		3.650	2.000	105				50	100	100
ZANAHORIA	1.763		1.500	1.500						360	58	225
ZAPALLO										295	5	
SUB-TOTAL	3.303	1.000	1.850	15.290	5.700	160		5.044	23.000	1.167	2.163	575
TOMATE		3.906		780						368	200	180
PIMIENTOS				225							39	
BERENJENA		800		630						57	40	100
ZAPALLITO	96	360		355		150				55	20	90
CHAUCHA												
ARVEJA												
SUB-TOTAL	96	5.066		1.990		150				480	299	360
CEBOLLA	300	12.250		2.500	96					30	260	460
AJO	120			40						24	2	21
SUB-TOTAL	420	12.250		2.540	96					54	262	481
ACELGA	1.375		360			140				113	10	
LECHUGA	2.230					20				296	10	
CEBOLLA DE VERDEO	669				45	66				7		
APIO DE HOJAS				90								
ESCAROLA												
ESPINACA	856					70				16		
PUERRO	208											
SUB-TOTAL	5.338		360	90	45	296				432	20	
ACHICORIA	244					4				21	30	
ALCAUCIL					150							
APIO DE CABEZA												
ESPARRAGO		24		32								
HABAS	290		182			20				10		
HINOJO	138											
NABO	75											
PEPINO				60								
RABANITOS	130											
PEREJIL	45											
RADICHA	90											
REMOLACHA	240			70						10	5	60
REPOLLO				520							180	
SUB-TOTAL	1.252	24	182	682	150	24				41	215	60
TOTAL	10.409	18.340	2.392	20.592	5.991	630		5.044	23.000	2.174	2.959	1.476
MANZANA				8.800	540					2.144	11.020	
PERA												
SUB-TOTAL				8.800	540					2.144	11.020	
MANDARINA										775	1.050	2.970
NARANJA		30.420			6.270					195	164	240
LIMONES				2.470						37		30
ROMELOS		1.320										
SUB-TOTAL		31.740		2.470	6.270					1.007	1.214	3.240
BANANA		4.500								179	200	841
TOTAL		36.240		11.270	6.810					3.330	12.434	4.081
AVES	96					300				35		60
RUEVOS	60		250			285		5.320	720	210		
PESCADO	200											
TOTAL	356		250			585		5.320	720	245		60

CUADRO Nº 10

CIUDAD DE BAHIA BLANCA

CONTROL DE ENTRADAS Y SALIDAS

DIA 8
EN KILOGRAMOS

	ENTRADAS AL MERCADO					ENTRADAS A LA CIUDAD				SALIDAS		
	1 Zona verde	2 Cap.Feder.	3 P.Bs.Aires	4 Otras Provincias	5 Galpones	6 Zona Verde	7 Cap.Feder.	8 P.Bs.Aires	9 Otras Provincias	Zonas Adyacentes	P.Bs.Aires	Otras Provincias
PAPA BATATA ZANAHORIA ZAPALLO	610	20.800			8.550	4 39		19.500	24.440	15.055 610 900 54	1.080 215 355 260	
SUB-TOTAL	610	23.800			9.210	43		19.500	24.440	16.619	1.910	
TOMATE PIMIENTOS BERENJENA ZAPALLITO CHAUCHA ARVEJA	1.500 128	1.500 128				5				573	468	
SUB-TOTAL		1.628								1.243	693	
CEBOLLA AJO	503 15					18 10				651 119	205	
SUB-TOTAL	518					28				770	205	
ACELGA LECHUGA CEBOLLA DE VERDEO APIO DE HOJAS ESCAROLA ESPINACA PUERRO	2.671 4.148 777 1.304 200		325			603 368 230				340 1.325 133	100	
SUB-TOTAL	9.100		325			1.271				2.030	120	
ACHICORIA ALCAUCIL COLIFLOR ESPARRAGO HABAS HINOJO NABIZA PEPINO PEREJIL RABANITOS RADICHA REMOLACHA REPOLLO	412 15 375 30 30 244 106 108 170	870	30			15 193				40 163 18 163	67 32	
SUB-TOTAL	1.490	870	42			223				554	309	
TOTAL	11.718	26.298	367		9.210	1.570		19.500	24.440	21.216	3.237	
MANZANA PERA	320			4.620	2.070	45				6.614	1.330	
SUB-TOTAL	320			4.620	2.070	45				6.614	1.330	
MANDARINA NARANJA LIMONES POMELOS		13.280 800 440			7.254	80 5 3				180 2.869 429 52	1.970 510 50	
SUB-TOTAL		14.520			7.254	88				3.530	2.530	
ANANA												
BANANA		1.100			36	4				800	360	
TOTAL	320	15.620		4.620	9.360	137				10.994	4.220	
AVES HUEVOS PESCADO	150 280				600	565 620		1.345 5.640	36 2.700 10			
TOTAL	430				600	1.194		6.985	46			

CUADRO Nº 11
CIUDAD DE BAHIA BLANCA

CONTROL DE ENTRADAS Y SALIDAS

DIA 9
EN KILOGRAMOS

DIA 10

	ENTRADAS AL MERCADO					ENTRADAS A LA CIUDAD				SALIDAS			ENTRADAS
	1 Zona verde	2 Cap.Feder.	3 P.Bs.Aires	4 Otras Provincias	5 Galpones	6 Zona verde	7 Cap.Feder.	8 P.Bs.Aires	9 Otras Provincias	Zonas Adyacentes	P.Bs.Aires	Otras Provincias	7 Cap.Feder.
PAPA					4,510	130				9,392	10,000		
BATATA						13	1,500			247		1,800	4,150
ZANAHORIA	160	750								147			
ZAPALLO													
SUB-TOTAL	160	750			4,510	113	1,500			9,786	10,000	1,800	4,150
TOMATE		1,650								657			2,702
PIMIENTOS	10	1,404				4	5,400						360
BERENJENA		300											150
ZAPALLO		840					1,600			140			575
CHAUCHA		255					950			78			760
ARVEJA		150											450
SUB-TOTAL	13	4,599				4	7,950			875			4,497
CEBOLLA						194				551		750	5,330
AJO	80									383		150	580
SUB-TOTAL	80					194				934		900	6,010
ACELGA	2,073					406				136			
LECHUGA	3,821					528		360		569			528
CEBOLLA DE VERDEO	879					394				14			
APIO DE HOJAS													
ESCAROLA													
ESPINACA	1,032					50				24			
PUERRO	218												
SUB-TOTAL	8,083					1,378		360		743			528
ACHICORIA	315					93							
ALCAUCIL	120						800			60			600
APIO DE CABEZA													
ESPARRAGO													160
HABAS	310					65							
HINOJO	133					14							
NABO	54												
PEPINO		288											
PEREJIL	135									10		60	
RABANITOS	55												
RADICHA	120					130							
REMOLACHA	80												
REPOLLO	150									7			
SUB-TOTAL	1,444	288				272	800			77		60	760
TOTAL	9,777	5,637			4,510	1,961	10,250	360		12,415	10,000	2,760	15,945
MANZANA					1,000					2,655	2,200		
PERA													
SUB-TOTAL					1,000					2,655	2,200		
MANDARINA													780
NARANJA		14,584					900			2,875		4,500	21,000
LIMONES							400			331		300	1,100
POMELOS										60		150	2,835
SUB-TOTAL							1,300			3,266		4,950	25,715
ANANA													1,050
BANANA										1,215		500	2,650
TOTAL		14,684			1,000		1,300			7,136		5,450	29,415
AVES						6							
SUEVOS						15				15			
PESCADO										1,535			
TOTAL						21				1,551			

CUADRO N.º 12

Cotización diaria en el Mercado Municipal de Abasto

Meses Septiembre, Octubre y Noviembre 1962

	ajo	batata	cebolla	lechuga	naranja	papa	tomate	zapallo
Sept. 9	600	---	850	90	110	(1) 1400	---	---
10	450	---	850	90	110	1100	---	---
11	550	---	850	85	120	1150	---	---
13	600	---	850	80	95	1450	---	---
15	450	---	920	95	90	1400	---	---
16	550	---	850	90	90	(3) 1400	---	---
17	450	---	840	90	95	(4) 1250	---	---
18	550	---	820	85	---	(3) 1400	---	---
19	450	---	820	95	---	(4) 1250	---	---
20	600	---	820	90	---	(3) 1400	---	---
22	650	---	850	50	---	(4) 1250	---	---
23	550	---	800	50	---	(3) 1250	---	12.-
24	400	---	850	65	---	(4) 1200	---	12.-
25	350	---	800	165	---	(3) 1400	---	---
26	500	---	850	160	---	(3) 1100	---	---

CUADRO 12 (Cont.)

Cotización diaria en el Mercado Municipal de Abasto

Meses Setiembre, Octubre y Noviembre 1962

	ajo	batata	cebolla	lechuga	naranja	papa	tomate	zapallo
Oct 27	450	---	800	160	---	(3) 1000	---	---
29	400	---	800	160	---	(4) 950	---	---
30	350	---	850	170	---	(3) 950	---	---
31	400	---	850	160	---	(4) 850	---	---
Nov. 1	350	---	650	160	---	900	---	---
2	350	---	600	160	---	800	---	---
3	350	---	450	160	---	800	---	---
5	400	---	600	120	---	780	---	14.
6	350	---	540	110	---	800	---	14.
7	300	---	450	130	---	750	---	---
8	350	---	550	110	---	800	---	---
9	350	---	600	120	---	(3) 750	---	---
10	450	---	600	150	---	(4) 550	---	---
12	350	---	450	120	---	(3) 750	---	---
13	400	---	550	160	---	(4) 500	---	---
14	450	---	550	60	---	(3) 730	---	---
15	450	---	350	---	---	(4) 500	---	---
						(3) 800	800	---
						(4) 550		
						(3) 750		
						(4) 500		
						(3) 730		
						(4) 500		
						(3) 800		
						(4) 550		
						(3) 850	800	
						(1) 710		

(1) Papa chilena; (2) Papa tucumana; (3) Papa blanca
(4) Papa negra.

Se deja aclarado que en el momento que no hay cotización no hubo oferta.

Los productos que a continuación se detallan han sido considerados de la siguiente manera:

AJO	-	Ristra
BATATA	-	Bolsa
CEBOLLA	-	Bolsa
LECHUGA	-	Lienzo
NARANJA	-	Por cien
PAPA	-	Bolsa
TOMATE	-	Cajón
ZAPALLO	-	Kg.

CUADRO 13

Producción anual de cultivos más importantes y épocas de producción

Tomate	368 tt.	verano
Berenjena	9 tt.	verano
Zapallitos	108 tt.	verano
Zapallos	528 tt.	verano
Pimiento morrón	83 tt.	verano
Melones	27 tt.	verano
Verdura de hoja	3.600 tt.	toda época

Fuente: Cooperativa de Horticultores de Bahía Blanca. Información suministrada a la Oficina del Registro Nacional Agropecuario correspondiente al año 1955.

Épocas de producción - Frecuencia estacional

verano	17 cultivos
otoño	3 cultivos
invierno	2 cultivos
primavera	1 cultivo
verano-otoño	4 cultivos
verano-otoño-invierno	7 cultivos
otoño-invierno	2 cultivos
toda época	3 cultivos

Fuente: Cooperativa de Horticultores de Bahía Blanca.

CUADRO 14

Tasas de crecimiento anual medio de la provincia de Buenos aires y del partido de Bahía Blanca según los distintos censos

Jurisdicción	Crecimiento anual medio (0/00)			
	1869/95	1895/1914	1914/47	1947/60
Provincia	38,4	40,3	21,1	33,4
Partido	---	69,8	---	15,9
Todo el país	30,0	34,9	20,4	17,1

Tasa de crecimiento obtenida mediante la fórmula:

$$r = \frac{\frac{P_n - P_o}{n}}{\frac{P_n + P_o}{2}} \cdot 1000 \quad \text{siendo}$$

P_n : Población al final del período considerado

P_o : Población al comienzo del período considerado

n : Tiempo que abarca el período intercensal

CUADRO 15

Población total de la provincia, región no-conurbana y partido de Bahía Blanca, % de aumento, tasa de crecimiento anual medio (0/00) y densidad km² - 1947/1960.

ZONA	1947	1960	AUMENTO %	CRECIMIENTO %	DENSIDAD
Provincia	4.272.337	6.734.548	57,6	33,4	21,9
Zona no conurb.	2.228.926	2.525.118	13,3	9,3	8,3
Partido	122.059	150.354	23,2	17,1	65,4

CUADRO 16

Población según sexo, total de la provincia de Buenos Aires, región no-conurbana y partido de Bahía

Blanca % de aumento y tasa de crecimiento anual medio (0/00)

ZONA	h o m b r e s			m u j e r e s			
	1947	1960	aum. %	1947	1960	aumen. %	crecimiento %
Pcia.	2.250.850	3.426.599	52,2	2.021.487	3.307.949	63,9	36,0
Zona no conurb.	1.199.243	1.313.180	9,5	1.029.683	1.211.938	17,7	12,1
Partido	67.108	75.264	12,2	54.951	75.090	36,6	23,8

CUADRO 17

Población total de la Provincia de Buenos Aires y del Partido de Bahía Blanca según censos. Número
de habitantes. Densidad por km². Relación Provincia-Partido

Jurisdicción	P o b l a c i ó n						Habitantes por Km ²			
	1869	1895	1914	1947	1960	1869	1895	1914	1947	1960
Provincia	307,8	921,2	2.066,2	4272,3	6.734,5	1,0	3,1	6,9	14,2	21,9
Partido	1,472	14,23	70,269	122,06	150,35	0,2	3,9	19,2	53,6	65,4
Relación (Part/Pcia)	0,478	1,545	3,4	2,85	2,38					
Todo el país						0,6	1,4	2,8	5,7	7,2

El cálculo de población para el partido de Bahía Blanca incluye la población del actual partido de Tornquist en 1869 y Cnel. de Marina L. Rosales en 1869, 1895 y 1914.

CUADRO 18

Componentes del incremento en la población según nacionalidad. Total de la **Provincia de Buenos Aires**,
zona conurbana, zona no conurbana y partido de

Bahía Blanca. Años 1947-1960

ZONAS	Total argentinos		extranjeros	
	número	%	número	%
Total	2.462,2	100,0	327,4	13,3
Zona conurbana	2.166,0	100,0	370,8	17,9
Zona no conurbana	296,2	100,0	43,4	-14,7
Partido				

CUADRO 19

Población según nacionalidad. Total de la Provincia de Buenos Aires, región no-conurbana y Partido de

Bahía Blanca. % de aumento y tasa de crecimiento anual medio (0/00) - 1947 - 1960

ZONA	Argentinos			Extranjeros		
	1947 miles	1960 miles	aum. % crecim. 0/00	1947 miles	1960 miles	aum. % crecim. 0/00
Total	3.491,1	5.626,0	62,2 34,9	781,2	1.108,6	41,9 25,8
Zona-conurbana	1.559,6	3.354,8	115,1 54,5	483,8	854,6	76,6 41,3
Zona no conurbana	1.931,5	2.271,2	17,6 12,1	297,4	254,0	-14,6 -11,7
Partido	97,75	125,0	27,8	24,31	25,35	4,3

CUADRO 20

Población de Ingeniero White' - Años 1914 y 1960

AÑO 1914	5368 habitantes
AÑO 1960	5044 habitantes

Fuente: Censos nacionales 1914 y 1960.

CUADRO 21

Población de los centros urbanos del Partido de Bahía Blanca

	1964	1947
Bahía Blanca	136.137	112.597
Cabildo	1.217	2.032
General Daniel Cerri	3.207	2.404
Ingeniero White	5.044	(1)

(1) Incluida en la población de la ciudad de Bahía Blanca.

Fuente: Censos nacionales 1947 y 1960.

CUADRO 22

Población urbana y rural del Partido de Bahía Blanca - Años 1947 y 1960

	1947	%	1960	%
urbana	117.033	95,88	145.605	96,84
rural	5.026	4,12	4.749	3,16

Fuente: Censos nacionales 1947 y 1960.

CUADRO 23

Cálculo de población del Partido de Bahía Blanca y tasa de crecimiento

<u>Año</u>	<u>habitantes</u>	<u>Tasa de crecimiento 0/00</u>
1/1/1935	107. 170	
1/1/1936	108. 310	10,6 0/00
1/1/1937	109. 660	12,4 "
1/1/1938	110. 936	11,6 "
1/1/1939	115. 148	37,3 "
1/1/1940	116. 321	10,1 "
1/1/1941	117. 698	11,8 "
1/1/1942	119. 086	11,7 "
1/1/1943	120. 412	11,1 "
1/1/1944	121. 776	11,3 "
1/1/1945	123. 346	13,4 "
1/1/1946	106. 258 (1)	
11/5/1947	122. 059 (2)	
1/1/1948	123. 055	
1/1/1949	125. 850	22,5 "
1/1/1950	128. 822	23,3 "
1/1/1951	131. 772	22,6 "
1/1/1952	134. 419	19,9 "
1/1/1953	136. 424	14,8 "

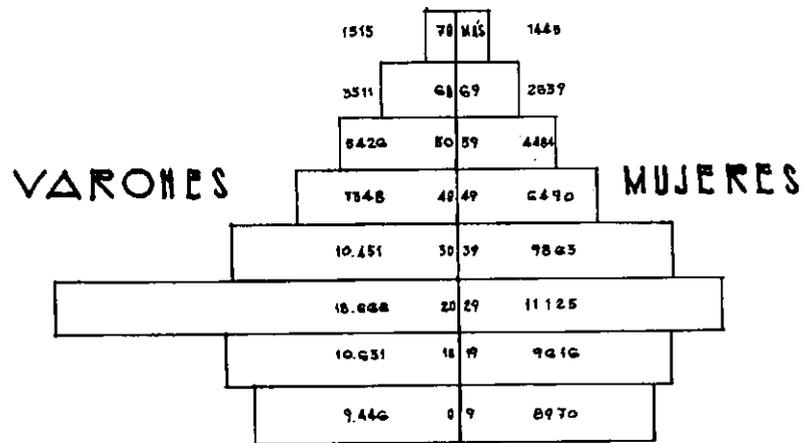
1/1/1954	138.066	12	0/00
1/1/1955	139.859	12,9	"
1/1/1956	141.754	13,5	"
1/1/1957	143.704	13,7	"
1/1/1958	145.631	13,5	"
1/1/1959	147.508	12,8	"
30/11/1960	150.354 (2)		
1/1/1961	150.607		
1/1/1962	152.691	13,7	"
1/1/1963	154.695	13	"

(1) Se crea el Partido Cnel. de Marina Leonardo Rosales.

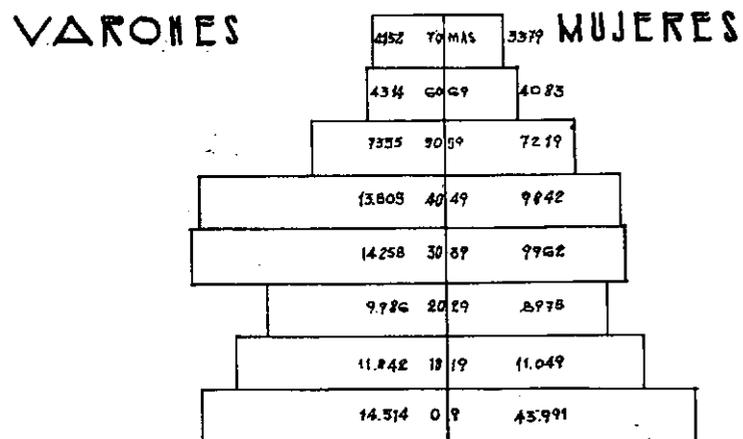
(2) Datos correspondientes a los censos nacionales de población de los años 1947 y 1960.

Fuente: Dirección de Estadística e Investigación de la Provincia de Buenos Aires.

COMPOSICION DE LA POBLACION DEL PARTIDO DE BARRIA BLANCA POR EDAD Y SEXO



1947



1962

CAPITULO VI

PROYECTOSI. PROYECTOS DE MERCADOS DE CONCENTRACIONA. MERCADO COOPERATIVO DE CONCENTRACION DE PRODUCTOS HORTICOLAS.

Los productores hortícolas de la zona de Bahía Blanca agrupados en torno a la Cooperativa de Horticultores de Bahía Blanca, entidad adherida a la Asociación de Cooperativas Agrarias Ltda. y a la Asociación de Cooperativas Hortícolas Bonaerenses Limitada, bregan desde hace muchos años por la creación de un mercado cooperativo de concentración de productos hortícolas, no sólo para la comercialización del producto de los asociados (actualmente 193 sobre 210 horticultores en la zona), sino también para la distribución de semillas, bonos y productos de sanidad vegetal.

Con el auspicio de la Asociación de Cooperativas Hortícolas Bonaerenses el proyecto se perfila ya como una realidad. Se han realizado tratativas para adquirir una amplia faja de terreno en las inmediaciones de la estación Bahía Blanca Sur del Ferrocarril Roca en el que ya existe un galpón de 15,50 metros por 70 metros, habiéndose anticipado el permiso municipal pa-

ra establecer allí el mercado. Se intenta interesar a las cooperativas de productores de fruta del valle de Río Negro y de Río Colorado.

El espacio disponible del actual proyecto asciende a 6,750 m², y en principio puede ser ampliado a 6,855 m² con la incorporación de dos terrenos lindantes. Su ubicación se señala en plano 2 adjunto y del mismo se desprende la comodidad del acceso ferroviario a través de un desvío ya existente, que corre paralelo al galpón y el rápido acceso a la ruta nacional 3 norte. Aporta una verdadera solución al problema que entrafía el actual emplazamiento del mercado municipal de abasto.

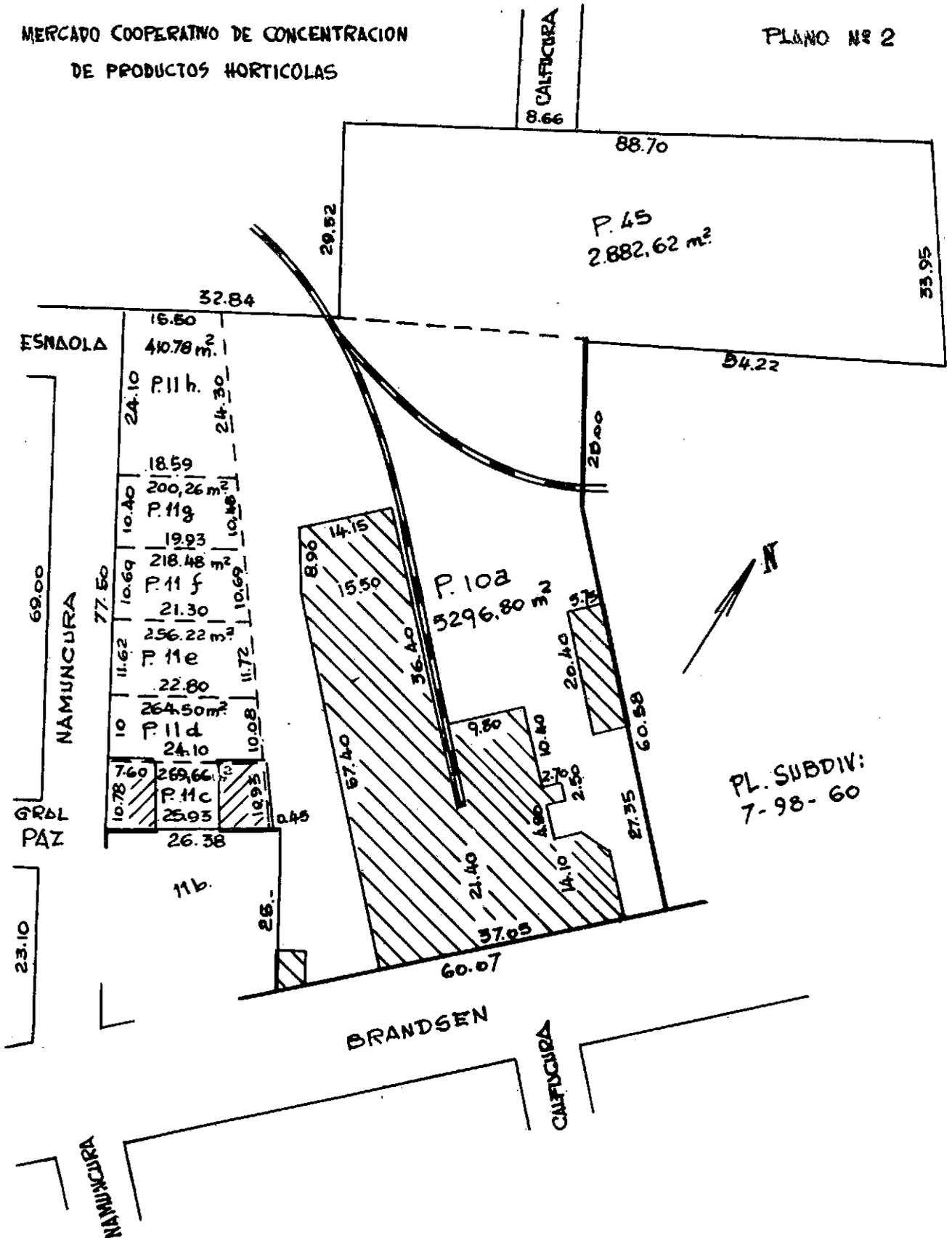
B. MERCADO DE CONCENTRACION DE FRUTAS Y VERDURAS. Auspiciado por mayoristas que operan actualmente en el Mercado Municipal de Abasto.

Dos mayoristas de frutas y verduras locales, en nombre del 90% de los que desarrollan sus actividades con puestos en el mercado municipal, se han dirigido a la autoridad comunal solicitando autorización para habilitar un mercado de concentración de frutas y verduras -por el término de diez años con opción a cinco más- en la calle Fitz Roy al 439/55. Existe allí un moderno edificio construido sobre un terreno de 110 metros de largo por 25 metros de frente sobre la calle Fitz Roy y 17 metros sobre la calle Donado.

El presente proyecto sale al encuentro del mercado en construcción por la empresa Frigomer, que no ha recibido gran acogida entre los mayoristas locales. La descripción del local, su capacidad e instalaciones se dan por plano separado.

MERCADO COOPERATIVO DE CONCENTRACION
DE PRODUCTOS HORTICOLAS

PLANO Nº 2

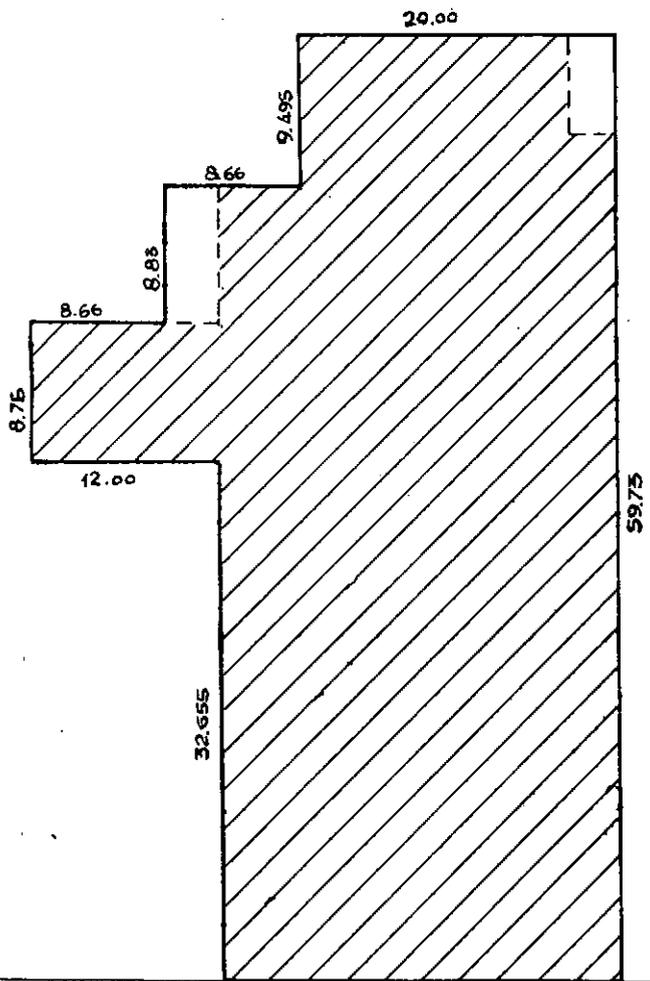


DONADO

TOMPSON

PLANO Nº 3

MERCADO DE CONCENTRACION DE FRUTAS Y VERDURAS.
APROPIADO POR MAYORISTAS QUE OPERAN ACTUALMENTE EN EL MERCADO MUNICIPAL DE ABASTO.



DARRAGUEIRA

FITZ ROY

A N E X O

- I. GENERALIDADES PARA LA DEFINICION FISICA DE UN MERCADO.
- II. PLANOS.

GENERALIDADES PARA LA DEFINICION FISICA

DE UN MERCADO - ESTACION

En el presente capítulo nos proponemos por una parte, exponer rápidamente los criterios de juicio que lleva a "elegir" un tipo de mercado y por otra parte explicar cómo se puede dimensionar los elementos físicos de un mercado.

I. - "FILOSOFIA" DEL MERCADO - ELECCION DE UN

TIPO DE MERCADO

Las necesidades fundamentales.

Un mercado desempeña esencialmente dos funciones fundamentales:

- Por una parte, una función comercial, o sea la formación de un precio para la venta del mayorista al minorista.

- Por otra parte, una función técnica, o sea la concentración en un lugar de productos llegando de zonas de producción, y el despacho de los mismos hacia las "bocas de expendio" que constituyen los comercios minoristas.

Cuáles son las necesidades que surgen de estas dos funciones?

- La función comercial exige un perfecto conocimiento, al instante de la compra, de toda la oferta y toda la demanda. Esta última es desde luego, mucho más constante y constituye un factor externo al mercado, directamente ligado, al número de consumidores sus gustos y costumbres de compra.

Es decir, es un elemento que tanto el mayorista como el minorista, que tienen por lo general una buena experiencia del medio, que conocen bastante bien. Al contrario, la oferta es un elemento muy variable, ligado a las superficies sembradas, a la precocidad de las temporadas, al transporte, (estado de los caminos, incidentes en el material de transporte, huelgas, etc.). El conocimiento de este factor necesita en consecuencia, conocer, tanto por parte del mayorista como por parte del minorista, el volumen y la calidad de la mercadería existente en el mercado.

Esto implica por una parte un servicio de control de las entradas y de publicidad de las mismas así como de las ofertas en otros mercados, y por otra parte una exposición de la mercadería, para que los interesados pueden juzgar su calidad, y la posibilidad de recorrer fácil y rápidamente los diferentes puestos de exposición para hacer comparaciones.

La función técnica necesita que las operaciones de carga y descarga sean lo menos numerosas posibles.

Como hay necesariamente en la mayoría de los casos, una descarga en los puestos de los mayoristas, esto quiere decir que hay que tratar de lograr que los vehículos, camiones y aún vagones (1) lleguen hasta estos puestos, y también que, una parte por lo menos de los vehículos minoristas, lleguen hasta los dichos puestos.

(1) Actualmente la mala calidad del servicio ferroviario disminuye considerablemente el volumen de la mercadería que transporta. Pero tenemos que encarar la posibilidad del mejoramiento de dicho transporte, lo que acarrearía un aumento de la importancia del mismo, dadas las ventajas que representa.

La primera condición es relativamente simple de obtener. Para la segunda, el número bastante importante de vehículos minoristas, y las cargas generalmente escasas que toman, obligan en general a permitir el acceso directo al puesto a los que cargan únicamente cantidades importantes (a definir en cada caso según el tamaño del mercado, los tipos de vehículos minoristas y las costumbres de compra). Los otros vehículos tienen que parar en las plazas de estacionamiento, en las cuales se les entregará la mercadería por medio de pequeños trenes de carrito (cada vagoneta con una carga de unos 500 kilos) medio de acarreo el más adaptado por que es el más ágil y flexible.

Por otra parte hay que tener en cuenta que, si bien el mercado es el medio físico en el cual se hace la comercialización, este medio está estrechamente vinculado con el medio humano que actuará en él, es decir mayoristas y minoristas.

Como este medio humano está constantemente evolucionando, el mercado debe ser lo suficientemente flexible para poder adaptarse a esta a esta evolución, es decir compuesto de superestructuras lo menos especializadas posibles, económicas y fácilmente ensanchables o desarmables.

LOS DOS TIPOS FUNDAMENTALES DE MERCADO

ELECCION DEL TIPO MAS ADAPTADO

Los dos tipos fundamentales de mercados que se pueden definir son:

El Mercado Pabellón (ejemplo: Mercados actuales de Bs. As., Halles

de Paris, Mercado de Hamburgo).

- El Mercado Lineal (Mercados de Lyon, Hanovia, Florencia, F.D.C. de Filadelfia, etc.)

Los esquemas adjuntos explican bien la diferencia entre los dos:

- El Mercado Pabellón está compuesto de una sola construcción, teniendo un largo y un ancho no muy diferentes, y en el cual están agrupados todos los mayoristas:

- El Mercado Lineal está compuesto en general de varias construcciones agrupadas, con un ancho muy diferente del largo.

Cuáles son las ventajas respectivas de estos dos tipos?

- El Mercado Pabellón es más concentrado. Esto tiene como consecuencia una mayor facilidad para el conocimiento de la oferta. Para lograr que los camiones de aprovisionamiento lleguen hasta cada uno de los puestos mayoristas, se multiplica enormemente el número de calles interiores, lo que encarece mucho el costo de la construcción. Para los vagones, es imposible obtener lo mismo. Por otra parte, es muy poco flexible y no se presta a fácil evolución.

- El Mercado Lineal, al contrario está perfectamente adaptado a las necesidades concernientes al manipuleo y a la flexibilidad, efectivamente las calles de circulación no son cubiertas, lo que permite reducir considerablemente el costo de la obra y proveer, para las construcciones, una serie de galpones standards fácilmente transformables. El carácter "lineal" da lugar a mucho más espacios de carga y descarga frente a los puestos mayoristas y no

hay más problemas en lo concerniente a los ferrocarriles. Pero la oferta es más dispersa. y los recorridos de los minoristas más importantes.

Pensamos que finalmente el tipo lineal es el más adaptado a la noción moderna de Mercado. Efectivamente, su sola desventaja, la dispersión de la oferta, es una realidad muy relativa, dado que la puede fácilmente superar por una publicidad bien hecha. Por otra parte, aún sin hablar de dicha publicidad, se puede reducir considerablemente el inconveniente que trata esta dispersión por agrupaciones de mayoristas (por tipo de productos por ejemplo, poniendo juntos lbs paperos, los fruteros, los especializados en cuatro o cinco productos idénticos, etc. y también por tamaño.

Es el que hemos tomado para realizar los esquemas previos de Mercados en las distintas ciudades que hemos estudiado.

DIMENSIONADO DE LOS ELEMENTOS FISICOS

QUE COMPONEN UN MERCADO

ESTACION

Los elementos esenciales que componen el Mercado Estación son:

- los galpones mayoristas frutas y hortalizas
- las calles de circulación
- las playas de estacionamiento de vehículos
- las instalaciones de ferrocarriles
- los andenes de carga y descarga

Citamos, por otra parte, para recordar, los frigoríficos, los galpones de mayoristas en pescado, y aves y huevos, los edificios de Administración y el de Intendencia, servicios ligados (agua, bomberos, puesto sanitario, etc.) y las instalaciones de interés general, restaurantes, hoteles, banco, correo, estación de servicios, etc.

Vamos ahora a indicar como se puede establecer las dimensiones de los elementos esenciales.

GALPONES MAYORISTAS FRUTAS Y HORTALIZAS

Previamente, tenemos que definir el corte transversal tipo de tal galpón.

Primeramente, la mayor parte de los mayoristas tienen que disponer de una vereda para exponer "muestras" de su mercadería (la sola excepción puede estar constituida por los grandes mayoristas que venden productos muy particulares, en general papas y batatas únicamente a otros mayoristas, estos últimos constituyendo clientes fieles, lo que suprime prácticamente la necesidad de la elección del producto, y por consiguiente la exposición del mismo). Esta vereda se encuentra sobre una calle "comercial" en la cual circulan los compradores. El ancho aconsejable de esta vereda parece ser de 6 mts. Efectivamente, esto corresponde a una exposición de alrededor de 400 kg. por metro de vereda en el sentido longitudinal, o sea por un puesto de 4 m. de largo (mayorista mediano, comercializando alrededor de 5 toneladas por día) una

exposición de 1,6 T o sea 30% del total comercializado, lo que parece razonable.

Se presenta entonces un problema. Es conveniente el preveer los galpones con una vereda de exposición de cada costado, lo que en particular conduce a agrupar los puestos mayoristas dos por dos y "contrafrente a contrafrente" en el sentido del ancho?. Pensamos que no, por las razones siguientes:

Conviene preveer un andén de descarga frente al puesto mayorista para descarga de camiones. Este anden no puede ser ubicado en la calle comercial porque molestaría el movimiento del comprador. Hay que ponerlo del otro lado del puesto. Señalamos por otra parte que el ancho técnicamente aconsejable para este andén es de 4 metros (normas internacionales habituales).

- Aún si no hubiera andén, la disposición "contrafrente contra contrafrente" obligaría a preveer el estacionamiento de los camiones al lado de la vereda de exposición. Si bien es cierto que el aprovisionamiento y el desaprovisionamiento tiene que hacerse no simultáneamente como lo expondremos más adelante, esta disposición impide la posibilidad de llegada de los camiones de los compradores que efectúan compras importantes al puesto mayorista, dado que esto molestaría a los peatones.

El corte transversal del galpón se presenta entonces como está indicado en el esquema adjunto. En cuanto al ancho del puesto propiamente dicho, nos parece conveniente fijarlo, por razones arquitectónicas (evitar que el galpón tenga un aspecto de "corredor") entre 6 y 10 metros (el esquema está hecho con 8 metros).

En cuanto a la dimensión mínima de un puesto en el sentido longitudinal del galpón, tendríamos que fijarlo de tal manera que corresponda a la superficie necesaria al mayorista mediano. Pero esto conduciría a dimensiones estrechísimas. Por lo tanto, es razonable entonces no descender por debajo de los 4 metros "módulo básico", todos los puestos siendo de este largo o de un largo múltiple.

Insistimo sin embargo sobre el hecho de que solo la necesidad nos impone el elegir este valor que en realidad no es el valor óptimo.

Ahora vamos a indicar como se puede definir la superficie total de los galpones.

Esta superficie está ligada al volúmen de mercadería descargada anualmente sobre piso, inferior al volúmen total comercializado por el conjunto de los mayoristas dado que, así como lo hemos explicado en el análisis de las distintas encuestas se hacen reventas entre los propios mayoristas, y en general directamente del camión y/o vagón, sin que haya descarga en el puesto del mayorista vendedor.

El tonelaje que se puede comercializar anualmente sobre un metro cuadrado de puesto es diferente según la naturaleza y el tipo de envases de los productos mismos y los usos del mercado, Podemos considerar esencialmente tres grupos.

El grupo papas, batata, cebolla, zanahoria, frutas, etc. productos que se presentan en general en cajón.

Los otros productos que se presentan o sea un lienzo o sea a granel

(verduras, citrus a granel, bananas, zapallos, etc.)

Un día pico, el mayorista puede razonablemente amontonar las bolsas sobre 2,50 mts. los cajones sobre 2 mts. y los lienzos sobre 1,50 mts. suponiendo que el día medio representa la mitad del día pico en volúmen, llegamos a volúmenes anuales por m². de:

- Bolsas: $(2,50 \text{ m}^3. \times 250 \text{ kg.} \times \frac{2}{3}) \times \frac{1}{2} \times 300 \text{ días} = 62,5 \text{ Toneladas.}$
- Cajones: $(2 \text{ m}^3. \times 240 \text{ kgrs.} \times \frac{20}{30}) \times \frac{1}{2} \times 300 \text{ días} = 48 \text{ Toneladas.}$
- Otros: $(1 \text{ m}^3. \times 150 \text{ kg.} \times \frac{2}{3}) \times \frac{1}{2} \times 300 \text{ días} = 15 \text{ Toneladas.}$

Cifras que hay que multiplicar por el coeficiente:

$$\frac{\text{Ancho puesto mayorista} + \text{ancho veredas exposición}}{3}$$

$$\text{Ancho puesto mayorista} + \text{ancho vereda exposición} + \text{ancho andén}$$

para obtener el volúmen medio por metro cuadrado de galpón (Hemos supuesto que, en la vereda, las alturas de amotonamiento son la tercera parte de las alturas en el piso). Con las cifras indicadas más arriba para el galpón llegamos a un coeficiente de:

$$\begin{array}{r} 8 + \frac{6}{3} \\ \hline 8 + 6 + 4 \end{array} = \frac{5}{9}$$

o sea:

- bolsas: 34,7 Toneladas/m².
- cajones: 26,6 Toneladas/m².
- otros: 8,33 Toneladas/m².

Esto permite por otra parte - para los tipos más corrientes de mayoristas- definir la superficie necesaria una función del tonelaje comercializado:

El "papero" necesita un m². cada 34,7 T.

El especialista en tomates, etc. necesita un m². cada 26,6 T.

El frutero (20% de frutas a granel y 20% de frutas en bolsas necesita en m². cada:

$$34,7 \times \frac{1}{5} + 26,6 \times \frac{3}{5} + 8,33 \times \frac{1}{5} = 24,6 \text{ T/m}^2.$$

El mayorista polivalente (20% de bolsas, 25% de cajones y 55% de otros) necesita un m². cada:

$$34,7 \times \frac{2}{10} + 26,6 \times \frac{25}{100} + 8,33 \times \frac{55}{100} = 18 \text{ T/m}^2.$$

CALLES DE CIRCULACION

Calle comercial

Para permitir al comprador una mayor facilidad de comparación de productos, nos parece interesante agrupar los galpones mayoristas de a 2 por 2, las veredas de exposición de los dos deben estar frente a frente. La calle comercial tiene que ser lo suficientemente angosta para permitir una comparación entre dos productos ubicados en una parte o la otra.

Pero, como lo veremos más adelante, hay interés en dejar lugar para tres trochas de circulación, caminos y/o vagones, por lo que se aconseja tomar un ancho de 12 mts.

Calle de descarga

Esta calle está ubicada del lado del andén de descarga. Debe ser lo suficientemente ancha como para permitir a un camión simple de gran tamaño estacionar perpendicularmente en el andén (12 mts.) y que permita la circula-

ción fácil de dos filas de camiones, en el mismo sentido (7 mts.), o sea, si se agrupa los galpones dos por dos, un ancho de $12 \times 2 = 38.40$ mts., y si se considera el galpón aislado con una calle para 2×2 filas camiones, con un ancho de:

$$12 + 2 \times 7 = \underline{26 \text{ mts.}}$$

Calle de circulación

A calcular en función del tránsito previsto, tomando 3,50 mts. por trocha:

PLAYAS DE ESTACIONAMIENTO DE VEHICULOS

Estas playas tienen que estar calculadas para el total de las necesidades de los vehículos de los minoristas, porque, así como lo expondremos más adelante, puede ocurrir que deban encontrarse al mismo tiempo todos en el recinto del mercado. Teniendo en cuenta el tamaño promedio del vehículo comprador, las superficies necesarias para las calles de circulaciones interiores de la playa, la necesidad de proveer para cada camión unos metros cuadrados de más para poner los bultos antes de cargarlos, aconsejamos tomar una superficie de 75 m².

INSTALACIONES DE FERROCARRIL

Si se hace la clasificación de los vagones en el mercado mismo, hay que proveer una longitud de vía total igual al total de vagones en el "día pico", multiplicado por 12 mts. largo promedio de un vagón y aumentado en un

40% para maniobras falsas, vías mal utilizadas, etc.

Conviene agrupar las vías en dos conjuntos, más o menos equivalentes en longitud.

- Una playa de espera y clasificación.
- Una playa de descarga.

Sería prudente preveer la posibilidad de llevar los vagones hasta los puestos de mayoristas. Pero, para no perturbar el movimiento de los camiones en la calle de descarga, aconsejamos ubicar las vías de ferrocarril en las calles comerciales.

No hay que perder de vista tampoco -como ya lo hemos expresado- que a pesar de que actualmente la actividad del ferrocarril es reducida, en el futuro, éste puede jugar un papel mucho más importante.

ANDENES DE CARGA Y DESCARGA

Además de los andenes frente a los galpones,, hay que preveer -al lado de las vías del ferrocarril integrando la playa de descarga- andenes mixtos de descargas para vagones-camiones que sirvan a la vez para descarga de la mercadería de los vagones que no van hasta los puestos mayoristas, y llevarla después por zonas con vagoncitos hasta los puestos mismos, y también para descargar o cargar camiones en caso de reexpedición fuera del mercado sin permanencia de la mercadería en los puestos.

Parece razonable preveer un largo total de andenes igual al doble del largo necesario para los vagones solos.

OTRAS INDICACIONES

Playa Libre

En cada mercado, hay que preveer una "playa libre" en donde los chacareros puedan vender directamente su mercadería al minorista sin pasar por un mayorista. La superficie de dicha playa puede ser calculada suponiendo que los chacareros comercializan directamente la mitad de la producción del "cinturón verde" correspondiente a la ciudad estudiada, tomando un promedio de 10 Toneladas de producción por hectárea y eligiendo por cada "puesto chacarero" una superficie de 35 m². (estacionamiento de vehículo del interesado y exposición de una parte de su mercadería), sobre el cual suponemos un promedio de comercialización de 20 T/m² por año.

Hay interés en ubicar esta playa en el corazón mismo del mercado para lograr una mejor competencia entre productos vendidos por mayoristas y productos vendidos por productores. Los puestos "chacareros" por supuestos no son individualizados.

Clasificación de Embalaje

La devolución de los embalajes vacíos es en general una pérdida de tiempo bastante importante para el minorista. Proponemos entonces preveer unos tinglados ubicados cerca de una vía principal del mercado, de acceso fácil, donde los camiones minoristas puedan descargar rápidamente en el piso los embalajes vacíos que tienen, dichos embalajes serán después recolecta -

dos en un tinglado de "Clasificación de embalaje", donde se los clasifica y se los despacha con destino a sus propietarios. Este tinglado tendrá que estar cerca de una vía férrea para los eventuales envíos directos por ferrocarril.

Galpones de aves y huevos, pescado Frigorífico

Es interesante preveer también, en el Mercado galpones para mayoristas de aves y huevos, de pescado y frigoríficos. Es difícil establecer normas y reglamentaciones que sean válidas para todos los mercados. Conviene en cada caso estudiar bien el problema para definir las necesidades.

Oficinas mayoristas

En los galpones mayoristas conviene preveer, para cada puesto, una oficina de unos 9 m². en los entresijos.

Maduraderos

Los maduraderos de bananas tienen que estar previstos en el subsuelo de los puestos mayoristas de frutas, con 3 T/año de bananas por m². de maduradero.

HORARIO DE FUNCIONAMIENTO DEL MERCADO

Como ya lo hemos dicho al comenzar, la función comercial del Mercado, presupone que sea perfectamente conocida la oferta, y que no sea variable. Esto trae como consecuencia que:

- Las ventas a minoristas tienen que hacerse sin que haya al mismo tiempo aprovisionamiento en mercaderías, para que no cambien los volúme

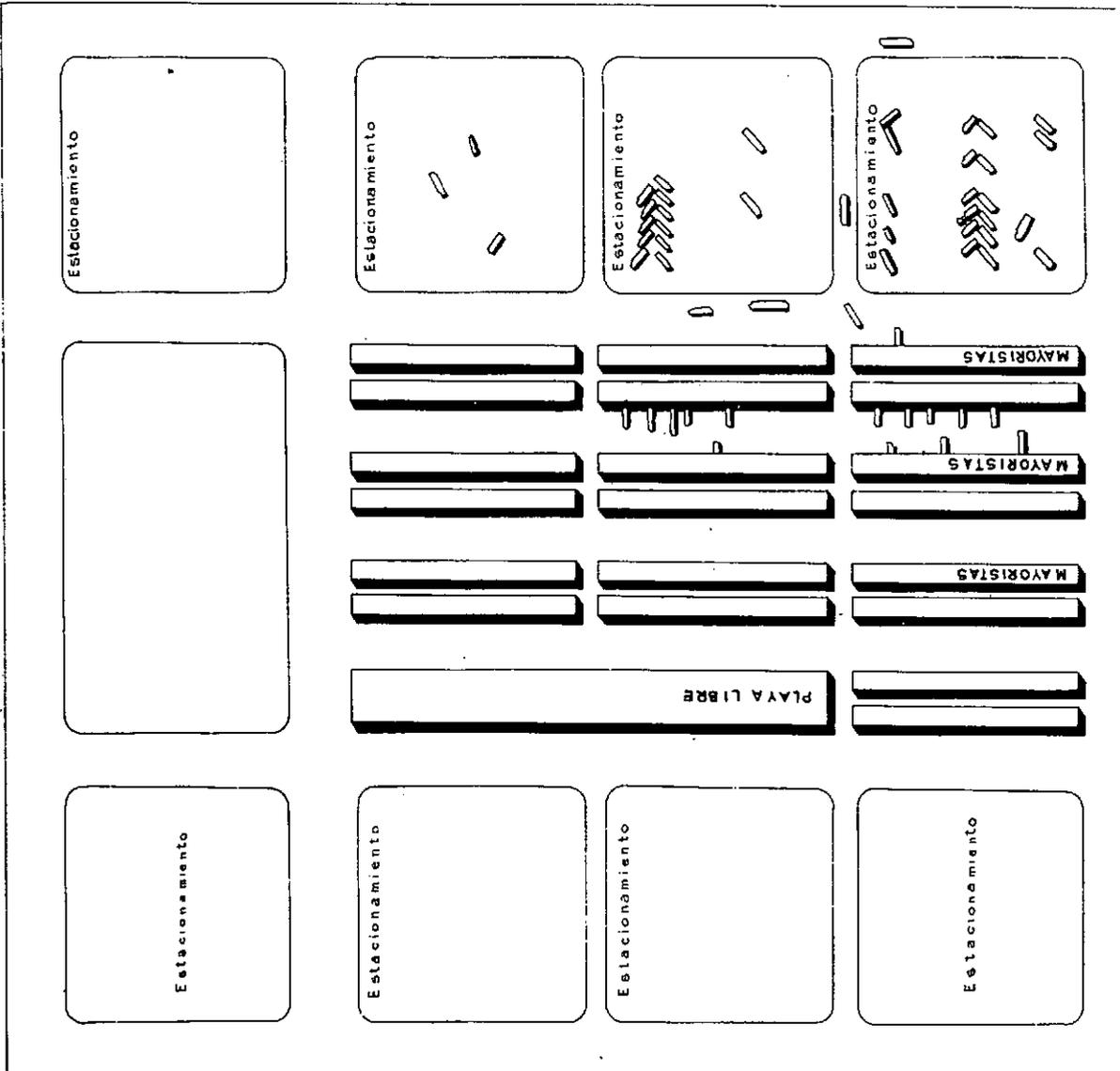
nes de los productos al llegar un camión o un vagón.

- El horario de venta a de ser lo más breve posible (lo que trae como consecuencia que la totalidad de los minoristas puedan estar al mismo tiempo en el mercado), teniendo en cuenta por otra parte las exigencias de los minoristas.

- El horario de funcionamiento tiene también que estar estudiado cada caso en particular. Pensamos sin embargo que el horario que vamos a indicar a continuación puede servir de base a las discusiones:

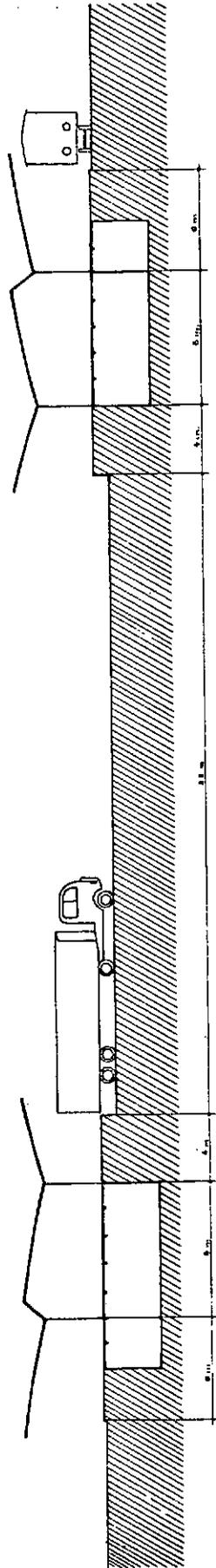
Hora "H" : apertura del mercado a los minoristas
 Hora "H" a Hora "H" + 6 : compras y desaprovechamiento
 Hora "H" + 6 a Hora "H" + 8 : limpieza
 Hora "H" + 8 a Hora "H" + 22 : entradas de camiones y vagones abastec.
 Hora "H" + 20 a Hora "H" + 23: entradas de quinteros
 Hora "H" + 22 a Hora "H" + 24: limpieza-evacuación de vagones y camiones abastecedores
 Hora "H" + 24 : apertura del mercado a los minoristas.

ESQUEMA TIPO B



MERCADO TIPO LINEAL

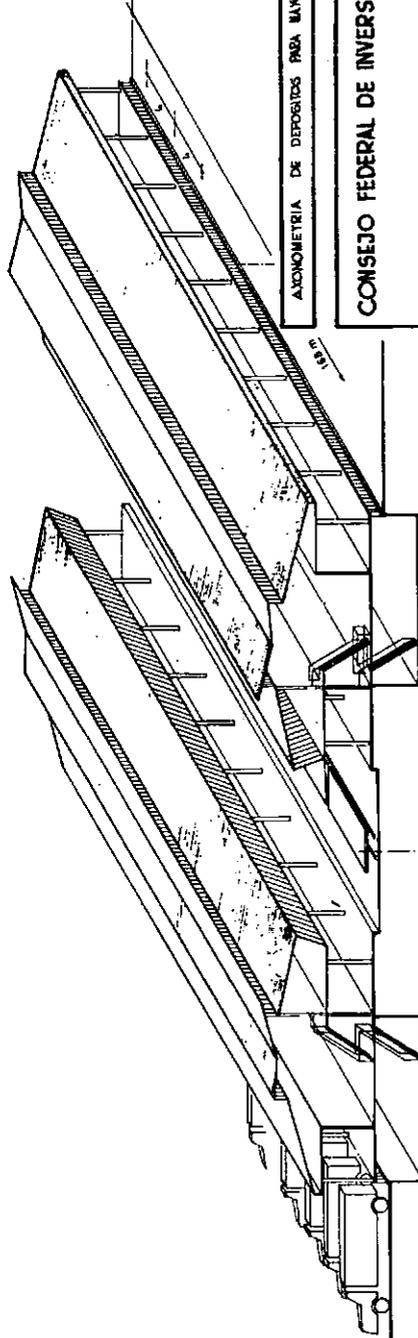
CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES	
Estudio de la:	
COMERCIALIZACION DE LOS PRODUCTOS PARA LA ALIMENTACION	
ESQUEMA	PRIMERA ETAPA : Analisis



CORTE ESQUEMATICO DE UN GALPON PARA MAYORISTAS



CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES	
Estudio de la:	
COMERCIALIZACION DE LOS PRODUCTOS PARA LA ALIMENTACION	
ESQUEMA	PRIMERA ETAPA: Analisis



AXONOMETRIA DE DEPOSITOS PARA MAYORETAS

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

Estudio de la:

COMERCIALIZACION DE LOS PRODUCTOS PARA LA ALIMENTACION

ESQUEMA

PRIMERA ETAPA : Analisis



BAHIA BLANCA

(Indice de Cuadros)

N° 1	- Producción Pesquera. Quinquenio 1957/62	Pág.	38
N° 2	- Valor de la Producción Pesquera. 1957/62	"	39
N° 3	- Venta de Mercaderías por Cajones de Especies y sus correspondientes kilajes.	"	40/1/2
N° 4	- Control de Entradas y Salidas Ciudad de Bahía Blanca Balance del consumo de la ciudad y alrededores. Promedio de un día normal de invierno (en toneladas).	"	108
N° 5	- Control de Entradas y Salidas. Ciudad de B. Blanca Detalle de las Salidas para abastecer a los suburbios de la ciudad	"	109
N° 6	- Control de Entradas y Salidas. Ciudad de B. Blanca Entradas. Promedio diario de los cinco días de encuesta con detalle de origen.	"	110
N° 7	- Control de Entradas y Salidas. Ciudad de B. Blanca Evolución diaria de Redespacho.	"	111
N° 8	- Control de Entradas y Salidas. Días 5 y 6.	"	113
N° 9	- Control de Entradas y Salidas. Día 7.	"	115
N° 10	- Control de Entradas y Salidas. Día 8.	"	117
N° 11	- Control de Entradas y Salidas. Día 9 y 10	"	119
N° 12	- Cotización diaria en el Mercado Municipal de Abasto Meses Septiembre, Octubre y Noviembre 1962	"	121
N° 13	- Producción Anual de cultivos más importantes y épocas de producción. Frecuencia estacional.	"	125
N° 14	- Tasas de crecimiento anual medio de la Pvcia. de Bs. Aires y del Partido de B. Blanca, según los distintos censos.	"	126
N° 15	- Población total de la Pvcia., Región no-conurbana y Partido de B. Blanca, porciento de aumento, tasa de crecimiento anual medio (o/oo) y densidad km ² . 1947/60.	"	127
N° 16	- Población según sexo, total de la Pvcia. de Buenos Aires, región no-conurbana y Partido de B. Blanca, % de aumento y tasa de crecimiento anual medio (o/oo).	"	128
N° 17	- Población total de la Pvcia. de Buenos Aires y del Partido de B. Blanca según censos. Número de habitantes. Densidad por Km ² . Relación Provincia - Partido.	"	129
N° 18	- Componentes del incremento en la población según nacionalidad. Total de la Provincia de Bs. Aires, zona courbana, zona no-conurbana y Partido de B. Blanca año 1947/60.	"	130

N° 19	- Población según nacionalidad. Total de la Provincia de Buenos Aires, Región no-conurbana y Partido de Bahía Blanca. % de aumento y tasa de crecimiento anual medio (o/oo) - 1947/1960	"	131
N° 20	- Población de Ingeniero White. Años 1914 y 1960	"	132
N° 21	- Población de los Centros Urbanos del Partido de Bahía Blanca.	"	133
N° 22	- Población Urbana y Rural del Partido de Bahía Blanca. Años 1947 y 1960	"	133
N° 23	- Cálculo de Población del Partido de Bahía Blanca y tasa de crecimiento	"	134
N° 24	- Cálculo de Población del Partido de Bahía Blanca al 1° de enero.	"	135

(Indice de Planos)

N° 1	- Mercado de Abasto de Bahía Blanca.	"	51
N° 2	- Mercado Cooperativo de Concentración de Producción de Hortícolas.	"	140 a)
N° 3	- Mercado de Concentración de Frutas y Verduras.	"	140 b)
N° 7	- Mercado tipo lineal. Esquema Tipo A	"	159
N° 8	- Mercado tipo pabellón. Esquema Tipo B	"	161
N° 9	- Axonometría de depósitos para mayoristas. Esquema.	"	163
N° 10	- Corte esquemático de un galpón para mayoristas. Esquema.	"	165

(Indice de Mapas)

N° 1	- Rutas de acceso a Bahía Blanca.	"	15
N° 2	- Crecimiento de la Ciudad de Bahía Blanca.	"	21
N° 3	- Densidad de la Población de la Ciudad de B. Blanca.	"	29
N° 4	- Zona de Influencia del Consumo y Abastecimiento local	"	45
N° 5	- Centros de Abastecimiento y Control.	"	91
N° 6	- Origen de los productos comercializados a B. Blanca.	"	105
