

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) - Consejo
Federal de Inversiones - Alsina 1407 - Buenos Aires
República Argentina

05978

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

ANALISIS

SEGUNDA PARTE

**MERCADO DE CONCENTRACION DE LOS
PRINCIPALES CENTROS DE CONSUMO**

TOMO 12

CIUDAD DE CORDOBA

El presente tomo ha sido preparado por el Equipo "Estudio de la Comercialización de los Productos para la Alimentación", bajo la Coordinación del Ingeniero Jean HASDENTEUFEL y la Co-Dirección del Ingeniero Gerard MUNERA -pertenecientes ambos a la Société Centrale pour l'Equipement du Territoire (SCET)-, que cumplieron funciones en el CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES, por el Servicio de Cooperación Técnica del Gobierno Francés.

INDICE GENERAL

DEL TOMO 14

Página

CAPITULO I

INTRODUCCION

I.	Objeto del estudio. Metodología empleada.	1
II.	Organismos que colaboraron con el trabajo.	4
III.	Fuentes de Información.	5

CAPITULO II

CARACTERISTICAS DEL TERRITORIO

I.	Topografía.	7
II.	Situación.	7
III.	Altura.	7
IV.	Descripción.	7
V.	Clima.	8
VI.	Lluvias.	9
VII.	Vientos.	9
VIII.	Sol.	9
IX.	Topografía y servicios esenciales.	9
	A - Transporte urbano.	9
	B - Energía.	10
	C - Teléfonos.	11

CAPITULO III

DEMOGRAFIA

I.	Datos estadísticos.	15
II.	Aspecto educacional.	17
III.	Expansión demográfica.	17
IV.	Influencia del Plan Regulador.	17
V.	Relación viviendas-habitantes.	17
VI.	Consumo.	18

CAPITULO IV

PRODUCCION DEL CINTURON VERDE

I.	Generalidades.	25
II.	Zonas de producción.	25
	A - Verduras y hortalizas.	26
	B - Frutas.	26
	C - Aves y huevos.	26

CAPITULO V

COMERCIALIZACION

I.	Abastecimiento y distribución.	29
	A - Mercado de Abasto.	29
	B - Mercado de Patatas.	30
	C - Mercado Municipal de Aves y Huevos.	30
	1 - Instalaciones.	30
	2 - Actividad.	31
	3 - Zonas productoras.	31
	4 - Conservación de huevos.	31
	5 - Cooperativas.	31
	D - Mercados minoristas.	31
	E - Depósitos particulares.	32
II.	Cierre de la ciudad de Córdoba - Análisis de entradas y salidas de productos alimenticios.	32
	A - Realización práctica del cierre.	32
	B - Análisis de los resultados.	37
	1 - Volumen de los productos.	38
	2 - Análisis de las hortalizas controladas.	51
	2.1 - Comercialización de papa y batata.	52
	2.2 - Zanahoria.	54
	2.3 - Zapallo.	55
	2.4 - Cebolla y ajo.	56
	2.5 - Tomate, pimientos, etc..	57
	2.6 - Verduras de hoja en general.	58
	3 - Observaciones generales sobre el abastecimiento de hortalizas.	60
	4 - Consideraciones generales sobre el tránsito y el redespacho fuera de la ciudad.	63
	5 - Análisis de las entradas de frutas.	64

5.1 - Citrus.	65
5.2 - Manzana.	66
5.3 - Banana.	66
6 - Consideraciones generales sobre el abastecimiento de frutas.	67
7 - Movimiento de vehículos.	69
7.1 - Variación mensual del movimiento de vehículos.	69
7.2 - Distribución del tránsito por las entradas a la ciudad.	70
7.2.1 - Entradas.	70
7.2.2 - Salidas.	75
7.2.3 - Tránsito.	75
7.3 - Promedio de carga de los camiones.	76
7.4 - Horario de movimiento de vehículos.	76
8 - Aves, Huevos y pescado.	78
III. Análisis de la encuesta de comerciantes mayoristas.	79
A - Enfoque general.	79
B - Análisis particular.	81
1 - Locatarios y consignatarios del Mercado.	81
2 - Consignatarios paperos.	95
3 - Comerciantes playeros.	96
4 - Quinteros playeros con puesto fijo.	101
5 - Quinteros en playa libre.	102
C - Conclusiones generales de la encuesta de comerciantes mayoristas de frutas y hortalizas.	103
IV. Anexo a la encuesta mayorista.	119
A - Criterios de análisis.	119
1 - Dimensión de calle comercial.	119
2 - Número de frentes.	120
3 - Oficinas.	120
4 - Agua, teléfono, energía eléctrica, gas.	121
5 - Conservación del remanente.	123
6 - Camiones abastecedores.	123
6.1 - Tipo de camiones.	123
6.2 - Carga unitaria de los camiones.	124
6.3 - Número de destinatarios.	124
6.4 - Forma de descargar.	125
6.5 - Tiempo para descargar camiones de 5 Tn.	125
7 - Carga transportada.	126

CAPITULO VI

PROYECTO DEL MERCADO ESTACION DE CORDOBA

I.	Generalidades para la definición física de un Mercado-Estación.	127
	A - "Filosofía" del Mercado - Elección de un tipo de Mercado.	127
	B - Los dos tipos fundamentales de Mercado - Elección del tipo más adaptado.	129
	C - Dimensionado de los elementos físicos que componen un Mercado-Estación.	130
	1 - Galpones para mayoristas de frutas y hortalizas.	130
	2 - Calles de circulación.	133
	3 - Playas de estacionamiento de vehículos.	134
	4 - Instalaciones de ferrocarril.	134
	5 - Andenes de carga y descarga.	135
	6 - Otras indicaciones.	135
	D - Horario de funcionamiento del Mercado.	136
II.	Elección del lugar.	145
III.	Cálculo de dimensiones de los distintos elementos del Mercado.	146
	A - Galpones mayoristas y playa libre.	147
	1 - Primera categoría.	147
	2 - Segunda categoría.	147
	B - Playas de estacionamiento de vehículos.	148
	C - Ferrocarriles.	148
	D - Galpones para aves y huevos, pescado y frigorífico.	149
	1 - Aves y huevos.	149
	2 - Pescado.	149
	3 - Frigorífico.	149
	E - Agua, electricidad, desagüe; necesidades y posibilidades.	150
	1 - Agua potable e incendio.	150
	2 - Desagües.	151
	3 - Distribución de energía eléctrica para fuerza motriz e iluminación.	151
IV.	Movimiento de tierra - Empalme con las vías férreas y ruterías.	153
	A - Movimiento de tierra.	153
	B - Rutas.	153
	C - Vías férreas.	153
	INDICE DE CUADROS	197
	INDICE DE MAPAS	200
	INDICE DE GRAFICOS	200
	INDICE DE PLANOS	200
	INDICE DE ANEXOS	201

CAPITULO I

INTRODUCCION

I - Objeto del estudio - Metodología 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 la forma 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, al que se agregan otros factores no despreciables, tales como: estado de los caminos, importancia de las cosechas, los cambios en los gustos del consumidor, etc.

Existen varias 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 nuestro alcance. Debe pensarse que nuestro trabajo comprende a once ciudades, 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, registrar durante un cierto período las entradas y salidas de mercaderías de la ciudad considerada, ubicando puestos de control en los caminos de acceso a la misma para certificar la naturaleza, peso, origen y destino

de la carga transportada.

Este 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 debieron ser superados.

En efecto, el cierre, por más perfecto que sea, no puede cubrir la totalidad de las entradas. Existe un gran número de pequeños caminos, generalmente de tierra, 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 desde chacras cercanas a la ciudad. Generalmente se hace una evaluación de este tránsito no registrado en los controles de acuerdo a las características de la ciudad estudiada.

El sistema de "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 estaciones del año, a los efectos de computar las variaciones temporales de la producción y del consumo. Esto fué imposible, por su costo demasiado elevado y la obligación de tener que terminar el estudio en diciembre de 1963. Es así que únicamente se hicieron cierres en invierno o hipótesis para el resto del año, utilizando las estadísticas de consumo de la Dirección Nacional de Estadística y Censos y los datos del Estudio Preliminar y del Primer Cuerpo, sobre las variaciones estacionales del consumo.

Los productos perecederos que se pueden almacenar durante un cierto tiempo (papa, batata, cebolla, manzana en frigorífico, etc.), son capaces de falsear los resultados, ya que dicha mercadería puede ser concentrada y escapar al control efectuado en un corto período de tiempo. De todas maneras, hemos podido comprobar en el transcurso de dos cierres de una semana (Córdoba y Rosario), cambiando ideas con los mayoristas del ramo, que dado la regularidad del consumo de estos productos en el transcurso del año, (excepto tal vez la manzana) y el interés de los mayoristas de no tener capital inmovilizado, la renovación de los stocks se hace rápidamente y casi en forma constante. Es así que podemos decir que con un cierre de tres días se puede tener una idea bastante aproximada del consumo correspondiente.

En el transcurso de una semana, hay días de comercialización más y menos fuertes. En general, los días más fuertes son lunes y viernes. Conviene entonces elegir para días de cierre, por lo menos un día fuerte, para poder hacer comparaciones con los normales y de bajo promedio.

Existe la posibilidad de eliminar un gran número de los errores, que las dificultades prácticas ya detalladas pueden ocasionar. Esta consiste en complementar el cierre, realizado en puestos externos a la ciudad, con el control simultáneo del barrio del Mercado mayorista más importante, al cual debe llegar el mayor porcentaje de la mercadería que entra en la ciudad.

El control simultáneo del Mercado de Abasto se justifica por varias razones, a saber:

El Mercado no representa la totalidad de las operaciones de venta al por mayor, dado que algunos productores y acopiadores venden directamente a ferias minoristas y que algunos depósitos, frigoríficos y maduraderos lo hacen a camiones distribuidores, en proporciones importantes, generalmente papa en el Mercado de concentración de dicho producto;

Es sabido que las estaciones ferroviarias y los puertos fluviales y marítimos, cuando los hubiere, deben ser controlados de la misma manera durante el tiempo de la encuesta. Puede ser una fuente de error, que este movimiento es mucho más irregular que el de camiones, pero se puede fácilmente establecer si los resultados corresponden a promedios o a extremos. Además, este transporte pocas veces supera el 20% de las entradas totales;

Aun cuando la venta al por mayor se realiza en el Mercado de Abasto, el movimiento de la mercadería no es directo, ya que al entrar a la ciudad, algunos productos se almacenan en galpones, para ser llevados ulteriormente al Mercado. Esto significa que las entradas a la ciudad pueden presentar grandes irregularidades, que se manifiestan en el abastecimiento regular que cumple un mercado mayorista. El conocimiento simultáneo de las entradas al Mercado y de las entradas a la ciudad, presenta, entonces, una particular significación.

El cierre suministra el detalle de la mercadería entrada y salida, y también su procedencia y destino, ya que se pide este dato a los choferes de los camiones (ver formulario de encuesta).

Nos falta entonces, estudiar la comercialización propiamente dicha, que se divide en dos partes; comercialización mayorista y comercialización minorista.

Con respecto a la segunda, no la encararemos en este capítulo ya que se estudia en el Tomo VI del presente trabajo. Acotaremos solamente, que dicho estudio se hace tomando como base en cada ciudad un muestreo de minoristas y se lo encuesta.

En cuanto a la comercialización mayorista, hemos pensado que lo más simple era entrevistar el mayor número posible de mayoristas de cada ciudad, por lo menos el 50%, y hacerles preguntas sobre sus formas de trabajar.

El formulario de encuesta correspondiente, sirvió como base de discusiones entre el encuestador y el mayorista. Es un formulario bastante completo, que permitió además cotejar los datos obtenidos con el cierre.

Una encuesta tarda generalmente de treinta a cuarenta y cinco minutos, lo que exige por parte de la persona entrevistada un alto grado de colaboración para la labor a realizar. El rol personal del entrevistador es fundamental y la tarea se realizó siempre con un mismo grupo de trabajo, que una vez interiorizado sobre la técnica del comercio a estudiar, realizó las encuestas en todas las ciudades del país.

La única dificultad que se encontró, fué que algunos mayoristas que sospechaban del objeto y fin del estudio. Por tal motivo nos suministraron datos falseados, para disimular el volumen real de su comercialización. De todos modos, esto se pudo superar fácilmente ya que las mismas preguntas fueron hechas bajo distintas formas, lo que permitió hacer comprobaciones (por ejemplo el volumen comercializado se puede deducir ya sea de la pregunta directa, ya del número de camiones y vagones recibidos, ya del tonelaje diario mínimo y máximo, y del número de días de actuación, además de que el mismo está vinculado con el número de empleados). También los resultados de la encuesta de cierre de ciudad dan elementos de juicio para estimar los de la encuesta mayorista.

En conclusión, para cada ciudad hemos podido hacer un estudio bastante coherente, que finalizó, además, con unas indicaciones sobre la eventual realización de un nuevo Mercado de Abasto.

II - Organismos que colaboraron con el trabajo

Se recibió la más amplia colaboración de los siguientes organismos y personas:

Municipalidad de la Ciudad de Córdoba.

1. - Miembros del Departamento Ejecutivo
2. - Ex funcionarios
3. - Reparticiones:
 - a) Dirección de Rentas
 - b) Contaduría General

- c) Dirección de Protección a la Salud
- d) Dirección de Ferias y Mercados
- e) Dirección de Catastro
- f) Dirección de Estadística
- g) Dirección de Urbanismo

Instituciones y Funcionarios Oficiales

- 1. - Federación Agraria Argentina - Filial Córdoba
- 2. - Asociación de locatarios del Mercado de Abasto
- 3. - Asociación de Playeros del Mercado de Abasto
- 4. - Comandante del III Cuerpo de Ejército
- 5. - Gendarmería Nacional
- 6. - Policía de la Capital
- 7. - Dirección de Estadística de la Provincia.

III - Fuentes de Información

Se contó con los siguientes elementos de información:

Estadísticos:

- De producción: por zona de producción y por producto;
- De transporte ferroviario: por producto, líneas y estaciones;
- De movimiento de mercaderías de algunos mercados -generalmente 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 (Dirección Nacional de Estadística y Censos).

Trabajos publicados:

- "Estudio Preliminar de la Comercialización de los Productos de la Alimentación para la Capital Federal y el Gran Buenos Aires", CFI, 1960;
- Primera y Segunda parte del presente trabajo.

CAPITULO II

CARACTERISTICAS DEL TERRITORIO

I - Topografía

Ubicada a escasos kilómetros de serranías importantes, la ciudad de Córdoba recoge las últimas estribaciones de las mismas, configurando un plano totalmente irregular.

II - Situación

Está situada a los 31° 24' de latitud Sur, 14° 11' de longitud Oeste del Meridiano de Greenwich y a 5° 50' de longitud de la ciudad de Buenos Aires, de la que se encuentra separada por 622 kilómetros.

III - Altura

La plaza San Martín, centro geográfico de la ciudad, donde se encuentra el kilómetro 0, está situada a 389,26 metros sobre el nivel del mar y el Observatorio Meteorológico a 423 metros de altura.

IV - Descripción

El centro de la ciudad, cuyos orígenes se remontan a su fundación, está ubicado en las cercanías del Río Primero, que la cruza en toda su extensión. A vuelo de pájaro ofrece la perspectiva de una gran olla, cuyo fondo es el centro. Hacia su periferia se van encontrando mayores alturas, fundamentalmente hacia el norte y oeste. Sus 576 kilómetros cuadrados ofrecen un profuso panorama de barrancas, planicies y profundos cañadones, que obstaculizan u orientan la urbanización de la ciudad. Se adjunta en el presente estudio un plano altimétrico de la ciudad.

El progresivo e insistente desarrollo urbanístico, va puliendo paisajes abruptos convirtiéndolos en zonas de pendiente reducida, rellenando terrenos bajos y rebajando alturas, que se transforman en barrios residenciales de moderna construcción y avanzado estilo arquitectónico.

Según se observa en los planos que muestran el progresivo desarrollo urbanístico de Córdoba, el sentido del mismo es completamente irregular. Sectores alejados del centro han tenido una rápida evolución como el caso del sector noroeste, fundamentado en su ubicación próxima a centros de veraneo y sobre rutas de acceso a la zona turística.

Mientras tanto, otras áreas extensas y próximas al centro, han permanecido estancadas en este aspecto. Ello obedece a varias razones entre las cuales podemos mencionar: topografía irregular, que encarece la preparación de los terrenos para transformarlos aptos a la urbanización; especulación de los propietarios de tierras, que esperaban y esperan el mayor valor de las mismas por el progreso de la urbanización en las más lejanas y las que las contornan, para proceder posteriormente a urbanizarlas y lotearlas a mayor precio; loteos injustificados en zonas muy alejadas del centro del municipio, sin ningún control ni limitación de la autoridad municipal, que pudo haber previsto la puesta a disposición de la urbanización de sectores más cercanos; instalación de industrias importantes, que crearon la demanda de habitaciones en sus cercanías o que alentaron la urbanización en sus proximidades; etc.

Así es dable observar, en la periferia del casco céntrico, cinturones destinados a quintas o labores agrícolas, delimitados con sectores urbanizados. Es evidente que resulta fácil pronosticar la paulatina desaparición de estos cinturones ante el progreso de la urbanización.

Recientemente Hidráulica Provincial ha dictado una resolución por la cual advierte que todos los canales de riego comprendidos dentro de la Avenida de Circunvalación proyectada serán anulados. Tal medida tiende a provocar el traslado de las quintas fuera del llamado Gran Casco de la ciudad.

V - Clima

La ciudad de Córdoba goza de un clima templado, con una temperatura media de 17° anual. El mes más cálido es enero, la media es de 23°, siendo julio el mes más frío con 10°,1. La oscilación diurna es pronunciada en los meses de enero y agosto, donde el termómetro alcanza un promedio de 15°,3 y 16°, respectivamente. Por tal motivo las noches de verano son relativamente frescas (mínima media en enero 15°) y las horas del día en invierno, por la misma razón, relativamente templadas (máxima media de agosto 20°).

VI - Lluvias

La precipitación media anual es de 695 milímetros, lloviendo copiosamente en verano, siendo el mes de diciembre el que presenta una media mayor con 111 mm. Por el contrario, junio es el menos lluvioso con una media de solo 9 mm. En los meses de octubre a abril caen 601 mm., lo que señala a dicho período como concentración de las precipitaciones pluviales, ya que representa el 86% del total anual. El promedio de días que llueve por año es de 60. Estos son más frecuentes en verano que en invierno, en enero ocho días y dos en julio. La nieve es muy rara, al igual que el granizo.

VII - Vientos

Los vientos más frecuentes soplan del sector noroeste (234 veces en 1.000 observaciones), siguiendo en orden los vientos que corren del sur (158 veces en la misma proporción).

Las calmas son frecuentes en mayor índice y se producen preferentemente de mañana (349 sobre 1.000 observaciones). La velocidad de los vientos a las 9 horas da una media de 5,5 km/h, mientras que en horas de la tarde alcanza una media de 12,1 km/h, decayendo durante la noche.

VIII - Sol

El sol brilla durante 7,10 horas por día de promedio, oscilando de 5,35 horas en junio a 8,50 horas en diciembre. La proporción de horas de sol efectivas, con respecto a las que teóricamente son posibles si el cielo estuviese siempre despejado, da una media del 60%.

IX - Topografía y servicios esenciales

Señalemos por último, que por su configuración irregular, unida al heterogéneo trazado urbano y la disimil densidad de población de sus distintos sectores, traen aparejados sucesivos trastornos para la prestación de servicios esenciales (obras sanitarias, energía eléctrica, transporte urbano, limpieza de la ciudad, etc).

A - Transporte Urbano

La considerable extensión del éjido municipal y su heterogénea distribución, se traduce en la complejidad del transporte urbano. Según datos del año 1960, hubo más de 15 millones de kilómetros recorridos por las empresas de transporte, que movilizaron en ese año más de 86 millones de pasajeros.

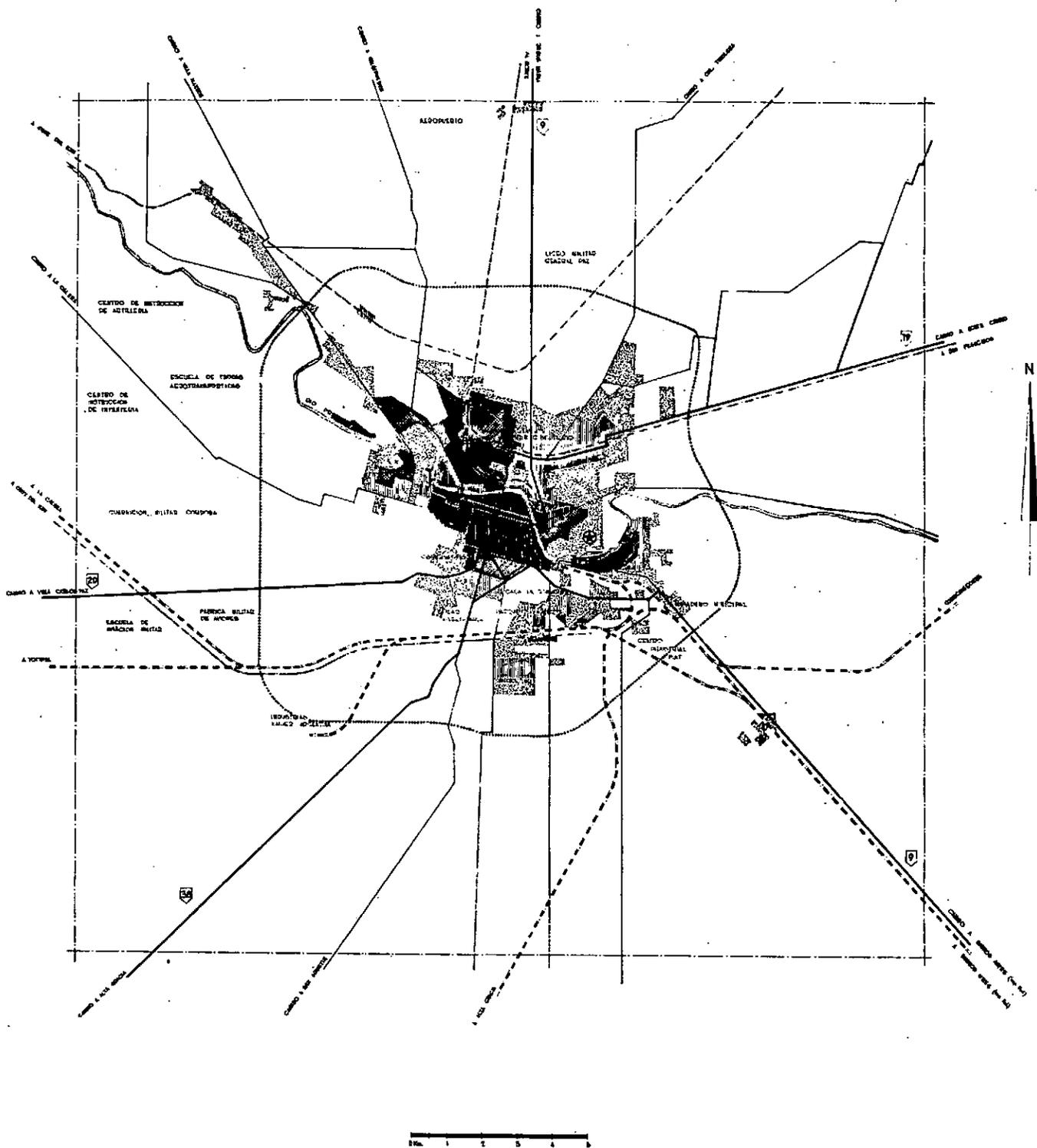
B - Energía Eléctrica

En el año 1960 la ciudad contaba con 125.222 consumidores, distribuidos de la siguiente manera: residencial 102.800; comercial 18.127; industrial 2.921; Gobierno y varios 1.374

C - Teléfonos

A fines de 1960 Córdoba tenía 37.721 teléfonos, que significaba el 3,10% del total instalado en el país. La insuficiencia de su servicio surge de la simple comparación con Rosario, que a igual fecha contaba con 67.488 aparatos o sea el 5,55% del total del país.

Advertencia: Todo cuanto mencionamos es imprescindible tomarlo en consideración según el propósito del presente estudio. La comercialización de productos perecederos está profundamente afectada por las consecuencias de orden demográfico y topográfico, y las perspectivas de su futuro mediano influyeron considerablemente en las conclusiones a que se ha arribado para la correcta planificación del abastecimiento de la actual y futura ciudad de Córdoba.



DEPENDENCIAS

- TROCELA MEDIA
- TROCELA ESCUELA
- RED NACIONAL
- RED PROVINCIAL
- CAMINO DE TIERRA
- PERIMETRO DE OBSERVACION

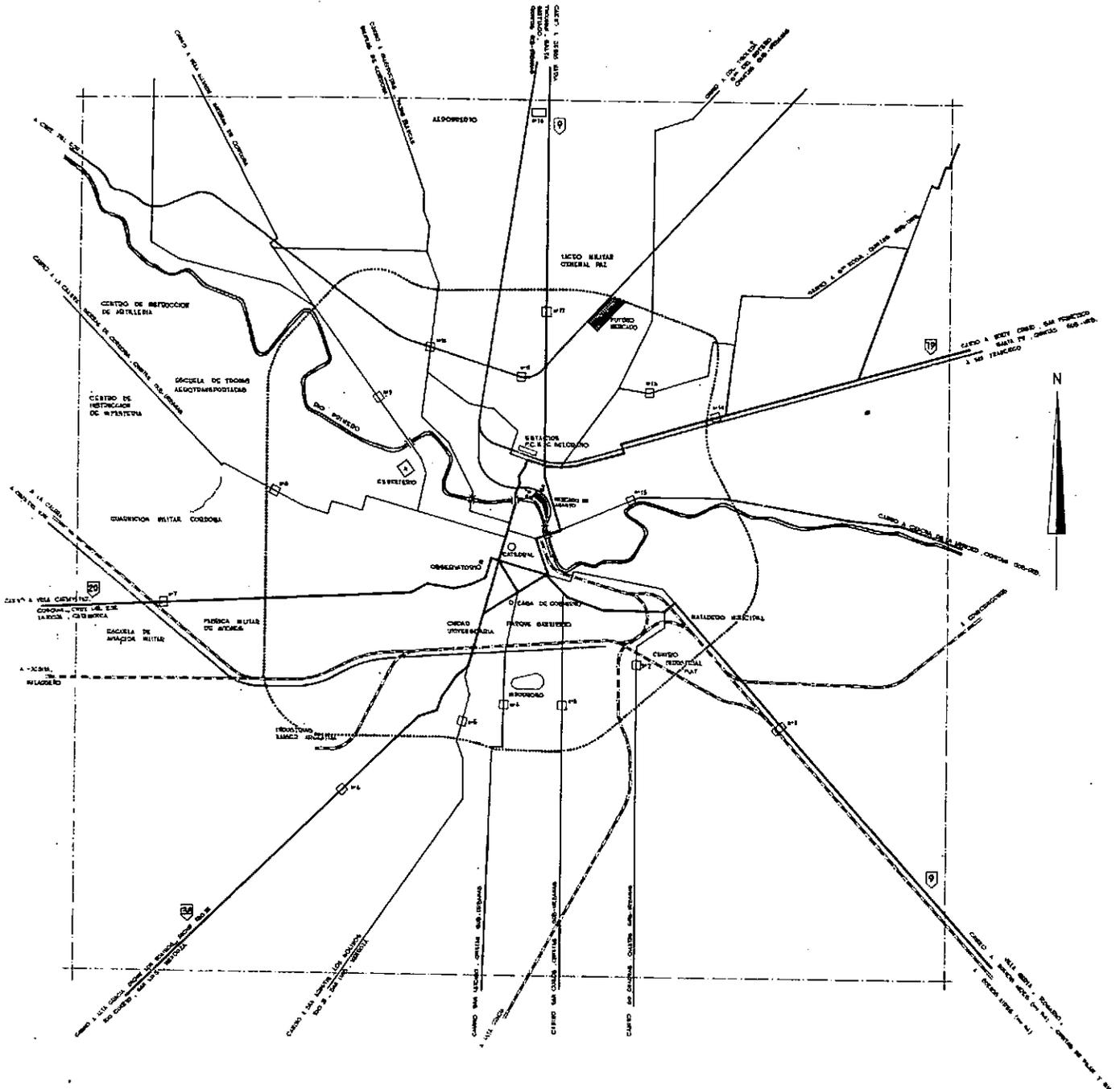
- FUNDACION AÑO 1676
- EXPANSION AÑO 1877
- CRECIMIENTO AÑO 1964
- CRECIMIENTO AÑO 1976
- CRECIMIENTO AÑO 1978
- CRECIMIENTO AÑO 1977
- CRECIMIENTO AÑO 1974

CRECIMIENTO DE LA CIUDAD DE CORDOBA

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

Estudio de la:
COMERCIALIZACION DE LOS PRODUCTOS PARA LA ALIMENTACION

MADA PRIMERA ETAPA: Analisis
 N° 1



- REFERENCIAS**
- LINEA NACIONAL
 - LINEA PROVINCIAL
 - LINEA LOCAL
 - LINEA DE FERROCARRIL
 - LINEA DE TERRENO
 - LINEA DE DISTRIBUCION
 - PUESTOS DE CONTROL



RUTAS DE ACCESO A LA CIUDAD DE CORDOBA

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

Estudio de la:

COMERCIALIZACION DE LOS PRODUCTOS PARA LA ALIMENTACION

MAPA N° 2 PRIMERA ETAPA: Analisis

CAPITULO III

DEMOGRAFIA

I -- Datos estadísticos

Córdoba ofrece la característica de ser un centro urbano que en los últimos decenios experimentó un rápido ascenso en su índice demográfico, donde la inmigración ejerció notable incidencia, superando el crecimiento vegetativo y provocando distorsiones en la pirámide de las edades.

Tenemos un medio de comparación para medir este fenómeno. Para ello, observemos en el cuadro siguiente como ha aumentado la población de la ciudad de Córdoba en relación con el total de la provincia:

Población de la ciudad de Córdoba en relación con el total de la Provincia, según los cinco censos nacionales.

CUADRO Nro. 1

Censo	Población		Porcentaje
	Provincia	Capital	
Año 1869	210.508	34.458	16,36
Año 1895	351.223	54.763	15,59
Año 1914	735.472	134.935	18,34
Año 1947	1.497.987	386.828	25,82
Año 1960	1.759.571	589.153	33,48

El censo de 1960 dió una población de 589.153 habitantes, entre argentinos y extranjeros, distribuidos en dieciocho secciones:

CUADRO Nro. 2

Sección	Varones	Mujeres	Argentinos	Extranjeros	Total
1ra.	6.960	8.556	13.991	1.525	15.516
2da.	4.436	5.168	8.211	1.393	9.604
3ra.	9.517	10.979	19.023	1.473	20.496
4ta.	11.058	12.383	21.716	1.725	23.441
5ta.	21.049	22.445	41.011	2.483	43.494
6ta.	18.147	21.145	35.501	3.791	39.292
7ma.	18.882	21.939	37.784	3.037	40.821
8va.	15.655	16.524	28.863	3.316	32.179
9na.	27.486	29.180	52.245	4.421	56.666
10ma.	22.802	24.757	45.341	2.218	47.559
11ra.	27.634	28.239	52.392	3.481	55.873
12da.	13.426	14.346	25.693	2.079	27.772
13ra.	34.073	35.396	64.786	4.583	69.469
14ta.	11.382	12.485	21.478	2.389	23.867
15ta.	14.279	14.492	27.312	1.459	28.771
16ta.	10.603	10.445	19.829	1.229	21.058
17ma.	7.048	6.746	13.019	775	13.794
18va.	12.512	6.969	18.869	612	19.481

Los estudios realizados han tomado como base los censos practicados en los años 1947 y 1960, que son técnicamente aceptables. Se estimó la población para futuros decenios, que llevarían a Córdoba a contar con 900.000 habitantes en 1980 y 1.200.000 en el año 2.000.

Debemos puntualizar que estas cifras se ven afectadas por el factor migratorio, cuyo mantenimiento está condicionado al nivel de expansión industrial y comercial que haya en los períodos señalados. Una contracción brusca de este factor perjudicaría el grado de crecimiento demográfico obtenido, y por lógica su proyección hacia el futuro.

Las estadísticas sobre nacimientos, matrimonios, mortalidad general y mortalidad infantil, han sido publicados por la Dirección de Estadística Provincial.

La composición de la población por ocupaciones no ha sido posible estructurarla por carecerse de datos, ante la insuficiencia de información estadística.

La proyección poblacional de Córdoba fué base importante para la realización del Plan regulador de la ciudad, proyectado por Arquitectura y Urbanismo de la Municipalidad y cuyas conclusiones más destacadas se encuentran en este estudio. (Gráfico 1, 2 y 3).

La clasificación por edades no fué posible prepararla por no existir estadísticas oficiales o privadas.

II - Aspecto educacional

En el año 1960 Córdoba contaba en los tres grados de la enseñanza con los siguientes establecimientos y alumnos: primaria, 2.097 establecimientos y 256.090 alumnos; secundaria, 315 establecimientos y 42.085 alumnos y universitaria, 19.271 alumnos.

III - Expansión demográfica

Se acompañan mapas progresivos de la expansión urbanística y densidad de la población de la ciudad, que muestra su crecimiento desde su fundación hasta el año 1956. En ellos es dable observar la naturaleza del crecimiento urbano, mientras que las razones de su distribución se mencionan en el punto siguiente.

IV - Influencia del Plan Regulador

Hay en vigencia un Plan Regulador de la ciudad y correlativas ordenanzas municipales, que orientarán en el futuro la distribución de la población. Dentro del sector delimitado por la Avenida de Circunvalación se pretende erradicar todas las industrias. A tal efecto, no se permite la instalación de nuevas y existe un plazo de diez años para el traslado fuera del mismo de las que actualmente hay.

Fuera de la Avenida de Circunvalación, y enmarcada por los 24 kilómetros por lado, del cuadrado que es el éjido municipal, está ubicada la zona industrial y dentro de ella no se admiten nuevos loteos para urbanización, salvo aquellos que corresponden a casas-habitaciones de las mismas plantas industriales.

De cualquier manera, fuera de la Avenida de Circunvalación ya hay importantes sectores urbanizados y poblados, que no podrán en forma alguna ser radiados, y menos aún, frenados en su expansión.

V - Relación viviendas-habitantes

Como dato de interés, para ser comparado con ciudades de igual

o parecida significación, acordamos que en el año 1960, sobre una población de 589.153 habitantes, existían 126.385 viviendas con 432.801 habitaciones, que daba un porcentaje de 4,86 habitantes por vivienda.

VI - Consumo

El volumen del consumo de la ciudad se estima con los datos suministrados directamente por los abastecedores y productores, y fundamentalmente, con el resultado del análisis de la encuesta de cierre de ciudad.

Córdoba cuenta con una distribución heterogénea de su población, de acuerdo a sus ingresos. Por ello es distinto el consumo de determinados productos, según como se realice el menú familiar. Así tenemos barrios nuevos, ubicados en seccionales como la 14° y la 6°, constituidos por poblaciones de nivel de ingresos superior a los que podemos encontrar en las seccionales 5° y 11°.

A la vez, señalemos, que los hábitos de trabajo de los sectores comerciales e industriales no plantean los problemas de ciudades como Buenos Aires, donde una gran masa fluctuante almuerza en bares o restaurantes. En Córdoba, la mayoría de su población, y en elevado porcentaje, se alimenta en sus hogares.

Por ello, solamente cuenta con 820 bares, 7 bares lácteos, 225 confiterías, 20 comedores, 15 parrillas, 28 pizzerías y 45 restaurantes, de movimiento poco significativo, de acuerdo al total de la población.

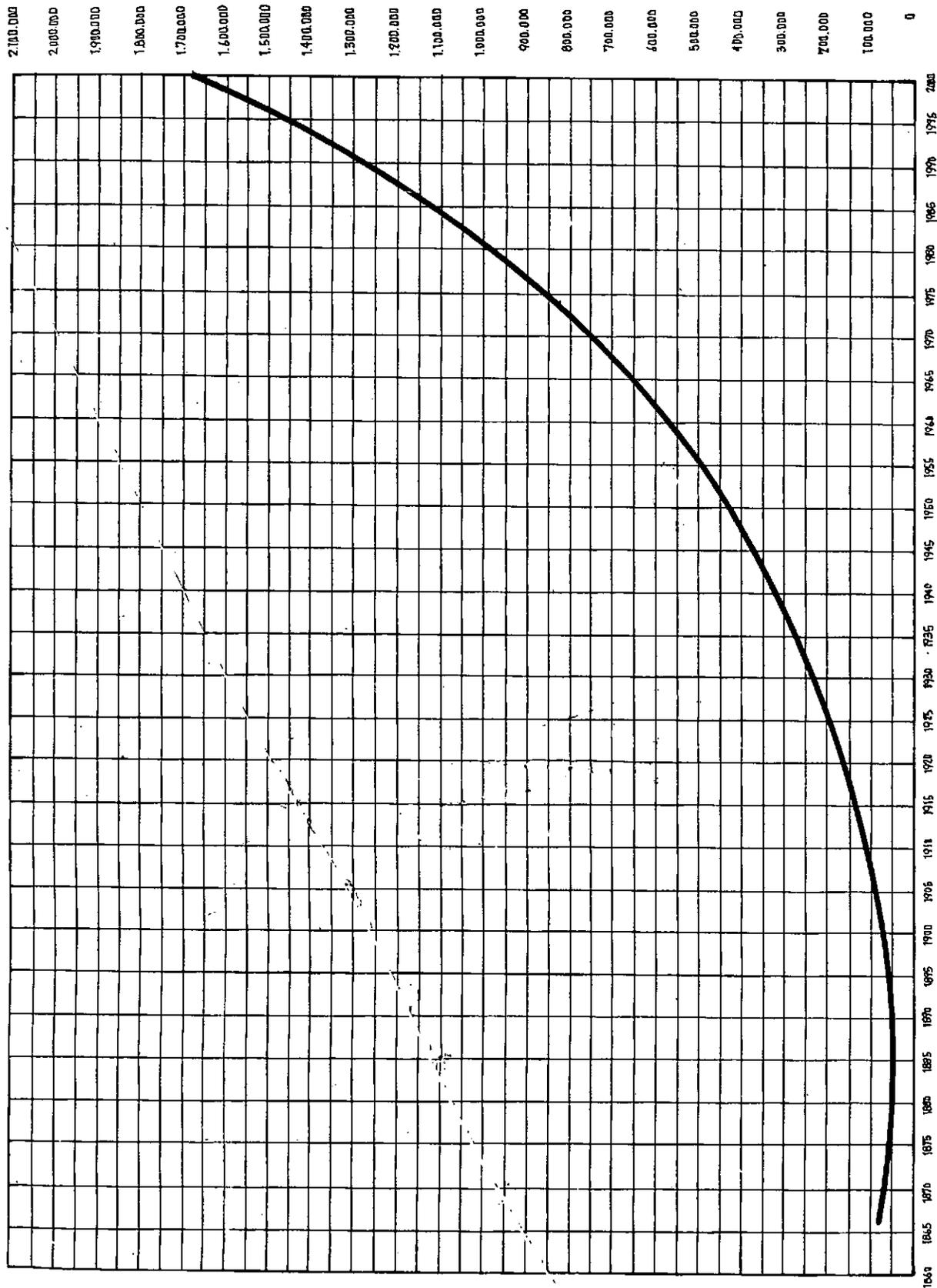
Son pocos los establecimientos industriales que posean comedores para su personal.

Señalemos, finalmente, que en los últimos años se ha observado un incremento considerable de población que se alimenta fuera de sus hogares, pero sin constituir una tónica dominante. Ello es debido, insistentemente, a la modalidad comercial e industrial imperante en el medio, con supremacía del horario discontinuo en la jornada de trabajo.

POBLACION DE LA CIUDAD DE CORDOBA

GRAFICO Nº 1

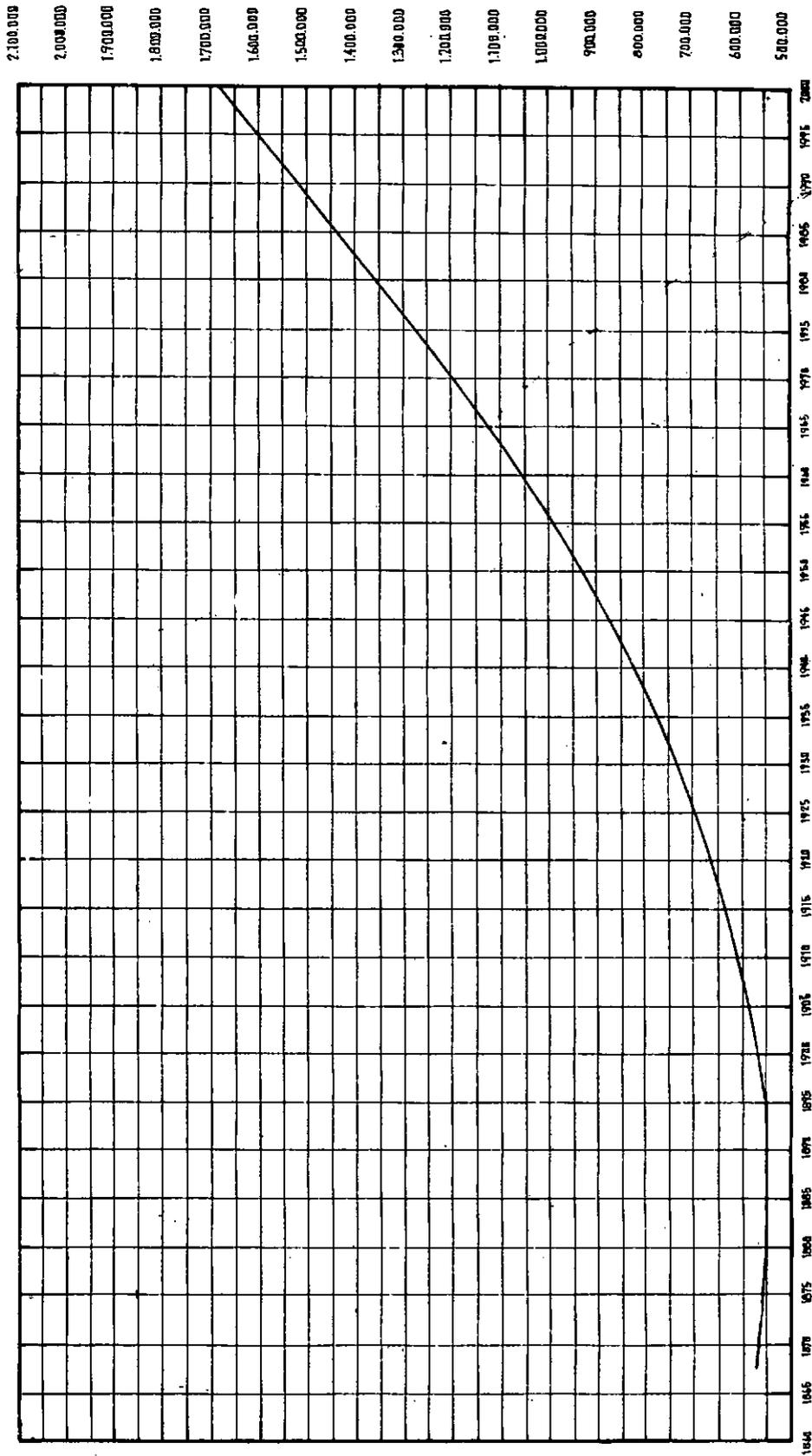
CALCULO A PARTIR DE 1956 POR LA FORMULA $P_{1956} + h = P_{1956} (1.0273)^h$



POBLACION DE LA CIUDAD DE CORDOBA

GRAFICO N° 2

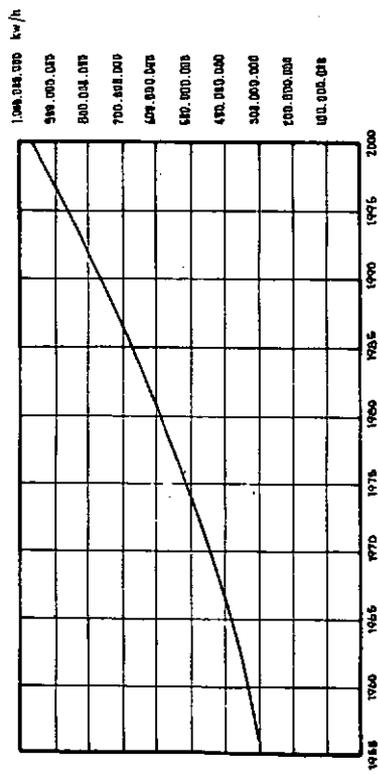
CALCULO A PARTIR DE 1956 POR LA FORMULA $P_{1956} + h \cdot \frac{P_{1956} - P_{1947}}{1956 - 1947} \cdot h$



EVOLUCION DE LAS NECESIDADES URBANAS DE LA CIUDAD DE CORDOBA.

ENERGIA ELECTRICA.

Consumo anual en kw/h ampaes/habitante



MERCADOS.

Superficie necesaria 0,2 m²/habitante

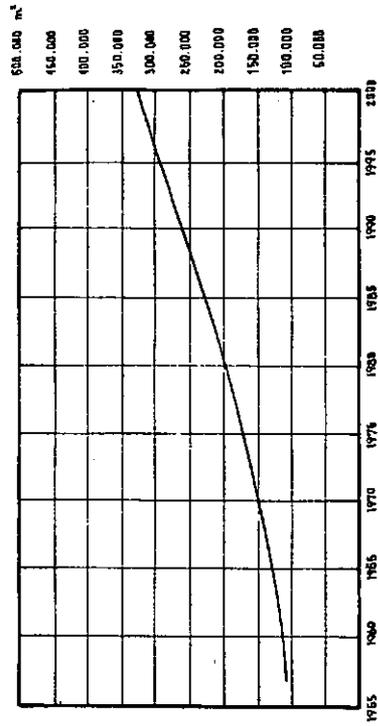
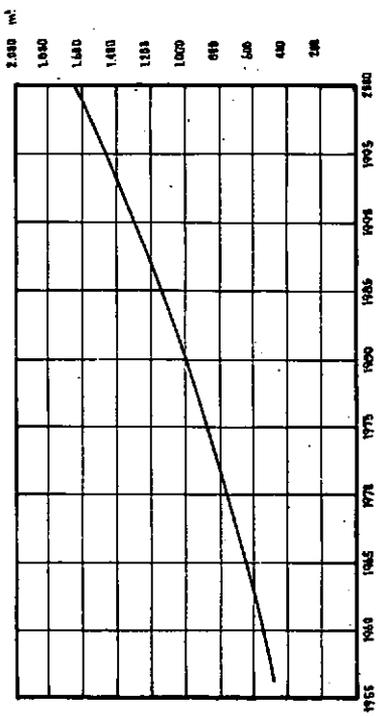


GRAFICO Nº 3

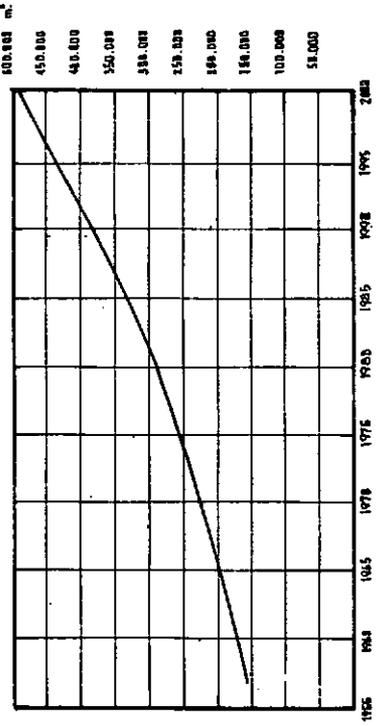
RESIDUOS.

Recolección diaria 0,001 m³/habitante

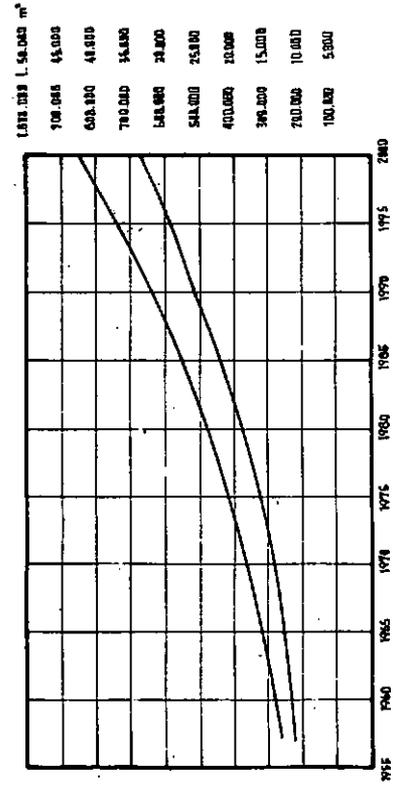


SUMINISTRO DE AGUA.

Consumo diario 0,2 m³/habitante

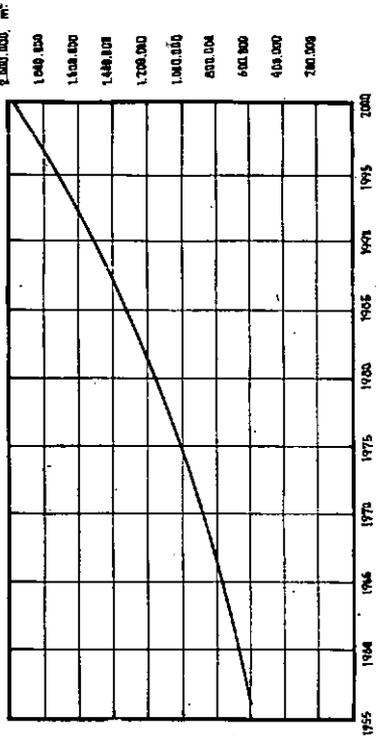


LECHE. Consumo diario 0,6 lit/habitante. PLANTAS DE TRATAMIENTO. Superficie necesaria 400 m²/10,000 lts.



CEMENTERIOS.

Superficie necesaria 1,2 m²/habitante



CAPITULO IV

PRODUCCION DEL CINTURON VERDE

I - Generalidades

No se ha encontrado ninguna información oficial sobre el volumen y tipos de producción de productos alimenticios perecederos, objeto del presente estudio. Se ha debido proceder a realizar encuestas con los asociados de la Federación Agraria de Córdoba, que son productores, - quinteros; de la Asociación de Locatarios y Puesteros del Mercado de A basto y de la Asociación de Playeros del mismo mercado.

Ninguna institución pública realizó estudios sobre estos aspectos. Los datos obtenidos deben ser cotejados con otros elementos de juicio, para darles carácter de válidos. Las entidades encuestadas no poseen registros de la producción de sus asociados que estén confeccionados con sentido científico y que permitan tomarlos como rigurosamente ciertos.

A su vez, la percepción fiscal sobre la producción de estos productos está viciada por la fuerte evasión de que es objeto, y los informes que el fisco suministra tampoco constituyen una fuente absolutamente veráz.

Cabe hacer notar, que las areas cultivadas varían permanentemente, como consecuencia de la habilitación de nuevas zonas o la desaparición de otras, por razones de urbanización.

De todos modos, estimamos que las informaciones que se encuentran agregadas, ofrecen un panorama realista, ya que fueron depuradas y saneadas por comparaciones con las formuladas por sectores diferentes, como ser: productores y distribuidores.

II - Zonas de producción

Tiene gran importancia para el abastecimiento de la ciudad, la

producción de su cinturón verde. El lago San Roque, ubicado a 30 kilómetros al oeste del límite del radio urbano, en las sierras de Córdoba, cuenta con un sistema de irrigación, con una capacidad de 18.000 hectáreas, de las cuales se estima que 15.000 son destinadas a la producción de artículos de nuestro estudio. Hay 2.500 productores, con una producción estimada en 300.800 toneladas anuales.

Las principales zonas de producción se encuentran extendidas en la parte norte y este de la ciudad, siguiéndola en importancia la zona sur. El oeste es de muy poca producción, por la mala calidad de sus tierras, en comparación con las anteriores, y la carencia de riego.

Hay otras zonas de producción en la provincia que remiten sus productos a la ciudad de Córdoba, son las ubicadas en Río Primero, Pilar, Cruz del Eje, Deán Funes y Colonia Caroya.

Se acompaña el mapa Nro. 4, con la ubicación de las principales zonas quinteras de la ciudad.

A - Verduras y hortalizas

La producción de las quintas y huertas del cinturón verde, prácticamente alcanza para el abastecimiento total de la población de la ciudad pueblos y ciudades vecinas, y da lugar también a que algunos productos como cebolla, ajo, apio, batata y zanahoria, se destinen a otras regiones, como las provincias de Buenos Aires y Santa Fe.

B - Frutas

La producción del cinturón verde sólo tiene importancia en la época de verano, en que abastece durazno, ciruela, damasco, melón, sandía etc.

C - Aves y huevos

La creciente instalación de mataderos y frigoríficos, fomenta el desarrollo de esta actividad, que ha llegado a tener considerable impulso. Los datos cuantitativos están insertos en el estudio y sus posibilidades de expansión son promisorias, por cuanto las condiciones climáticas del medio favorecen en alto grado el desenvolvimiento de esta actividad.

La instalación de frigoríficos especialmente destinados a ese fin, coadyuvará al incremento de esta industria, debiendo mencionarse actualmente a dos de ellos que cumplen técnicamente con la función a que están dedicados. Estimamos que su número es insuficiente para las ac -

tuales necesidades de los productores, estando en estudio la instalación de otros. Durante las épocas de escasez de productos, se traen huevos de Santa Fe y Entre Ríos, principalmente.

Para terminar, diremos que los productores de aves y huevos es tán agrupados en dos cooperativas: C.A.P.Y.A. (Cooperativa Avícola de Productores y Afines Ltda.) y Cooperativa Cordobesa de Productores y Distribuidores de Aves y Huevos.

CAPITULO V

COMERCIALIZACION

I - Abastecimiento y distribución

El principal centro de abastecimiento y distribución está constituido por el Mercado de Abasto, siguiéndole en importancia el Mercado de Patatas y los mercados minoristas y Municipal de Aves y Huevos.

A - Mercado de Abasto

Instalado actualmente en pleno corazón de la ciudad como se puede ver en el mapa Nro. 6, su ubicación ofrece múltiples inconvenientes tanto funcionales como urbanísticos. Cercado por terrenos totalmente urbanizados, no posee capacidad de expansión para adecuarse a las exigencias de la ciudad. También ofrece serias dificultades a sus usuarios. Los productores deben transitar calles urbanas de tránsito complejo, careciendo de comodidades para el estacionamiento de los vehículos de carga; los abastecedores disponen de locales precarios, de acuerdo a la moderna técnica de mercados e insuficiencia de espacio, etc.

Asimismo la ciudad en general soporta la realización de una actividad que debe estar alejada de su centro urbano, por las complicaciones de tránsito. La rémora edilicia para esa parte de la misma y la permanente presencia de problemas de sanidad pública, por la deficiencia de las construcciones e instalaciones sanitarias.

Se encuentra ubicado en el sector norte de la ciudad, a diez cuadras de pleno centro. Se construyó en tres etapas: la primera en el año 1929, luego en 1943 se amplió y la última en 1960. Se estima en 11.000 metros cuadrados la superficie destinada a puestos mayoristas y sótanos.

El 29 de diciembre de 1962 fué destruído casi totalmente por un

incendio. En la actualidad se está finalizando su reconstrucción, hecha con miras a un temporario uso por las razones expuestas más adelante.

Cuenta con 15.000 m². de playas de estacionamiento y sus accesos son dificultosos, pues está instalado en una zona barrancosa, con pronunciados desniveles.

El hecho de estar ubicado en las márgenes del Río Primero, permite que su limpieza, higiene y desagüe sea relativamente fácil.

Se comercializa en este mercado, los productos del cinturón verde y las frutas introducidas de otras zonas del país, tales como: citrus de las provincias de Buenos Aires, Tucumán y Entre Ríos; manzana de Mendoza y Río Negro; uva de Mendoza y San Juan; tomate de Salta y Jujuy; papa de Buenos Aires; etc.

A raíz de su incendio, se ha proyectado construirlo fuera del sector urbanizado, siguiendo las mejores técnicas aconsejadas para su instalación. El llamado a licitación a dicho efecto y el decreto para expropiar los terrenos necesarios, está preparado por la autoridad pública respectiva.

B - Mercado de Patatas

Situado en el este de la ciudad, en la Estación del Ferrocarril Mitre, cuenta con un galpón de 3.000 m². de superficie. Es exclusivamente mayorista. Sus instalaciones son insuficientes para el volumen de operaciones que en él se realizan. Se comercializa papa, introducida especialmente de la provincia de Buenos Aires y en menor escala de Tucumán, Santa Fe y Jujuy. En algunas oportunidades se importaron de Chile y Bélgica. En los meses de verano su actividad es casi nula, por cuanto el abastecimiento proviene de la producción local, la cual se comercializa en el Mercado de Abasto.

C - Mercado Municipal de Aves y Huevos

Se encuentra ubicado en el Matadero Municipal, sobre la ruta Panamericana N° 9, en la parte sudeste de la ciudad.

1 - Instalaciones

Lo constituyen un galpón de carga y descarga de 400 m² de superficie, un depósito de 32 m² y una habitación de 16 m² para la administración. Cuenta además, con diez corrales de 100 m² cada uno y sus playas de estacionamiento son de 3.000 m².

2 - Actividad

Comercializa gallinas, pollos, patos, conejos, pavos, gansos, palomas, vizcachas y huevos. Hasta dos años también se introducía en este Mercado el ganado menor (cerdos, ovejas y cabras).

3 - Zonas productoras

Además de las granjas ubicadas en el municipio de la Capital, llegan productos preferentemente del interior de la provincia, a saber:

- a) Por la ruta Nro. 9, de Pilar, Laguna Larga y Oncativo;
- b) Por el camino a Monte Cristo, de Río Primero, Arroyito y Santa Rosa.

En épocas en que la producción local es escasa, se traen huevos de las provincias de Santa Fe y Entre Ríos, principalmente.

4 - Conservación de huevos

Hay en la ciudad dos frigoríficos para conservar huevos:

- 1) Frigorífico "Diamante", ubicado en Sarachaga 859, con una capacidad de 20.000 cajones anuales;
- 2) Frigorífico Pedro Gordo, ubicado en Pringles 1529, con una capacidad de 7.000 cajones anuales.

5 - Cooperativas

Los productores se agrupan en dos cooperativas:

- 1) C.A.P.Y.A. (Cooperativa Avícola de Productores y Afines Limitada).
- 2) Cooperativa Cordobesa de Productores y Distribuidores de Aves y Huevos.

D.- Mercados Minoristas

Instalados por la Municipalidad, funcionan los siguientes mercados minoristas:

- a) En el radio céntrico de la ciudad: Norte, Sur y Modelo;
- b) En los barrios: Alta Córdoba, General Paz, Alberdi y San Vicente.

Ante la insuficiencia de mercados minoristas, la Municipalidad tiene organizado un sistema de ferias francas y de quinteros, que en número de 56 funcionan en distintas calles y plazas de la ciudad, un día a la semana, según los sectores que se quieran beneficiar, de acuerdo con estudios realizados.

E - Depósitos particulares

La escasa capacidad del Mercado de Abasto para satisfacer las necesidades de los abastecedores, ha llevado a crear una serie de depósitos particulares, en torno al mismo, aproximadamente doce, con un volumen de operaciones importante. Las encuestas realizadas entre sus propietarios, a la vez tenedores de depósitos en el Mercado de Abasto, da la medida de su real importancia, y a la vez, índice de las deficiencias del Mercado.

II - Cierre de la ciudad de Córdoba

Análisis de entradas y salidas de productos alimenticios

A - Realización práctica del cierre

El conocimiento exacto del volumen de operaciones comerciales al nivel mayorista, de frutas y hortalizas, revestía en Córdoba una particular importancia, ya que a consecuencia del incendio del antiguo Mercado de Abasto, la Municipalidad tenía que proyectar la edificación de un nuevo Mercado. Además, la Secretaría de Salud Pública de la Municipalidad debía controlar una supuesta entrada clandestina de carne que no contaba con el permiso bromatológico. Por esas razones, la encuesta fue organizada por la Secretaría mencionada, contando con la colaboración de 80 empleados municipales y 160 agentes uniformados de la Gendarmería Nacional y de la Policía de la provincia.

La encuesta se realizó bajo la responsabilidad del señor Secretario de Salud Pública de la Municipalidad de Córdoba, con la colaboración del Comandante del Tercer Cuerpo del Ejército, y del Jefe de la Policía de Córdoba, y bajo la dirección efectiva del señor Román Vazquez Amenabar, funcionario de la Dirección de Protección de la Salud, contando con el asesoramiento del equipo técnico del Consejo Federal de Inversiones. El control completo de cinco días, necesitó la actuación de 80 personas en trabajo continuo, con horarios de 6 horas, además del personal de vigilancia.

El cierre completo de la ciudad exigió el control de entradas y salidas en 16 puestos, ubicados como se puede observar en el plano anexo.

Producto Número y Peso Kg. No Producto Número Peso Kg. No
 tipo de Bruto uni- llenar y tipo de y tipo de Bruto uni- llenar
 bultos tario del bulto bultos bultos tario del bulto

Producto	Número y tipo de bultos	Peso Kg. Bruto unitario del bulto	No llenar	Producto	Número y tipo de bultos	Peso Kg. Bruto unitario del bulto	No llenar
Cerezas y guindas				Hinojo			
Ciruelas				Lechuga			
Damascos				Naviza			
Duraznos				Nabo			
Manzanas				Pimiento morrón			
Membrillo				Pimiento comùn			
Péras				Perejil			
Limonos				Poroto manteca			
Mandarinas				Puerro			
Naranjas				Rabanitos			
Pomelos				Radicha			
Uva				Radicheta			
Higos				Reapa			
Paltas				Remolacha			
Bananas				Repollo			
Ananá				Repollito brúscias			
				Saladit			
				Tomate			
				Zanahoria			
				Zapallo			
				Zapallo fondono			
Acuila				Zapallo			
Alcaucl				Papas			
Ajo				Melón			
Aplo de cabeza				Sandía			
Aplo hojac				Fruilla			
Arveja							
Bataia							
Berenjena							
Berro							
Brócul							
Cardo							
Cebolla de cabeza				Pescado			
Cebolla de verdeo				Aves			
Coliflor				Huevos			
Chaucho balla				Varlos			
Chpcjo maízón							
Escarola							
Espárrago							
Espinaca							
Grelo							

Lugar..... día..... hora..... Entrevistador..... Chapa patente.....
 REMITENTE (Nombre y Dirección).....
 DESTINATARIO (Nombre y Dirección).....
 DONDE CARGO: Chacra - Casa Productor - Frigorífico - Depósito urbano - Otro lugar (1) - Dueño del camión -
 Tara camión.....
 Tara Remolque.....

Ciudad y Provincia donde Cargó _____
 Ciudad y Provincia de Destino _____
 (1) Aclarar aquí _____

Código para anclar el bulto:	Cajón	CO	Bolsa	BO	Jante	JA
	Cacho	CAO	Ajudo	TA	Luzna	LA
	Caja	CA	Rueta	RI		

Cada entrada fué custodiada por uno o dos inspectores, según su importancia, y por dos gendarmes o policías. Cada cuatro puestos había un Jefe de zona, quien hacía cada cuatro horas la conexión con la Dirección General de la Encuesta, ubicada en el Palacio Municipal. En la Dirección General se controlaba la eficacia del cierre y el buen cumplimiento de los cambios de turno.

Además, el Mercado de Abasto y su zona de influencia estaba controlado por cuatro puestos, pero solamente para registrar la introducción de productos, no así las salidas. Todo vehículo ya controlado en la entrada de la ciudad, entregaba a los inspectores del Mercado su ticket de control. Cuando los mismos eran cargados en el interior del cierre, eran sometidos a la encuesta al hacer sus entradas al Mercado. Esto se establecía por la carencia de ticket.

El control comenzó a la 1 hora de la mañana del día lunes 22 de julio. Una observación rápida permitió ver que el Mercado estaba ya muy aprovisionado en productos perecederos, como papas, zapallo, frutas cítricas y tomate, que habían sido descargadas en la mañana del domingo. Esta hora abarca el movimiento mínimo de vehículos, ya que las ventas comienzan a las 7 de la mañana. En razón de la proximidad de los productores de verduras, las entradas se realizan al fin de la tarde para la venta del día siguiente, o en las primeras horas de la madrugada para la venta del mismo día. Merced a la importante disponibilidad de personal, fué posible seguir hasta el día sábado 27 a la 1 de la mañana el cierre, asegurando así el control del abastecimiento de los días martes a sábado, incluido.

B - Análisis de los resultados

Es nuestra intención determinar las informaciones siguientes, que se pueden recoger de los formularios de encuesta:

Volúmen de los productos alimenticios introducidos a la ciudad
" " " " " despachados de la ciudad
" " " " " introducidos al Mercado de Abasto.

Número de vehículos entrados al Mercado de Abasto y hora de paso de tránsito.

Número de vehículos en tránsito por cada entrada a la ciudad

Orígen y destino de algunos productos importantes:

a) Entrados a la ciudad

- b) salidos de la ciudad
- c) en tránsito por la ciudad

1 - Volúmen de los productos

La determinación del volúmen exacto del abastecimiento de la ciudad, que surge de los formularios de la encuesta, exige algunas interpretaciones. Seguidamente analizamos las distintas columnas de los cuadros 3, 4, 5, 6 y 7.

Todos los vehículos que fueron registrados al entrar a la ciudad y que presentaron el ticket de control al Mercado de Abasto, representan una parte confirmada del abastecimiento diario. El detalle se encuentra en la columna 1.

En las columnas 2 a 5 se encuentran los vehículos que al entrar al Mercado no tenían ticket de control y que corresponde a:

Vehículos que por deficiencias del control externo de la ciudad no se encuestaron (columnas 2 y 3).

Vehículos que por haber cargado en chacras internas al control no fueron encuestados (columna 3)

Vehículos que cargaron galpones privados, frigoríficos y Mercado de Patatas (columna 4).

Vehículos que cargaron en las estaciones ferroviarias (columna 5).

La suma de los resultados de las columnas 1 a 5 representa el abastecimiento del Mercado de Abasto.

No todos los vehículos registrados al entrar a la ciudad fueron al Mercado de Abasto. Algunos fueron directamente a las ferias minoristas, depósitos particulares, frigoríficos, maduraderos o al Mercado Municipal de Patatas, de donde la mercadería debía ser posteriormente despachada, al Mercado de Abasto o directamente a minoristas por los camiones distribuidores. Esta carga está detallada en las columnas 6, 7 y 8. A esas entradas se suman las ferroviarias, una vez descontado el traslado ya registrado en el Mercado de Abasto.

Las entradas a la ciudad de productos que no se comercializaron en el Mercado de Abasto, corresponde a la suma de las columnas 6, 7 y 8, descontando el despacho fuera de la ciudad hacia otras zonas de la pro-

vincia o de otras provincias (columnas 11 y 12) como también el traslado de galpones al Mercado de Abasto (columna 4).

Evidentemente, este resultado no representa fielmente el saldo de las entradas del día, considerando que el traslado al Mercado de Abasto de un día corresponde a las entradas del día anterior, pero el promedio de estos datos sobre cinco días reflejará aproximadamente el verdadero movimiento.

Luego vienen las columnas 13 y 14, que corresponden a productos salidos de la ciudad y destinados al abastecimiento de los barrios de la misma, tomando el concepto de la aglomeración del Gran Córdoba, ubicado fuera del cinturón de control.

Por último, se detalla en las columnas 15 y 16 el tránsito de vehículos que cruzan la ciudad sin participar en el comercio local. Hemos dividido el tránsito en dos grupos, según el origen, para aclarar una característica del comercio local. El tránsito que tiene como punto de origen un lugar externo a la provincia de Córdoba, corresponde generalmente a una operación comercial entre dos ciudades totalmente ajenas a Córdoba. Por el contrario, el tránsito que tiene su origen en un punto cercano a Córdoba, si bien es, según la técnica del control de los movimientos, camión en tránsito, en la mayoría de los casos corresponde a una exportación de la plaza de Córdoba hacia otras provincias. Ocurre que la mercadería a veces transita dos veces por la ciudad, para concentrarse en depósitos externos a la misma y redespacharse posteriormente hacia grandes centros de consumo. Es así como en el plano de movimiento de camiones distribuido por sectores, el movimiento correspondiente a San Carlos y San Antonio al sudoeste, corresponde a un tránsito de zanahoria que tiene que pasar por la ciudad para tomar la ruta a Buenos Aires. De este modo, la columna 15 representa las expediciones de productos locales, fundamentalmente en la época que se realizó la encuesta, zanahoria y batata.

(ver cuadros)

CUADRO Nro. 4
ANÁLISIS DE ENTRADA Y SALIDA DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS

CORDEA DIA 21 DE JULIO

	ENTRADAS AL MERCADO		ENTRADAS A LA CIUDAD		SALIDA DE LA CIUDAD		TRANSITO POR LA CIUDAD				
	SIN CONFIRMAR		CONFIRMADAS		DE LAS CIUDADES		DE LAS PROVINCIAS				
	Desde Uru. de Córdoba	Desde Pcia. de Córdoba	Desde Uru. de Córdoba	Desde Pcia. de Córdoba	Desde Uru. de Córdoba	Desde Pcia. de Córdoba	Desde Uru. de Córdoba	Desde Pcia. de Córdoba			
PAPAS	6.760	10.661	3.440	83.595	24.750	12.960	8.000	7.800	1.500	7.000	23.000
BATATAS	72.368	4.285	4.940	4.700	2.300	12.325	7.480	720	84.960	45.000	23.100
ZANAHORIAS	17.150	12.277	2.000	5.187	500	13.200	350	321.459	21.000	900	500
ZAPALLOS	19.500	2.000	4.561	759	161	16.001	4.300	730	85.600	12.480	72.000
SUB TOTAL	77.150	27.143	28.188	83.595	54.750	31.241	15.160	9.101	1.500	413.419	72.000
TOMATES	17.150	15.023	400	16.801	750	18.801	4.300	730	85.600	12.480	72.000
PEREJIL	1.932	3.760	2.024	60	60	2.024	60	10	12.480	7.220	12.480
BENIGNOS	1.932	3.760	2.024	60	60	2.024	60	10	12.480	7.220	12.480
ZAPALLITOS	734	60	60	371	200	1.400	120	20	7.220	3.600	3.600
CHAUCHAS	734	60	60	371	200	1.400	120	20	7.220	3.600	3.600
ARVEJAS	734	60	60	371	200	1.400	120	20	7.220	3.600	3.600
SUB TOTAL	17.150	37.869	460	635	1.010	20.562	4.484	760	104.160	104.160	104.160
CEBOLLAS	34.545	5.750	3.000	4.870	750	4.870	750	30	30	30	30
AJOS	34.545	5.750	3.000	4.870	750	4.870	750	30	30	30	30
SUB TOTAL	34.545	5.750	3.000	4.870	750	4.870	750	30	30	30	30
ACELGA	9.137	134	4.326	750	110	4.326	750	110	31.920	31.920	31.920
LECHUGA	11.144	4.870	3.098	4.002	1.180	4.002	1.180	320	320	320	320
CEBOLLA VERDEO	827	518	142	1.199	470	1.199	470	20	20	20	20
APIO HOJAS	42	40	164	1.338	580	1.338	580	5	5	5	5
ESCAROLA	42	40	164	1.338	580	1.338	580	5	5	5	5
ESPINACA	42	40	164	1.338	580	1.338	580	5	5	5	5
PUERRO	356	90	220	89	214	356	90	214	44	44	44
SUB TOTAL	32.762	14.715	5.665	3.312	3.312	3.312	3.312	320	320	320	320
ARROZ	1.097	180	308	308	14	1.097	180	14	14	14	14
CHAMBEZA	1.097	180	308	308	14	1.097	180	14	14	14	14
PEREJIL	1.097	180	308	308	14	1.097	180	14	14	14	14
REMOLACHA	1.313	664	110	125	60	1.313	664	60	60	60	60
REPOLLO	5.480	2.322	1.616	1.199	470	5.480	2.322	470	470	470	470
REPOLLITO BRUS.	144	945	40	580	5	144	945	5	5	5	5
COLIFLOR	144	945	40	580	5	144	945	5	5	5	5
ACHICORIA	144	945	40	580	5	144	945	5	5	5	5
ESPARRAGO	300	25	5	5	5	300	25	5	5	5	5
BROCOLI	40	8	8	8	5	40	8	5	5	5	5
RABANITOS	198	224	40	6	6	198	224	6	6	6	6
ALCAUCILES	130	317	133	133	133	130	317	133	133	133	133
NABO	727	605	36	36	36	727	605	36	36	36	36
RADICHETA	1.022	740	10	10	10	1.022	740	10	10	10	10
POROTOS DE MANT.	300	300	28	28	28	300	300	28	28	28	28
RADICHA	3.025	3.124	6	3.070	680	3.025	3.124	680	7.560	43.520	49.560
SUB TOTAL	192.144	133.802	83.595	25.391	68.582	12.484	15.160	10.817	9.060	456.939	457.940
TOTAL	192.144	106.336	47.833	83.595	25.391	12.484	15.160	10.817	9.060	456.939	457.940

MANZANAS	400	7.296	2.520	200	260	400	7.296	2.520	260	260	260
PERAS	400	7.296	2.520	200	260	400	7.296	2.520	260	260	260
SUB TOTAL	3.200	3.200	3.200	200	260	3.200	3.200	260	260	260	260
MANDARINAS	31.850	2.288	4.000	4.482	500	31.850	2.288	425	750	7.835	7.835
NARANJAS	20.828	18.140	1.381	1.381	91	20.828	18.140	250	250	250	250
LIMONES	1.795	830	620	620	46	1.795	830	240	240	240	240
POMELOS	495	1.700	1.047	1.047	738	495	1.700	1.047	738	738	738
SUB TOTAL	36.976	22.958	7.047	7.480	522	36.976	22.958	7.480	522	7.835	7.835
ANANAS	115	22.958	52	4	4	115	22.958	52	4	4	4
PALTA	115	22.958	52	4	4	115	22.958	52	4	4	4
UVA	115	22.958	52	4	4	115	22.958	52	4	4	4
ACEITUNAS	115	22.958	52	4	4	115	22.958	52	4	4	4
QUINOTOS	115	22.958	52	4	4	115	22.958	52	4	4	4
SUB TOTAL	115	22.958	52	4	4	115	22.958	52	4	4	4
BANANAS	56.976	22.958	4.400	2.500	300	56.976	22.958	4.400	300	102	102
TOTAL	56.976	22.958	4.400	2.500	300	56.976	22.958	4.400	300	1.150	7.835
TOTAL CANTONIES	115	22.958	52	4	4	115	22.958	52	4	20	37

CUADRO Nro. 6

ANALISIS DE ENTRADA Y SALIDA DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS

DIA 25 DE JULIO

	ENTRADAS AL MERCADO SIN CONFIRMAR		ENTRADAS A LA CIUDAD		SALIDA		DE LA CIUDAD		CIUDAD		TRANSITO POR LA CIUDAD	
	Confirmadas desde (oere de Ciudad		Desde otras Provincias de Córdoba		Desde Mercado Abasto		Desde otros lugares de la Ciudad		Hacia barrios de la Ciudad		Desde Pcia. Córdoba	
	Desde dep. Urbanos	Desde dep. Ferrovial	Desde otras Provincias	Desde otras Provincias	Hacia Córdoba	Hacia otras Provincias	Hacia Pcia. Córdoba	Hacia otras Provincias	Desde Pcia. Córdoba	Desde Pcia. Córdoba	Desde Pcia. Córdoba	Desde Pcia. Córdoba
PAPAS	32,609	5,760	50	143,000	26,772	2,000	11,666	2,650	2,665	12,152	1,591	43,005
BATAÑAS	23,440	11,928			15,185		1,040		1,035		27,330	2,145
ZANAHORIAS	20,406	12,671	323		2,786	4,000	400		244	143	64,362	
ZAPALLOS	3,420	10,050	1,840		2,706				31	359	300	
SUB TOTAL	79,873	40,326	2,213	143,000	45,518	6,000	13,108	2,650	3,715	12,853	93,583	45,150
TOMATES		1,400			11,098	600	500		670	150	170	164,081
PIMENTOS		800			248				5			8,000
BERENJENAS		4,640			536	200			8			
ZAPALITOS												
CHAUCHAS												
ARVEJAS												
SUB TOTAL	4,640				536	200			8			
CEBOLLAS	4,640	2,200		950	10	800	500		683	150	170	172,131
AJOS	14,448	140		525	950		500		220		240	4,800
SUB TOTAL	14,448	140		525	147		500		8		8	4,800
AC. SUB TOTAL	9,789	2,368	105		2,316	180	303		228	268	130	4,300
LECHUA	20,022	4,833	40		5,193	720			369	50	144	16,000
APIO HOJAS	1,720	135			494				14	25		
ESCAROLA		312			700	50	210		80		12	
ESPINACA	1,772	574			116				25		84	10
PUERRO	1,461	662			912				30	40	54	
SUB TOTAL	35,413	8,774	145		10,178	930	313		688	408	424	16,011
APIO CABEZA	1,630	820			494							
CARDO	256	60			31							
BROCOLI	3,207	790	90		662		300		34		71	
COLIFLOR	1,775				18							
ALCAUCIL												
ESPARRAGO	2,712	424			488	72	305		26		83	
REMOLACHA	9,339	4,116			1,970	120			350	133	152	6
PERDILLO	746	226	18		206				44	5	6	
RAJADO	937	452			158				3	18	62	
RAJADITA	89	402			163				46	15	15	
HINOJO	297	392			20	240			15	30	4	
RABANITO	31	199			83				2	25		
RABICHA	20											
ACHIGORIA	130											
REFOLLITO BRUS.			800									25,500
REFOLLITO MANT.												15,000
AJO PORRO												
SALSIFI												
SUB TOTAL	21,151	120			4,300	433	695		520	246	23,463	40,506
TOTAL	195,726	57,100	18,400	103,666	81,827	143,000	950	8,182	14,777	2,650	13,467	278,238
MANZANAS	34,320	9,000	40		5,688				337	96	190	2,200
PERAS	34,320	9,000	20		5,688				337	96	190	2,200
SUB TOTAL	68,640	18,000	60		11,376				674	192	380	4,400
MANZANAS	108,005	30,008			13,442	2,000	166		650	130	531	32,020
LIMONES	2,500	10,670	10		10,995		204		737	30	358	
POMELO	2,500				1,684				167		50	
SUB TOTAL	113,505	40,678	10		26,955	2,000	370		1,552	160	539	32,020
BANANAS	4,000	710			4,189				342		120	
TOTAL	239,853	710	60		36,731	2,000	370		2,318	256	1,302	34,223
TOTAL CAMIONES	168	7	6		72	2	9		14	13	24	18

2 - Análisis de las hortalizas controladas

A los efectos de analizar el comportamiento de los diferentes productos que participan en la comercialización del Mercado de Abasto, fué necesario reagruparlos en grupos que tuvieran características similares, ya sea en la comercialización, producción, transporte, almacenamiento, dieta familiar, etc.

Un primer grupo está compuesto por productos importantes para el consumo, mereciendo cada uno un análisis particular:

Fapa y batata, que representan la mitad de las hortalizas consumidas durante todo el año, exigiendo un intercambio interprovincial importante que equilibre las ofertas de grandes provincias productoras. Además son de fácil conservación y transporte;

Zanahoria, que en Córdoba se exporta abundantemente a otras provincias durante el invierno;

Zapallo, por su bajo precio tiene una importancia muy grande en el consumo, abunda en todas las zonas productoras del país y es de fácil conservación.

Un segundo grupo incluye tomates, pimiento, berenjena, chaucha y zapallito. La característica común de estos productos es la zona de producción, concentrada en los seis meses de invierno entre Salta y Jujuy, como también la forma de comercializarse. Estos productos, además, juegan un papel importante en el consumo nacional.

Un tercer grupo incluye ajo y cebolla, cuyo consumo regular durante el año es importante, teniendo una comercialización tan especial, que ha llevado a la creación de un Mercado Nacional en Buenos Aires.

Las demás hortalizas corresponden a lo que se llama en general verduras de hoja y fueron agrupadas en dos grupos. El primero incluye acelga y lechuga, que son las verduras de hoja fundamentales en el consumo, a las cuales se agregaron cebolla de verdeo, apio de hoja, escarola, espinaca y puerro, las que por ser de hoja pueden en la dieta complementar o reemplazar a las precedentes.

En el otro grupo se encuentran las demás hortalizas con poco carácter común destacándose en esta época (invierno) coliflor, repollo y remolacha.

En el análisis general de los movimientos, esta clasificación permite observar con más claridad los distintos circuitos comerciales utilizados ,

partiendo de los tonelajes por grupos de productos que se ubican en cada una de las columnas de entradas y salidas.

2.1 - Comercialización de papa y batata

El Mercado Municipal de Patatas, en virtud del Decreto municipal N° 13.696, concentra la papa que proviene de zonas de producción externas a la provincia. En épocas de cosecha local, fundamentalmente diciembre a abril, los productores y comerciantes llevan la papa directamente al Mercado de abasto. En invierno las importaciones se comercializan al por mayor en el Mercado Municipal de Patatas, para ser distribuída posteriormente en el de Abasto. La encuesta de cierre de ciudad revela un promedio diario de traslado entre ambos mercados de 81 toneladas.

En invierno, las estadísticas registran en el Mercado Municipal de Patatas los siguientes movimientos mensuales, en bolsas:

CUADRO Nro. 8

	1960	1961	1962	1963	Promedio
Junio	83.759	78.116	70.875	76.562	76.000
Julio	78.998	79.732	55.703		76.000
Agosto	86.363	88.661	59.783		78.000
Setiembre	125.167	111.014	49.563		95.000

El promedio calculado para el mes de julio, durante el cual se realizó la encuesta, representa una importación diaria media de 140 toneladas. La encuesta presenta una entrada directa al Mercado de 135 toneladas provenientes de zonas externas, a las cuales se suman 33 toneladas entradas a la ciudad que no fueron al Mercado, haciendo un total de 168 toneladas. Se despacharon fuera de la ciudad 40 toneladas y hubo 81 toneladas de traslado interno. La diferencia entre estos dos promedios de comercialización representa la comercialización de la producción local.

Este volumen representa, para una población de 650.000 habitantes, un consumo promedio individual anual de 80 kilos. Aunque ligeramente superior a los 72 kilos admitidos por las estadísticas de la Dirección Nacional de Estadística y Censos, es inferior al consumo de la ciudad de París que asciende a 110 kilos.

La diferencia que existe entre el total de papa comercializada en el Mercado de Abasto y el total consumido y redespachado, revela una importante comercialización realizada directamente entre el Mercado Municipal de Patatas y los minoristas, por intermedio de los fleteros y distribuidores.

Por otra parte, se puede notar que a pesar de la ubicación del Mercado sobre las vías del Ferrocarril Mitre, menos del 3% entró a la ciudad por ese medio.

La comercialización de batatas para el consumo local fué de 35 toneladas por día, durante la semana en que se realizó la encuesta. Este consumo, superior al general del país (26 toneladas para la misma cantidad de habitantes y época), se justifica si se toma en cuenta que Córdoba es productor y exportador importante de este producto.

El total de las entradas se comercializa en el Mercado, no observándose ningún traslado entre los depósitos de la ciudad y el Mercado, como fué dable ver en el caso de la papa.

El consumo "per capita" de papa y batata se eleva a 96 kilos anuales.

CUADRO Nro. 9

Abastecimiento de Córdoba Resultado del Cierre de Entradas y Salidas

	D í a s					Promedio
	22	23	24	25	26	
PAPA						
Entradas al Mercado de Abasto	109,8	127,6	196,6	143,1	97,8	135
Entradas a la ciudad con otro destino	170,9	111,8	131,1	143,1	217,5	154
Despachado fuera de la ciudad	52,3	36,9	22,3	43,1	49,1	40
Traslado interno de la ciudad	63,6	70,7	96,5	104,8	73,7	81

Resultado 168

CUADRO Nro. 10

	D í a s					Promedio
	22	23	24	25	26	
BATATA						
Entradas al Mercado de Abasto	34, 2	76, 5	47, 8	35, 4	96, 2	58
Entradas a la ciudad con otro destino	1, 6	4, 9	1, 8	--	--	1
Despachado fuera de la ciudad	45, 4	26, 9	21, 1	16, 1	12	24
Traslado interno de la ciudad	--	--	1, 9	--	--	--

Resultado 35

2.2 - Zanahoria

El volúmen de zanahoria comercializado en el Mercado para el consumo de la ciudad, aproximadamente igual al total entrado a la ciudad, se eleva a 26 toneladas por día, pareciendo ser muy superior al real. En efecto, de acuerdo con los datos generales del país, este consumo debería ser de 8 toneladas para condiciones iguales. De todas maneras, debe de ser muy superior a este último dato, ya que el producto es muy abundante y barato, pero sin llegar a una diferencia tan grande. Se puede admitir algunos errores por evasión de camiones que hayan transportado este producto fuera de la ciudad.

(ver cuadro)

CUADRO Nro. 11

Abastecimiento de Cordoba
Resultado del Cierre de Entradas y Salidas

	D í a s					Promedio
	22	23	24	25	26	
ZANAHORIA						
Entradas al Mercado de Abasto	37,6	41,7	26,4	33,1	48,3	37
Entradas a la ciudad con otro destino	17,7	13,1	0,4	0,3	0,1	6
Despachado fuera de la ciudad	45,7	19,1	8,8	9,1	3,1	17
Traslado interno de la ciudad	--	--	--	--	--	--
Resultado 26						

2.3 - Zapallo

Del mismo modo que para la zanahoria, se observa que existe casi igualdad en los totales registrados a la entrada de la ciudad y lo comercializado en el Mercado de Abasto.

El consumo promedio de la ciudad se eleva a 23 toneladas por día, que también es superior al que da la estadística antes citada, hecho que se puede justificar por la abundancia de este producto en un momento de escasez de verdura de hoja. Siendo el despacho fuera de la ciudad poco importante, no puede haber error en cuanto a evasión.

(ver cuadro)

CUADRO Nro. 12

	D í a s					Promedio
	22	23	24	25	26	
ZAPALLO						
Entrada al Mercado de Abasto	27,3	37,7	24,8	13,4	18	22
Entradas a la ciudad con otro destino	4,9	4,5	6	1,8	0,4	3
Despachado fuera de la ciudad	5,4	0,8	1,7	2,8	1,5	2
Traslado interno de la ciudad	--	2	--	--	1,6	--

Resultado 23

2.4 - Cebolla y ajo

Aunque poco importante, existe un movimiento interno en la ciudad entre galpones particulares de almacenamiento y el Mercado de Abasto. La diferencia entre las entradas a la ciudad y las del Mercado, no revela, tal como lo fué en la papa, una importante comercialización fuera del Mercado de Abasto.

El consumo de la ciudad también aparece superior al registrado en las estadísticas, y aunque podría reducirse descontando de las entradas al Mercado el traslado que tiene por origen los galpones internos de la ciudad, aún seguiría siendo superior. En este caso tampoco puede haber error por evasión.

(ver cuadro)

CUADRO Nro. 13Abastecimiento de Córdoba
Resultado del cierre de Entradas y Salidas

	D í a s					Promedio
	22	23	24	25	26	
AJO Y CEBOLLA						
Entradas al Mercado de Abasto	34	40,7	27,4	30,2	37,7	34
Entradas a la ciudad con otro destino	4,7	3	7	---	--	3
Despachado fuera de la ciudad	9,2	5,7	2,5	5,6	6	6
Traslado interno de la ciudad	13,7	5,7	15,2	--	2,5	5
Resultado 31						

2.5 - Tomate, pimientos, etc.

Hay en este grupo varias posibilidades de error.

Por una parte, se sabe que en el camino por el cual venían los camiones con tomate procedente de Salta hubo fallas en los puestos de control. Además, entraron cargas de verdura por ferrocarril sin especificación, entre las cuales había un gran porcentaje de tomate.

Por esas razones tomaremos como única información valedera las entradas al Mercado de Abasto, que, descontadas las expediciones hechas fuera de la ciudad, se eleva a un promedio de 38 toneladas por día. Como no es probable que haya habido errores por evasión de camiones a la salida de la ciudad, y que, por otra parte, este resultado representa un consumo superior al de la estadística nacional ya citada; podemos tomar este dato como bueno.

La casi totalidad de las entradas al Mercado provienen de depósitos de la ciudad, que fueron abastecidos a su vez por el ferrocarril y por camiones cargados en chacras, en proporción de uno y dos tercios respectivamente. El resultado obtenido nos permite pensar que la distribución directa de galpones debe de ser muy reducida.

Aunque falta en el control las entradas por ferrocarril del primer do-

mingo de la encuesta, tenemos registrado el movimiento de camiones entre la estación ferroviaria y los depósitos de lunes y martes. En total, las entradas por ferrocarril llegan al 90% de las entradas a la ciudad. Hay que tener en cuenta que este dato vale únicamente para la temporada de invierno.

CUADRO Nro. 14

	D í a s					Promedio
	22	23	24	25	26	
TOMATE, PIMIENTOS, Etc.						
Entradas al Mercado de Abasto	82,8	104,5	10	7,6	84,1	58
Entradas a la ciudad con otro destino	--	--	--	--	95,2	--
Despachado fuera de la ciudad	31	26,4	19,7	13,2	9	20
Traslado interno de la ciudad	42,2	87,3	2,6	0,6	34,2	34
Resultado 38						

2.6 - Verduras de hoja en general

El consumo promedio de la ciudad es inferior al registrado en las estadísticas ya citadas. Si se toma en consideración únicamente el consumo de acelga y lechuga, el resultado de la encuesta en Córdoba es superior al de aquella. Aunque variado -24 tipos de productos- el mayor consumo se concentra en acelga, lechuga, coliflor, repollo y remolacha, que alcanza al 90%.

No hay ningún traslado desde galpones de la ciudad, pero un 10% de las entradas se distribuye directamente, probablemente en las ferias minoristas.

(ver cuadros)

CUADRO Nro. 15

Abastecimiento de Córdoba
Resultado del Cierre de Entradas y Salidas

	D í a s					Promedio
	22	23	24	25	26	
VERDURAS VARIAS (1)						
Entradas al Mercado de Abasto	21,9	19,7	27,2	29,7	33,3	26
Entradas a la ciudad con otro destino	7,3	3,1	6,3	5,3	--	4
Despachado fuera de la ciudad	11,2	3,7	2,8	5,2	8,3	6
Traslado interno de la ciudad	0,1	0,2	--	--	--	--
Resultado 25						

(1). Apio de cabeza, cardo, brócoli, coliflor, alcaucil, espárrago, remolacha, repollo, perejil, nabo, radicheta, hinojo, rabanito, radicha, achicoria, repollito Bruselas, poroto de manteca, ajoporro y choclo.

CUADRO Nro. 16

	D í a s					Promedio
	22	23	24	25	26	
VERDURAS VARIAS (2)						
Entradas al Mercado de Abasto	32	37,1	42,2	44,2	44	40
Entradas a la ciudad con otro destino	4,8	5,6	0,4	0,1	0,3	2
Despachado fuera de la ciudad	17,6	9,9	4,3	11,6	9,9	11
Traslado interno de la ciudad	--	--	--	--	--	--
Resultado 31						

(2) Acelga, lechuga, cebolla de verdeo, apio de hoja, escarola, espinaca y puerro.

3 - Observaciones generales sobre el abastecimiento de hortalizas

El abastecimiento total de la ciudad se eleva a un promedio, durante los cinco días de encuesta, de 377 toneladas, superior en un 15% al que le correspondería aplicando los resultados de la encuesta nacional citada. Este 15% corresponde a las pérdidas que se producen en las etapas mayorista, minorista y consumidor. Sin embargo, la repartición entre los distintos productos no es concordante. Hay una entrada más fuerte de papa, batata, zapallo, cebolla, zanahoria y tomate, que refleja un consumo mayor que el previsto. Por otra parte, el consumo de verduras de hoja es más reducido, pero en éste último caso proviene de la dificultad que representa su contralor, que es transportado generalmente en carros y cantidades reducidas. Esto último no ocurre con la lechuga y la acelga, que vienen en bultos de mayor volumen.

CUADRO Nro. 17

Consumo estimado de la Ciudad de Córdoba
Resultado del Cierre de Ciudad

	Julio: consumo per cápita en gramos por día (1)	Abastecimiento en base a colum na precedente, toneladas p/día invierno (2)	Resultado encuesta cierre Julio 1963, toneladas por día de invierno (3)
Verduras (1)	85	55	31
Verduras (2)	42	27	25
Tomate, pimiento, berenjena, zapalli- to, chaucha y arveja	39	26	38
Ajo y Cebolla	31	20	31
Zapallo	16	11	23
Zanahoria	11	8	26
Papa	237	154	168
Batata	40	26	35
TOTAL	504	328	377

- Verduras (1) Acelga, lechuga, cebolla, apio, escarola, espinaca, puerro.
 Verduras (2) Otras
 Columna (1) Julio, consumo per capita en gramos por día, según la encuesta de la Dirección de Estadística y Censos de la Nación.
 Columna (2) Abastecimiento de los 650.000 habitantes de Córdoba en base a la columna precedente, toneladas por día de invierno.
 Columna (3) Resultado de la encuesta de cierre de ciudad, realizada en julio de 1963, toneladas por día de invierno.

Este abastecimiento representa un consumo muy equivalente al registrado en la ciudad de París, que calculado para una ciudad de 650.000 habitantes como es Córdoba, dá un promedio diario de 369 toneladas de hortalizas.

Considerando los resultados del cierre de julio se puede estimar el volúmen global anual de comercialización de hortalizas. Para determinados productos -papa, zanahoria, zapallo, ajo y cebolla- la estimación es pareja durante todo el año. Sumando las entradas a la ciudad para consumo interno y el redespacho a pueblos de la provincia o externos a la misma, se obtiene el siguiente resultado, durante 310 días de comercialización en el año:

Papa.....	(168 + 40) x 310 =	64.480 toneladas
Zanahoria.....	(26 + 17) x 310 =	13.330 " "
Zapallo.....	(23 + 2) x 310 =	7.750 " "
Ajo y cebolla.....	(31 + 6) x 310 =	11.470 " "

La batata tiene un consumo inferior durante los meses de verano, por lo que la estimación es la siguiente:

$$\text{Batata } (35 + 24) \times 155 + (39 \times 80\%) \times 155 = 25.000 \text{ toneladas}$$

Hay productos que tienen un consumo muy superior en verano -verduras de hoja en general, tomate, berenjena, etc.-. La estimación es la siguiente:

$$\text{Verduras de hoja } (56 + 17) \times 155 + (73 \times 120\%) \times 155 = 25.000 \text{ toneladas}$$

$$\text{Tomate, berenjena, etc. } (38 + 20) \times 155 + (58 \times 2) \times 155 = 26.970 \text{ " "}$$

El total de operaciones comerciales de hortalizas que realiza el Mercado durante un año puede estimarse en 165.000 toneladas. Este vo-

lúmen, así como los porcentajes de cada producto no corresponde al consumo de la población, ya que como fué detallado, Córdoba tiene el rol de exportador y distribuidor de algunos de ellos. Tampoco son incluidas en este cálculo la totalidad de las expediciones, ya que una gran parte de las mismas son concentradas fuera de la ciudad, aproximándose entre batata y zanahoria a 15.000 toneladas anuales. Este volúmen corresponde a operaciones netas, es decir que no incluye las reventas entre los mismos mayoristas de la ciudad.

Hay algunos productos que tienen un abastecimiento regular durante la semana (verduras de hoja, cebolla y zapallo). La mayoría presenta variaciones muy grandes, que se deben al alejamiento de la zona productora, que exigen la concentración del transporte en camiones de gran volúmen (tomate, pimientos, papa, etc.), y a las necesidades de la concentración en la ciudad para redespacharse a otras provincias (zanahoria y batata).

El doble control de las entradas a la ciudad y al Mercado, permitió comprobar que la casi totalidad de los productos importados, tales como tomate, pimientos y papa, se concentran en galpones particulares, fuera del Mercado, para comercializarse después en los puestos mayoristas de este último, y que un 10% de las verduras de hoja lo es directamente en las ferias minoristas, mientras que el 50% de la papa se comercializa directamente en el Mercado Municipal de Patatas por intermedio de distribuidores. Este último porcentaje se puede obtener también en el redespacho de productos fuera de la ciudad.

Es muy importante conocer la regularidad de las entradas y salidas de productos durante los días de la semana.

Se presenta adjunto una serie de gráficos que ilustran la evolución de las entradas y salidas de productos. Se establece que el lunes es el día de mayor salida, mientras que las entradas correspondientes se reparten entre el remanente del sábado y las entradas del domingo y del mismo lunes. En efecto, fué posible comprobar al empezar el cierre, a la 1 de la mañana del lunes, que el Mercado estaba ya fuertemente abastecido, tanto en productos de chacra como en productos importados.

Para tomate, cebolla, papa, batata, zapallo y zanahoria, los gráficos demuestran que hay dos días picos en la semana, martes y viernes. Todos productos de relativa fácil conservación.

Domingo y jueves/viernes son los días picos para la entrada de verduras de hoja, pero con una amplitud de variación sobre los días menores extremadamente reducida.

Las salidas de verduras de hoja, tanto a los barrios vecinos de la ciu

dad, es decir una distribución parecida a la de la propia ciudad, como a las ciudades de la provincia, presentan dos picos bien caracterizados que son el lunes y el fin de semana jueves-viernes. Esto revela que las verduras de hoja, por lo menos en gran parte, entran al Mercado 36 horas antes del momento de mayor compra por parte de los consumidores, que son los martes y el fin de semana viernes-sábado.

El minorista se abastece parte en la mañana y parte en la tarde, como se demuestra en el capítulo siguiente. Existe entonces una demora anormal en la distribución de verduras, que a nuestro juicio tiene su origen en el horario de funcionamiento del Mercado. Si tal horario es cómodo para los comerciantes y productores, no lo es para la eficacia del abastecimiento.

Las entradas de otros productos son mucho más irregulares. Los importados se reciben cada vez que el stock disponible en los puestos y galpones empieza a mermar. En la práctica se puede observar dos entradas por semana. Del mismo modo, las salidas para abastecer a las ciudades del interior son bisemanales, lunes y viernes-sábado.

Para ser completo, el gráfico de tomate debería tener el día sábado durante el cual se enviaron los productos importados el viernes por ferrocarril.

Muy diferentes aparecen los gráficos que ilustran la distribución de los barrios de la ciudad, con pocas variaciones diarias y con un pico cada dos días.

En resumen, para considerar las entradas al Mercado, hay que diferenciar las verduras de hoja de producción local de los otros productos. Las verduras de hoja entran generalmente todos los días al Mercado, con picos que son domingo y jueves-viernes. Los otros productos entran irregularmente, cuando faltan, pero generalmente dos veces por semana.

Para las salidas hay que diferenciar según el destino, a barrios de la ciudad o a ciudades de la provincia. El primer tipo de distribución corresponde generalmente a las compras minoristas, es regular, con un día pico cada dos. El segundo tipo corresponde a la distribución por fleteros y distribuidores, es irregular y presenta dos días picos a la semana.

4 Consideraciones Generales sobre el Tránsito y el Redespacho fuera de la Ciudad.

Se ha subdividido el análisis en tres partes: expediciones hacia otras provincias; expediciones para el interior de la provincia y expediciones hacia barrios de la ciudad, que por ser externos al cierre de la misma estaban

incluídos en las exportaciones, aunque no corresponda. Esta última parte de las salidas no fué descontada del abastecimiento de la ciudad.

Las reexpediciones totalizan 128 toneladas de promedio por día, de las cuales 21 van a otras provincias. Este último tipo de expedición se revela muy bajo tal cual se detalla más adelante. Este volúmen no tiene en cuenta las exportaciones de batata y zanahoria, que representa la mayor parte.

Admitiendo que las expediciones al interior de la provincia abastecen una parte de la población, que se puede estimar en 200.000 habitantes, es evidente que la proporción de los productos despachados no corresponde a la proporción realmente consumida, tal el caso del zapallo, verduras, zanahoria, batata y algo de papa. Por esa razón, tomate, cebolla y papa representan en el volúmen despachado un porcentaje superior al que tienen en el volúmen consumido (65%).

Como ya fué detallado en las consideraciones generales sobre la realización del cierre, las exportaciones de zanahoria y batata destinadas a otras provincias figuran en el análisis como "tránsito", ya que cruzan la ciudad para concentrarse en un lugar externo a la misma, siendo los más importantes Camino Chacra de La Merced-Lavadero, Camino Santa Rosa Km. 15, Camino San Carlos Km. 6, Camino San Antonio Km. 6 y Camino 60 cuabras Km. 8 y medio. Al salir de estos lugares de concentración para dirigirse hacia otras provincias y según la ubicación del galpón, puede ser que transiten otra vez por la ciudad. En esas condiciones, la suma de zanahoria "en tránsito" por la ciudad asciende a 230 toneladas diarias de promedio, mayor que las exportaciones reales, al igual que las 70 toneladas de batata. Se puede estimar como promedio de exportación los dos tercios de los datos precedentes.

El tránsito de mercadería correspondiente a operaciones comerciales totalmente ajenas a la provincia de Córdoba se concentra en cuatro tipos de productos: papa, 64 toneladas diarias de promedio, viene de la provincia de Buenos Aires con destino a Tucumán y Salta; Tomate y pimientos, 244 toneladas diarias de promedio, vienen de Salta con destino a la Provincia de Buenos Aires; cebolla, 5 toneladas diarias de promedio, viene de San Juan con destino a Rosario y Santiago del Estero y lechuga, 21 toneladas diarias de promedio, viene de Tucumán con destino a Buenos Aires. Todo este movimiento de carga en tránsito se realiza por medio de camiones cargados con más de 18 toneladas.

5 - Análisis de las entradas de frutas

5.1. Citrus

Este producto representa el 70% de las entradas totales de frutas, muy superior al normal que debería ser el 50%. El dato se puede considerar exacto por varias razones. No se puede interpretar este resultado como un error de investigación por exceso, ya que el total de frutas entrado es razonable. Además, el alto precio de la manzana ocasiona una reducción importante en su venta, coincidiendo con la excepcional abundancia de citrus en el país. Estas dos razones justifican, en un momento de crisis económica general, esta modificación en el hábito del consumo.

Igual que con respecto al tomate, se observa un importante movimiento de entradas al Mercado de productos que vienen de los depósitos de la ciudad. Este traslado es lógico, ya que se sabe que los consignatarios que venden frutas venden también tomate y tienen depósitos fuera del Mercado (ver encuesta de mayoristas). Para determinar las entradas netas para el consumo de la ciudad, hay que descontar del total de las entradas al Mercado y de las entradas a la ciudad con destino desconocido, las exportaciones de la ciudad y las entradas al Mercado de productos que vienen de depósitos urbanos.

$$127 \text{ Tn.} = 164 + 22 - 28 - 31$$

CUADRO Nro. 18

Abastecimiento de Córdoba Resultado del Cierre de Entradas y Salidas

	D í a s					Promedio
	22	23	24	25	26	
CITRUS						
Entradas al Mercado de Abasto	157,4	103,7	137,8	253,2	169,3	164
Entradas a la ciudad con otro destino	--	15	52,3	--	44,4	22
Despachado fuera de la ciudad	60,2	13,2	11,4	29,2	27,9	28
Traslado interno de la ciudad	76	23,8	14	10,3	33,7	31

Resultado 127

5.2. - Manzana

Anteriormente se ha justificado la reducción de las entradas de manzana, que asciende a 19 toneladas en lugar de las 38 toneladas que serían necesarias en un consumo normal.

Proviene de los frigoríficos de la ciudad (20%) o directamente de los frigoríficos de Mendoza. Se observa una distribución directa desde los frigoríficos y galpones de Córdoba hacia el sector minorista, y que el 20% de las entradas a la ciudad no va al Mercado.

De esta forma, el consumo de la ciudad se obtiene con la suma de las entradas a la misma y el traslado de los frigoríficos internos y el Mercado de Abasto, ya que esta mercadería entró a la ciudad en el verano.

CUADRO Nro. 19

	D í a s					Promedio
	22	23	24	25	26	
MANZANA Y PERA						
Entradas al Mercado de Abasto	17,1	3,2	27,1	50,5	2,7	20
Entradas a la ciudad con otro destino	--	7,7	--	--	15	4,5
Despachado fuera de la ciudad	12,2	2,7	--	5,7	6,7	5,5
Traslado interno de la ciudad	2	3,2	6,1	7,1	2,7	4,2

Resultado 23

5.3. - Banana

La suma de las entradas a los maduraderos es casi igual a las salidas para el consumo en el período de una semana. El resultado es la diferencia entre las entradas totales y el traslado interno de la ciudad entre los galpones y el Mercado.

Este traslado llega al 25% del total distribuido. En base a las declaraciones de salidas, se puede considerar que la casi totalidad de las ventas se hacen en el Mercado de Abasto.

El consumo de banana en la ciudad de Córdoba es muy parecido al dado por la Dirección Nacional de Estadística y Censos para la ciudad de Buenos Aires. -

CUADRO Nro. 20

	D í a s					Promedio
	22	23	24	25	26	
BANANA						
En tradas al Mercado de Abasto	101,4	13,7	54,4	20,7	34,1	45
Entradas a la ciudad con otro destino	--	7,5	--	25,5	--	6,6
Despachado fuera de la ciudad	9,2	2,2	1,5	4,2	3,6	4
Traslado interno de la ciudad	1,4	13,7	3,1	16,8	10,7	9
Resultado 39						

6. - Consideraciones generales sobre el abastecimiento de frutas

El resultado del relevamiento de las frutas comercializadas durante los cinco días de cierre se eleva a 189 toneladas diarias de promedio, mayor en un 25% al obtenido en la encuesta ya citada para la ciudad de Buenos Aires. -

(ver cuadro)

CUADRO Nro. 21

Consumo Estimado de la Ciudad de Córdoba
Resultado del Cierre de Ciudad

	Julio: consumo per capita en gramos por día (1)	Abastecimiento en base a columna precedente, toneladas p/ día invierno (2)	Resultado encuesta cierre julio 1963, toneladas por día de invierno (3)
Banana	53,3	34,6	39
Citrus	116,3	75,6	127
Manzana y Peras	59,1	38,4	23
Total	225,7	148,6	189

- (1) Julio, consumo per cápita en gramos por día, según la encuesta de la Dirección Nacional de Estadística y Censos.
- (2) Abastecimiento de los 650.000 habitantes de la ciudad de Córdoba en base a la columna precedente, toneladas por día de invierno.
- (3) Resultado de la encuesta de cierre de ciudad, realizada en julio de 1963, toneladas por día de invierno.

Si se admite que un 15% corresponde a pérdidas varias y que hay un 5% de declaraciones excesivas, que incluyen el peso del envase, queda de todos modos un exceso mínimo del 5%. Como no puede haber error de menos en este tipo de encuestas, podemos decir que el consumo de frutas en Córdoba es superior, entre un 5 y 10%, del normal.

Este consumo de invierno, abastecido abundantemente de fruta cítrica, puede ser considerado igual al consumo de verano, con un cambio lógico en la variedad de los productos. El consumo anual per cápita, descontando las pérdidas, se eleva a 76 kilogramos, muy superior al de París que asciende a 53 kilogramos.

La comercialización total anual de la ciudad, teniendo en cuenta que las exportaciones en verano son más importantes en un 50% que en invierno, puede estimarse en:

$$(189 \times 310) + (37 \times 155) + (74 \times 155) = 75.800 \text{ toneladas}$$

El redespacho fuera de la ciudad, sin tener en cuenta el que corresponde a barrios adyacentes, se eleva a 37 toneladas diarias de promedio, que es el consumo de frutas de una población de 130.000 habitantes, muy inferior al registrado en hortalizas. Esta diferencia indica que los citrus son en parte importados directamente por los distribuidores de las ciudades del interior desde las zonas de producción. Muy por el contrario el porcentaje de banana redespachado es más importante en las expediciones fuera de la ciudad que en el porcentaje de entrada. Esta observación significa que la concentración comercial repercute más fácilmente en la cadena de distribución cuando el origen del producto es único que cuando tiene una producción atomizada.

Los gráficos de variaciones diarias de redespacho fuera de la ciudad durante la semana, presentan el mismo aspecto general que los de hortalizas. Regular, con un pico cada dos días para los barrios adyacentes a la ciudad, y regular, con dos picos semanales para las exportaciones a las ciudades de la provincia.

Con excepción de la manzana, la casi totalidad de las ventas se realizan en el Mercado de Abasto.

7 - Movimiento de Vehículos

7.1. Variación Semanal del movimiento de vehículos

Teniendo en cuenta el total de vehículos entrados al Mercado durante la semana, hay muy poca diferencia entre los días mayores y menores: promedio diario 293 - día mínimo 270 - día máximo 307.

Si se considera únicamente las entradas de vehículos que vienen de la provincia de Córdoba, las variaciones son mucho mayores: promedio diario 194 - día mínimo 140 - día máximo 221. En este caso el día promedio es el 138% del día mínimo, mientras que en el caso precedente era el 108%. Este dato es muy importante para determinar los cálculos de estacionamiento y días de circulación interna del Mercado. Todavía más importantes son las irregularidades en el registro de las salidas:

mínimo con destino a barrios vecinos de Córdoba	22	camiones
maximo " " " " " " "	86	"
mínimo " " " ciudades de la provincia	35	"
maximo " " " " " "	132	"

7.2. Distribución del tránsito por las entradas a la ciudad

El cuadro siguiente presenta el porcentaje del movimiento de camiones y carga habido durante los cinco días de encuesta, tomando por separado entradas, salidas y tránsito.

7.2.1 - Entradas

CUADRO Nro. 22

Puerta 1

Camino a Rosario - Buenos Aires
Camino a Villa María - Pilar - Río II

8% del total de camiones - 95% de papa

Puerta 2, 3, 4, 5, y 6

Camino a quintas suburbanas - 60 cuabras - San Carlos - San Antonio
Los Molinos

10% del total de camiones - 20% de zanahoria y batata

Puerta 10

Camino a Villa Allende - Sierra de Córdoba

6% del total de camiones - 10 % de zanahoria y batata

Puertas 12, 13, 14, y 15

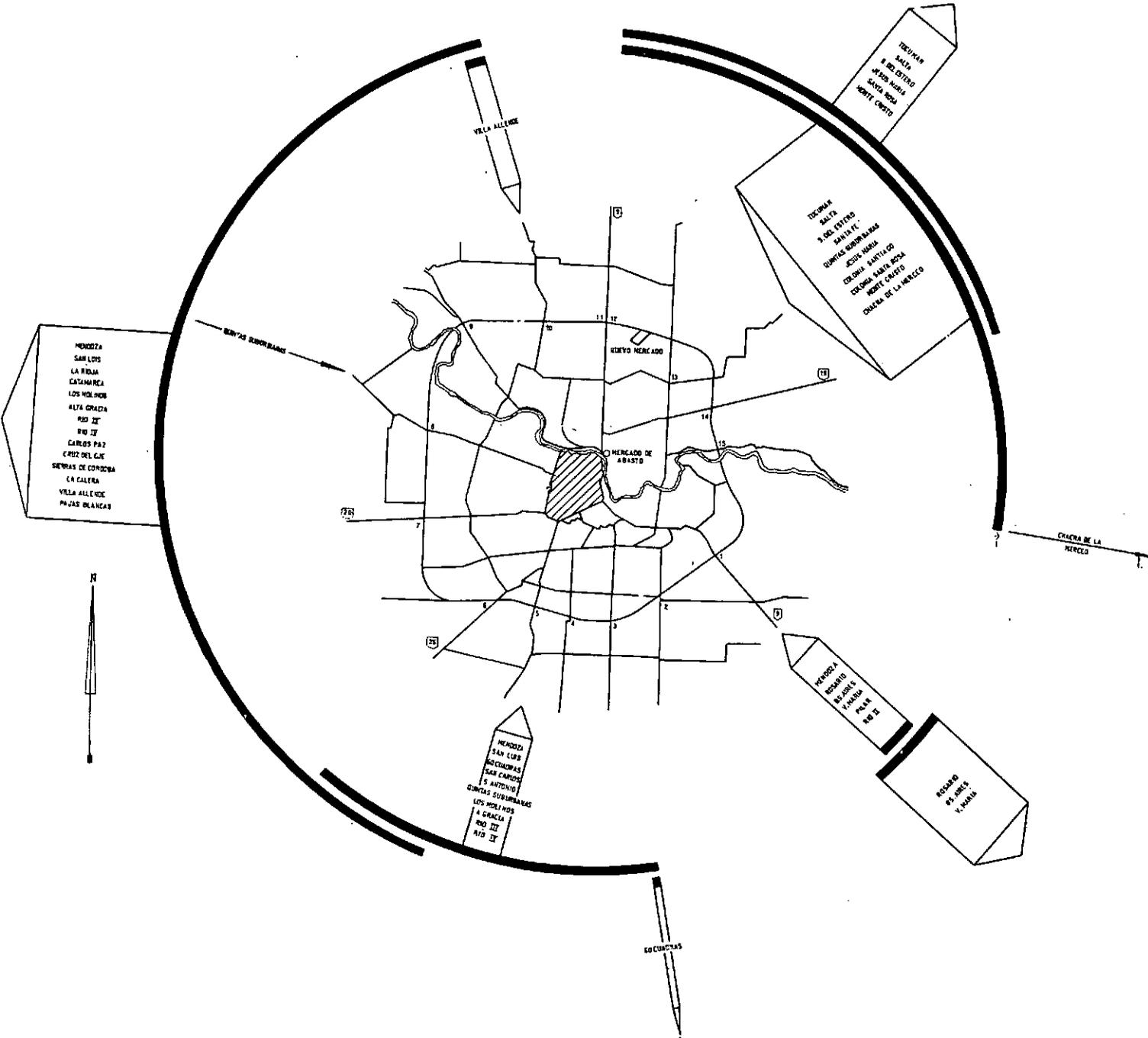
Camino a Tucumán - Salta - Santiago del Estero - Santa Fe
Camino a quintas suburbanas - Jesús María - Colonia Santiago - Colonia Santa Rosa - Montecristo - Chacra de la Merced

75 % del total de camiones - 100 % de tomate y pimientos - 100 % de citrus - 50 % de zanahoria y batata - 79 % de verduras del cinturón verde

ENTRADA Y SALIDA DE CAMIONES - DISTRIBUCION POR SECTORES

1mm. DE FLECHA = 1 CAMION

MAPA N° 5

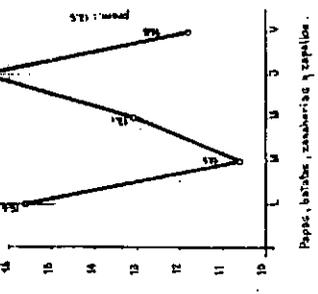
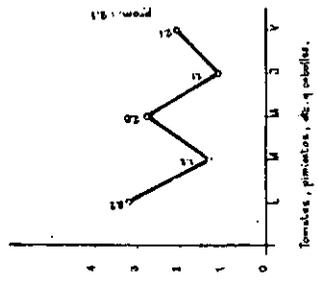
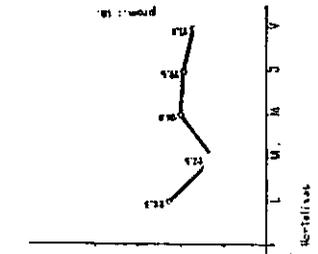


ENCUESTA DE ENTRADAS Y SALIDAS DE FRUTAS Y HORTALIZAS. VARIACION DIARIA.

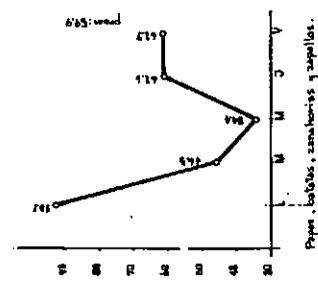
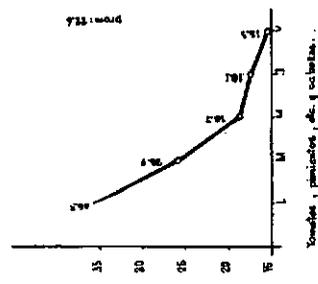
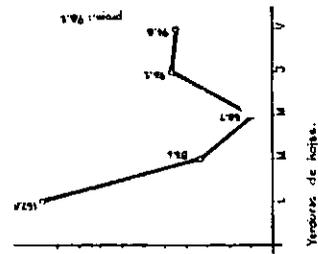
GRAFICO Nº 4

FRUTAS

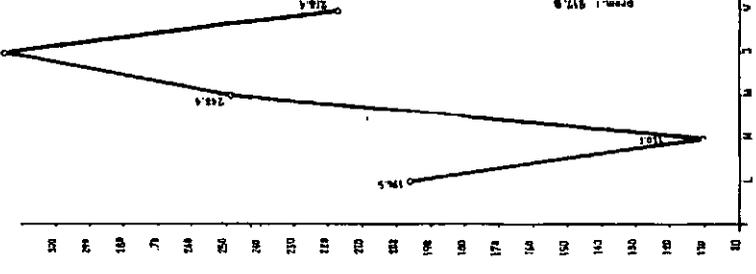
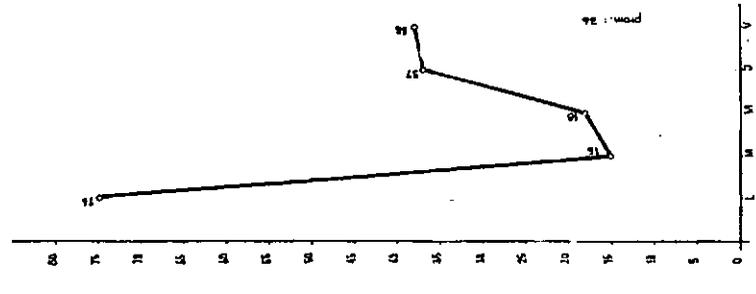
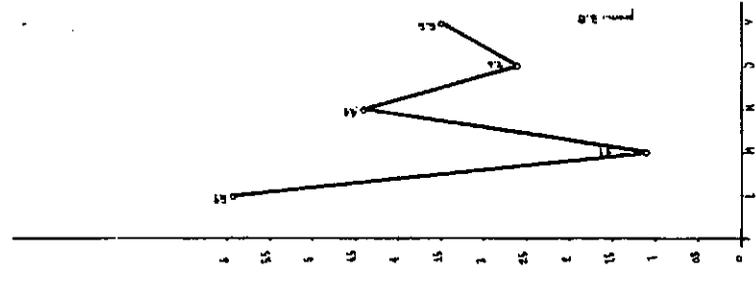
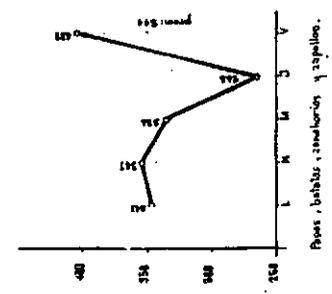
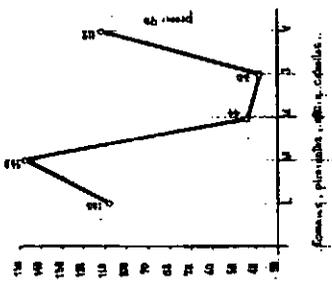
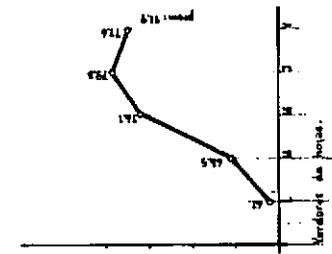
SALIDA A BARRIOS ADYACENTES A LA CIUDAD DE CORDOBA.



SALIDAS A CIUDADES DE LA PROVINCIA DE CORDOBA.



TOTALES DE ENTRADAS AL MERCADO Y CIUDAD DE CORDOBA.



SALIDAS A BARRIOS ADYACENTES A LA CIUDAD DE CORDOBA.

SALIDAS A CIUDADES DE LA PROVINCIA DE CORDOBA.

TOTALES DE ENTRADAS AL MERCADO Y CIUDAD DE CORDOBA.

CUADRO Nro. 23

7.2.2 - Salidas

Puertas 1 y 2

Camino a Rosario - Buenos Aires - Villa María - Río II - 60 cuadras.

45 % del total de camiones que van a otras provincias

15 % del total de camiones

Puertas 5, 6, 7, 8 y 9

Camino a Mendoza - San Luis - Los Molinos - Alta Gracia - Río IV
Río III - Carlos Paz - Cruz del Eje - La Rioja - Catamarca - Sierras
de Córdoba - La Calera - Villa Allende

15 % del total de camiones que van a otras provincias

60 % del total de camiones

Puertas 12, 13, 14 y 15

Camino a Tucumán - Salta - Santiago del Estero - Jesús María -
Santa Rosa - Monte Cristo - Chacra de la Merced

27 % del total de camiones que van a otras provincias

15 % del total de camiones

CUADRO Nro. 24

7.2.3 - Tránsito

Las entradas de zanahoria y batata se hacen por las puertas 3, 12,
13, 14 y 15.

Las entradas de papa se hacen por la puerta 1

Las entradas de tomate se hacen por la puerta 12

Esta clasificación, del mismo modo que el gráfico adjunto, permiten justificar la ubicación propuesta por la Municipalidad para la edificación del nuevo Mercado. Se debe tener en cuenta la proyección del camino de circunvalación propuesto por el Plan Regulador de la ciudad.

7.3 - Promedio de carga de los camiones

Es interesante conocer el promedio de carga de los camiones, tanto de entrada como de salida. El cálculo se hizo para el martes, día más importante de entradas, y para el lunes, día más importante de salidas:

Carga promedio de un camión entrado de otra provincia	10 Tn.
" " " " " " " " provincia de Córdoba	1200 Kg.
" " " " " " " " salido a suburbio de Córdoba	670 "
" " " " " " " " provincia de Córdoba	1580 "

7.4 - Horario de movimiento de vehículos

El día fué dividido en cuatro períodos iguales, a partir de la 1 de la madrugada, hora en la cual comenzó el control, presentándose en el cuadro adjunto la distribución del movimiento de vehículos entre madrugada, tarde y noche.

Se observa que los camiones que vienen de otras provincias entran regularmente durante las veinticuatro horas del día, al igual que los que vienen de la misma provincia de Córdoba, la mayoría del cinturón verde, aunque con mayor intensidad en las horas de la mañana. Esto significa que el abastecimiento del Mercado se realiza sin horario, y que el máximo de entrada de camiones abastecedores coincide con el máximo de salidas de camiones compradores. Esta distribución se va reforzando con el tránsito de camiones que realiza el traslado interno de la ciudad desde galpones, frigoríficos y estación ferroviaria. La mayoría de esos camiones entran en horas del día, con mayor intensidad por la mañana. El 70 % de los camiones entra en las 12 horas del día, y el 40% entre las 7 y las 12 de la mañana.

Considerando el mismo horario, se observa en la salida de los camiones compradores que el 88% lo hace en las 12 horas del día, y el 49 % únicamente por la tarde.

Se nota entonces una característica del Mercado local, en el cual las operaciones de la tarde tienen igual y a veces mayor importancia que las operaciones de la mañana. Este horario prolonga el tiempo que va de la cosecha al consumo del producto, siendo de destacar los del cinturón verde. En efecto, una parte de las hortalizas cosechadas en la tarde del domingo, son compradas en el mercado mayorista en la tarde del lunes, para ser vendidas al consumidor en la mañana del martes.

(ver cuadros)

CUADRO Nro. 25

Movimiento de Camiones - Horario

	De 7 a 1 hs.	De 7 a 11 hs.	De 13 a 19 hs.	De 19 a 1 hs.
ENTRADA AL MERCADO.				
Desde otras Pcias.	11	14	12	10
Desde Pcia. de Cdba.	31	90	43	30
Desde galpones vs.	2	35	19	3
Total	44	139	74	43
		46%	24%	100%
SALIDAS DE LA CIUDAD				
A otros pueblos	4	31	48	4
A barrios de la ciudad	3	20	14	4
Total	7	51	62	8
		40%	48%	100%

CUADRO Nro. 26

Variaciones diarias del Movimiento de Camiones en el Mercado

Día	22	23	24	25	26	Promedio
ENTRADAS A LA CIUDAD						
Desde otras Pcias.	43	32	34	98	35	
Desde Pcia. de Cdba.	185	208	221	140	215	
Entrada total al Mercado	270	303	305	280	307	293
SALIDAS DE LA CIUDAD						
A otras Pcias.	7	3	9	6	1	
A Pcia. de Cdba.	132	78	52	35	84	116
A barrios	86	30	22	28	34	
TRANSITO						
	66	52	79	40	39	55

CUADRO Nro. 27

Movimiento en los Puestos de la Ciudad - Promedio

Promedio de 5 días	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	Total
Entradas	15	4	9	4	2	1	0	2	0	10	0	21	50	37	31	0	186
Salidas	23	4	1	0	13	41	16	10	44	3	0	9	12	7	2	0	185
Tránsito	12	1	5	3	1	0	0	0	0	3	0	15	7	1	1	0	50

8 - Aves, huevos y pescado

No se pudo obtener mucha información en el control de entradas y salidas de estos productos. En efecto, el consumo de la ciudad está asegurado, tanto por los depósitos-frigoríficos locales como por las importaciones, por lo que su abastecimiento es muy irregular. Además, en las salidas, particularmente con destino a los barrios adyacentes, suelen utilizarse camiones que reparten productos de almacén, los que generalmente no fueron registrados en los puestos de control.

Con estas reservas hechas para aves y huevos, no así para el pescado que se puede considerar buena, se presentan los resultados siguientes:

CUADRO Nro. 28

Movimiento total de los cinco días

	Entradas	Salidas
Aves	13.124 Kgs.	306 Kgs.
Huevos	11.736 Kgs.	4 Kgs.
Pescado	680 Kgs.	--
Camiones	82 unid.	3 unid.

CUADRO Nro. 29

Variaciones diarias de las entradas de camiones

Día	22	23	24	25	26
Número de camiones	38	10	8	7	19

CUADRO Nro. 30

Tonelaje y entrada utilizada por los camiones el día 22

Puerta n°	1	3	4
Aves	7.253 Kg.	27 Kgs.	345 Kgs.
Huevos	5.787 Kg.	24 "	407 "
Pescado	--	--	470 "
Camiones	29 Unidades	1 Unidad	8 Unidades

Se puede afirmar que el volúmen de las entradas no corresponde al consumo de la ciudad, ya que el promedio normal para esa semana por producto debería de haber sido el siguiente, por día:

CUADRO Nro. 31

Aves	7 toneladas
Huevos	21 toneladas
Pescado	14 toneladas

Mientras que el resultado de la encuesta fué el siguiente:

CUADRO Nro. 32

Aves	3,6 toneladas
Huevos	2,5 toneladas
Pescado	0,12 toneladas

III - Análisis de la Encuesta de Comerciantes Mayoristas

A - Enfoque General

Hay una serie de factores tales como: transporte, condiciones económicas generales, clima, condiciones políticas y sociales, que determinan que la producción de alimentos muy perecederos como son las frutas y hortalizas y su comercialización, ofrezca tantas variedades de usos y prácticas, las cua-

les se mezclan en una misma operación o se modifican en cualquier momento, de tal manera que no existe ninguna ley, ni siquiera práctica determinada accesible a un análisis.

La comercialización de frutas y hortalizas es una suma de factores complejos, difícilmente perceptible a un análisis riguroso, permanentemente en evolución y con poca posibilidad de previsión, lo que hace muy personal y muy ágil el trabajo del comerciante mayorista. Si bien es cierto que los precios siguen la ley de oferta y demanda, el resultado está siempre modificado por factores externos, tales como: comodidad del comprador o causas fortuitas que tienen sus orígenes en la inestabilidad del gusto del consumidor, como también por accidente, errores, etc. Basta que se corte un camino o por la lluvia, que pare un tren por razones de huelga, que ocurra un acontecimiento político, que se realice una propaganda publicitaria -ni siquiera orientada- entre los productos alimenticios, para que la mercadería falte o por el contrario se acumule sin posibilidad de venta. Esto no es la excepción, sino la ley normal en la comercialización de frutas y hortalizas.

De allí viene el carácter especial de los negociantes mayoristas de frutas y hortalizas, como así también las características muy complejas del funcionamiento de los mercados de concentración mayorista en los que ellos operan.

El trabajo de análisis de las encuestas realizadas, consiste fundamentalmente en elevar el juicio individual que se puede obtener de cada mayorista, a fin de llegar a determinar dentro del conjunto del Mercado, grupos de los que trabajan con capital, necesidades técnicas y criterios equivalentes. Se utiliza para ello las interrelaciones que existen entre los tonelajes vendidos, las superficies utilizadas, las especialidades, los orígenes de las compras, los destinos de las ventas, el número de empleados, etc. Es evidente que cada provincia, cada Mercado, tiene sus características y sus grupos, por lo que habrá que definirlos en la conclusión de este análisis.

Las tres asociaciones más representativas de los negociantes y productores de frutas y hortalizas ofrecieron una amplia colaboración para la realización de la encuesta. Las mismas son las siguientes:

- Asociación de Consignatarios Paperos del Mercado Municipal de Patatas. -
- Asociación de Consignatarios y Locatarios del Mercado de Abasto.
- Federación Agraria Argentina - Filial Córdoba

Las encuestas se realizaron en base a una clasificación existente entre

los mayoristas.

Los paperos son los mayoristas que comercializan en el Mercado Municipal de Patatas la totalidad de las papas importadas de zonas de producción ajenas a la provincia de Córdoba.

Los locatarios consignatarios que comercializan en el Mercado de Abasto los productos importados de otras provincias, fundamentalmente frutas y hortalizas del norte en invierno, ocupan puestos cerrados que rodean el area del Mercado.

Los playeros comercializan en el Mercado de Abasto productos del cinturón verde de la ciudad sobre una playa dividida en espacios individuales.

Los productores comercializan como los playeros o sobre playa libre.

El Mercado de Abasto, por ser Municipal, somete a los mayoristas a un impuesto sobre la superficie que ocupan, razón por la cual las declaraciones de tonelaje vendido tienden a ser reducidas para evitar el aumento de dicho impuesto. Es así que la casi totalidad de las declaraciones de los mayoristas importantes están reducidas en un porcentaje que se determinará oportunamente.

Por la misma razón hubo un cierto rechazo de colaboración por parte de algunos mayoristas, que impidió hacer más del 60% de mayoristas en cada una de las categorías, con excepción de los paperos, que fueron todos entrevistados. La imposibilidad de analizar la totalidad del Mercado, nos impone la difícil tarea de la generalización de la muestra a su población total.

B - Análisis Particular

1 - Locatarios y Consignatarios del Mercado

Conforme a la lista del Mercado y teniendo en cuenta las agrupaciones de algunos puestos en un solo local, utilizado por una firma o una sola familia, hay 109 locatarios que ocupan 7.234 m², de los cuales 2.316 m², de sótano son utilizados como maduraderos o depósitos varios.

De ese total se entrevistó a 60 locatarios, 41 fueron clasificados en grupos caracterizados y 8 quedaron indefinidos.

La superficie utilizada por los locatarios ubicados en grupos caracterizados alcanza a 4.940 m²., por los 8 indefinidos 386 m² y por los no

entrevistados 1.908 m2.

De este modo, fué analizado el 70% de la superficie y el 55% de los comerciantes. Esto confirma que por lo general fueron entrevistados preferentemente los mayoristas más importantes, los que juegan un papel determinante en la vida del Mercado y además suministran informaciones más amplias.

Tenemos dos formas de clasificar a los locatarios. Se pueden utilizar las declaraciones de tonelaje comercializado en el año, o bien se puede hacer sobre la superficie del puesto ocupado en el Mercado para la venta, o también la superficie total declarada por el entrevistado. Pero sabemos que las declaraciones son generalmente inferiores a lo real y es mejor proceder en dos tiempos y hacer una primera clasificación sobre el dato cierto que es la superficie utilizada para la comercialización en el Mercado de Abasto. Presentamos en el cuadro n° 33 la primera clasificación.

CUADRO Nro. 33

Tipo del Grupo	a	b	A	B	C	D
Superficie límite	De 0 a 20 m2	De 20 a 40 m2	De 40 a 60 m2	De 60 a 80 m2	De 80 a 100 m2	Más de 100 m2
Número Analizado	4	15	27	7	5	7
Superficie total del grupo	80 m2	500 m2	1322 m2	497 m2	415 m2	832 m2
Ventas anuales Promedio c/u.	288 Tn.	428 Tn.	760 Tn.	760 Tn.	1100 Tn.	3500 Tn.
Ventas anuales por m2	14 Tn.	13 Tn.	16 Tn.	11 Tn.	13 Tn.	30 Tn.
En las entradas % de vagones comp.	8 %	11 %	25 %	27 %	60 %	6 %
En las entradas % de camiones comp.	27 %	120 %	36 %	33 %	20 %	26 %
N° de empleados por puesto	2,7	4,1	3,5	3,1	6,2	10,4
% de productores	25 %	25 %	37 %	54 %	20 %	54 %
% Que tienen depósitos ext.	0	13 %	60 %	28 %	40 %	45 %

A esta altura del análisis no se puede notar ninguna anomalía en las declaraciones, y muy por el contrario la relación tonelaje comercializado-superficie ocupada parece ser real (11 a 30 tn./m²/año). Aunque bajo, el tonelaje promedio individual vendido por grupo podría parecer significativo de cada uno de ellos. También el número de empleados es representativo. Sin embargo, dos elementos son de difícil análisis por haber sido mal contestados, la cantidad de vagones y camiones completos recibidos por los mayoristas.

En el resumen de este cuadro se puede decir que ya aparecen dos grupos de mayoristas, uno que vende 288 y 428 tn. de promedio por año y otro que vende más de 700 tn. Los primeros son mayoristas revendedores marginales en sus funciones de negociantes mayoristas, aunque las declaraciones pueden ser inferiores a la verdad. Enefecto, 300 tn. por año a un promedio de \$ 15 el kg. y 10% de margen de beneficio, el comerciante tendría rentas anuales equivalentes a \$ 500.000 m/n. Por la insuficiencia del monto indicado, las declaraciones no se ajustan a la verdad. El segundo grupo, que revela un alto número de galpones privados fuera del Mercado, debe de estar también muy lejos de la verdad en sus declaraciones, aunque representa a un tipo de negociantes caracterizado.

Tenemos entonces que detallar más las características de cada grupo. En el cuadro N° 34 presentamos los diecinueve mayoristas que ocupan en el Mercado puestos de exposición y venta superior a los 60 m². Se detallan para cada uno:

- Puestos y depósitos ocupados en el mercado según estadística municipal;
- Depósitos declarados fuera del mercado;
- Depósitos y puestos declarados en el mercado municipal

(ver cuadro)

CUADRO Nro. 34

Encuesta de Comerciantes Mayoristas
Locatarios y Consignatarios

Análisis de la muestra entrevistada

Locatarios con puesto superior a 60m² en el Mercado

Superficie utilizada

N° de orden	Superficie ocupada según estadística del Mercado Puesto + Depósito	Total	Depósitos externos al Mercado de clarados	Puestos y depósitos declarados en el Mercado	Superficie considerada para la encuesta
1	110 + 175	285	900	76+110+100 Mad.	1.185
2	86 + 122	208	400	86+100 Mad.	600
3	83	83	400+100 Mad.	83	583
4	71 + 56	127	400	70	520
5	137 + 212	349	X	137+210	349
6	92	92	300	92+ 30 Mad.	420
7	90	90	100	90	190
8	126 + 67	193	X	120+ 70	190
9	92	92	X	140	140
10	67	67	X	110	110
11	87 + 70	157	X	75+ 45 Mad.	157
12	105	105	X	120	105
13	51+92 + 236	379	X	80+ 30 Mad.	230
14	92	92	X	90	92
15	86 + 70	156	X	80+ 60+ 10 Mad.	156
16	81	81	X	80	81
17	XX	XX	X	72	72
18	82	82	X	66	82
19	47	47	X	64	64
		2.685	2.600		5.326

El análisis detallado de cada uno de los formularios correspondientes, permite establecer la superficie real utilizada por el mayorista, que se presenta en la columna del mismo cuadro. Este resultado permite componer el cuadro N° 35. En este se detalla, para cada uno de los mayoristas, la superficie que utiliza realmente para la comercialización, el volumen de ventas a-

nuales que han declarado, el volúmen que técnicamente debería ser el mínimo razonable -tomando como base 10 tn./m2./año y el volúmen que será considerado como real, en base al análisis detallado del formulario de la encuesta y particularmente de las declaraciones de venta de día mínimo y máximo, como las declaraciones de empleados que se detallan en las dos últimas columnas.

CUADRO Nro. 35

N° de Orden	Superficie Considerada	Volúmen de clarado operaciones anuales	Volúmen técnicamente probable 10 Tn/m2	Volúmen supuesto como aceptable Tn.	Ventas en Kgs. del día menor y mayor	N° de Empleados
1	1.185	1.900 Tn.	12.000 Tn.	10.000	1.500-5.000	23
2	600	400	6.000	6.000	2.000-18.000	8
3	583	2.000	5.830	3.000	1.000-4.000	3
4	520	1.500	5.230	5.000	1.000-60.000	4
5	349	2.000	3.490	5.000	5.000-20.000	11
6	420	1.400	4.200	4.000	1.000-5.000	2
7	190	750	1.900	1.500	1.500-7.500	11
8	190	360	1.900	1.900	450-4.500	3
9	140	360	1.400	2.000	200-3.600	5
10	110	2.200	1.100	2.200	3.000-15.000	4
11	157	1.440	1.570	1.500	1.000-3.700	3
12	105	5.300	1.050	5.300	2.000-50.000	6
13	230	560	2.300	2.300	800-4.000	4
14	92	300	920	600	500-5.000	6
15	156	1.800	1.560	1.800	500-2.500	5
16	81	838	810	900	3.000-23.000	6
17	72	84	720	200	200-1.000	-
18	82	600	820	600	1.200-2.500	3
19	64	600	640	600	200-10.000	3
		24.392	53.440	54.400		

4,6 TN/año/m2

Resultado: Grupo I arriba de 1.000 Tn.
N° 1-2-3-4-5-6-7-8-9-10-11-12-13-15

Grupo II arriba de 600 Tn.
N° 14-16-17-18-19

De este cuadro sacamos como primer resultado:

- 1 mayorista vende más de 10.000 tn. por año;
- 13 mayoristas venden más de 1.000 tn. por año;
- 5 mayoristas venden más de 600 tn. por año;

El mismo modo de análisis se hace para el grupo de mayoristas que tienen puestos entre 40 y 60 m². Igualmente el cuadro N° 36 permite calcular el volúmen realmente vendido por cada mayorista y sacar la clasificación siguiente:

- 3 mayoristas venden más de 1.000 tn. por año;
- 3 mayoristas venden más de 600 tn. por año;
- 8 mayoristas venden más de 300 tn. por año.

(ver cuadro)

CUADRO Nro. 36Locatarios con puesto entre 40 y 60 m² de superficie en el MercadoEstimaciones de los volúmenes de comercialización

N° de Orden	Días extremos en Kg. p/día	Volúmen declarado	Superficie real utilizada	Tone-laje Técnico 10 Tn/m ²	Volúmen supuesto como aceptable	N° de Empleados
20	800 - 6.000	400	60	600	900	3
21	750 - 1.700	175	50	500	300	4
22	250 - 4.000	400	85	850	600	2
23	250 - 1.000	300	50	500	300	2
24	500 - 1.500	300	55	550	300	3
25	600 - 3.000	300	50	500	500	3
26	400 - 5.000	1.000	55	550	1.500	3
27	1.000 - 10.000	2.000	82	820	3.000	3
28	300 - 3.000	450	55	550	500	3
29	1.000 - 5.000	500	47	470	500	3
30	400 - 6.000	640	50	500	600	3
31	700 - 3.000	300	60	600	500	6
32	400 - 2.400	240	49	490	400	3
33	2.000 - 3.500	500	78	780	1.500	2
			826 m ²	11.400 Tn.		

14 Tn/m²/año

Resultado: Grupo I arriba de 1.000 Tn.
N° 26 - 27 - 33

Grupo II arriba de 600 Tn.
N° 20 - 22 - 30

Grupo III arriba de 300 Tn.
N° 21-23-24-25-28-29-31-32.

Del mismo grupo (40 a 60 m², en el Mercado), se destacan doce mayores que por tener galpones de depósitos externos al Mercado, representan un grupo en parte análogo al grupo de los mayoristas que tienen más de

100 m2. de puesto. El mismo modo de análisis nos permite presentar en el cuadro N° 37 los tonelajes realmente comercializados por tales puesteros:

- 9 mayoristas venden más de 1.000 Tn. por año;
- 3 mayoristas venden más de 600 Tn. por año.

CUADRO Nro. 37

Locatarios con puestos entre 40 y 60 m2. que por condiciones especiales se juntan al grupo con puesto superior a 60 m2.

Estimaciones de los volúmenes de comercialización

N° de Orden	Superficie Puesto	Superficie Externa	Tonelaje Declarado	Días extra- mos en Kg. por día	N° de Empl.	Tonelaje técnico 10 tn/m2.	Vol. Supues to
34	56	168	380	700- 2.500	4	2.200	1.800
35	50	100	140	280- 7.000	4	1.500	1.500
36	47	200	1.500	1.000- 1.500	2	2.500	1.500
37	55	150	2.000	1.000- 1.500	3	2.100	2.000
38	45	135	380	1.000- 5.000	4	1.800	1.000
39	50	150	600	1.000- 3.000	3	2.000	750
40	60	60	250	600- 6.000	3	1.200	750
41	46	80	1.600	3.000-10.000	6	1.200	2.000
42	49	75	750	1.250- 3.250	3	1.200	750
43	45	204	930	2.000- 9.000	3	2.500	1.750
44	56	200	750	1.000- 5.000	3	2.500	2.000
45	45	500	1.765	2.000-25.000	9	5.500	6.000
604		2.022	11.045				21.800

4 Tn/año/m2.

8,3 Tn/
año m2.

Resultado: Grupo I arriba de 1.000 Tn.
N° 34-35-36-37-38-41-43-44-45

Grupo II arriba de 600 Tn.
N° 39-40-42

En el cuadro N° 38 se presenta el grupo de 20 a 40 m2. con los resultados siguientes:

- 1 mayorista vende más de 1.000 tn. por año:
- 1 mayorista vende más de 600 tn. por año;
- 5 mayoristas venden más de 300 tn. por año:
- 5 mayoristas venden más de 50 tn. por año

CUADRO Nro. 38

Locatarios con puestos de 20 a 40 m² en el Mercado

Nº de Orden	Tonelaje declarado	Días extremos kgs. por día	Número de Empleados	Superficie declarada	Superficie seg. lista del Merc.
46	300	500-2.000	2	24	X
47	100	500-1.500	2	40	47
48	X	X X		30	23
49	96	100-1.000	2	30	38
50	500	500-2.000	5	21	23
51	200	250-1.500		38	47
52	125	250-1.500	2	35+20	46
53	400	600-2.000	3	32	40
54	400	1.000 -2.000	2	32	23
55	450	1.200 -2.000	4	26	24
56	1.500	2.500 -6.500	3	35	X
57	875	700-9.800	4	25	X
	<u>4.946 Tn</u>			<u>388</u>	

12,7 Tn/m²/año

Resultado: Grupo I arriba de 1.000 Tn por año

Nº 56

Grupo II arriba de 600 Tn por año

Nº 57

Grupo III arriba de 300 Tn por año

Nº 46-50-53-54-55

Grupo IV inferior a 300 Tn por año

Nº 47-49-51-52 y 48

En el cuadro N° 39 se presentan mayoristas del grupo anterior, que por tener depósitos externos al Mercado se asimilan al grupo de los mayoristas con puestos superiores a 60 m2.

- 3 mayoristas venden más de 1.000 tn. por año

CUADRO Nro. 39

Locatarios con puestos de 20 a 40 m2. que por condiciones especiales se unen al grupo poseedor de puestos en el mercado superiores a 60 m2

N° de Orden	Tonelaje declarado	Días extremos Kgs. por día	Número de empleados	Superf. declar.	Superf. según lista del Mercado	Tonela-je comer- cializado según es- timación
58	500	1.000- 5.000	5	40+ 50	45 109	1.200
59	4.000	10.000-15.000	7	40+ 80	45 - 129	4.000
60	600	1.000- 3.000	8	40+300	114	1.200
					444	6.400

14 Tn/m2/año

Resultado: 3 en el grupo I

El registro de la administración del Mercado permite determinar los mayoristas importantes que no fueron entrevistados y que se detallan en el cuadro N° 40. -

(ver cuadro)

CUADRO Nro. 40Características de la Población No AnalizadaLocatarios con puestos superiores a 100 m².

N° de Puesto	Superficie según lista del Mercado
40	60 + 115 = 175
23	45 + 135 = 180
34	42 + 58 = 100
24	46 + 74 = 120
	<u>575 m².</u>

Locatarios con puestos de 60 a 100 m².

N° de Puesto	Superficie según lista del Mercado
4	45 + 35 = 80
4 bis	91
3	87
51	63
	<u>321 m².</u>

Como resúmen se presenta el cuadro N° 41, del cual se pueden sacar las características básicas de los grupos fundamentales de locatarios consignatarios del Mercado de Abasto.

(ver cuadro)

CUADRO Nro. 41

Encuesta de Comerciantes Mayoristas Locatarios y Consignatarios

Resumen General del Análisis

Característica del grupo	Analizados Mercado.m2	Superf. Externa	Tonelaje Estimado	Comercializado p/m2. de puesto	Gpo. Result. No. Mayoristas				
					I	II	III	IV	
Más de 60 m2	19	2.726	54.400	10 Tn/año	14	5	-	-	
De 40 a 60 m2	14	826	11.400	14 Tn/año	3	3	8	-	
Con más de 100 m2	12	604	21.800	8 Tn/año	9	3	-	-	
De 20 a 40 m2	12	340	5.045	14 Tn/año	1	1	5	5	
Con más de 100 m2	3	444	6.400	10 Tn/año	3	-	-	-	
Total	60	4.940 m2	99.046 Tn.		30	12	13	5	
					50%	20%	20%	10%	
<u>No Analizados.</u>									
Más de 100 m2	4	575			3	1	-	-	
Más de 60 m2	4	319			2	2	-	-	
De 10 a 60 m2	33	1.014			3	4	13	13	
Total	41	1.908 m2.	28.620 Tn.	15 Tn/año	8	7	13	13	
Indefinidos	8	386 m2.	5.790 Tn.	15 Tn/año	-	-	4	4	
Total General	109	7.234 m2	133.455 Tn.		38	19	30	22	

El tonelaje total comercializado por los locatarios consignatarios asciende, según nuestras estimaciones, a 100.000 tn. anuales. -

En base a la superficie realmente utilizada para la comercialización se puede presentar la clasificación siguiente:

CUADRO Nro. 42

Más de 10.000 tn.	Más de 1.000 tn.	Más de 600 tn.	Más de 300 tn.	Más de 50 tn.	T o t a l
1	37	19	30	18	100.000 tn.

Se observan así dos grupos de mayoristas. Los grandes, que tienen un volúmen de venta que justifica la modernización de sus implementos de trabajo. Son aproximadamente 57 y ocupan 9.600 m². El coeficiente de utilización del piso es muy bajo, entre 8 y 10 toneladas por metro cuadrado y por año. Como la mayoría utiliza galpones externos al Mercado para depósitos de productos, envases y otros usos, directa o indirectamente vinculados a las ventas del Mercado, estimamos que esa superficie es muy superior a la realmente utilizada para la comercialización, lo que justifica este coeficiente bajo.

El segundo grupo, que no tiene depósitos externos, presenta un promedio de coeficiente superior a las 14 tn./m²/año. En este grupo hay 52 mayoristas, utilizan 2.600 m² de puestos que tienen entre 10 y 60 m² cada uno. La mayoría de ellos se encuentra muy por debajo del nivel mínimo de rentabilidad, teniendo en cuenta el volúmen de venta, y no justifican la edificación de puestos medianos, a tal punto que sólo se podrían asimilar a los revendedores, quinteros y playeros.

Los productos comercializados por los locatarios consignatarios son, principalmente, frutas importadas de otras provincias (citrus, manzana, pera, banana, ananá, melón, sandía y uva).

Comercializan menos de tres tipos de frutas:

- 50 % de los mayoristas con puestos superiores a 80 m²
- 70 % de los mayoristas con puestos superiores a 60 m²
- 30 % de los mayoristas con puestos superiores a 40 m²

Estos tipos de frutas son citrus, manzana y uva.

Comercializan también hortalizas:

- 80% de los mayoristas con puestos superiores a 80 m²
- 70% de los mayoristas con puestos superiores a 60 m²
- 60% de los mayoristas con puestos superiores a 40 m²

Las hortalizas más frecuentemente declaradas con: tomate y cebolla, por los mayoristas grandes; tomate, cebolla y zapallo, por los mayoristas medianos y tomate, cebolla y papa por los mayoristas chicos.

De los que comercializan hortalizas lo hacen únicamente con tomate:

- 70% de los mayoristas con puestos superiores a 80 m²
- 55% de los mayoristas con puestos superiores a 60 m²
- 50% de los mayoristas con puestos superiores a 40 m²

Todos son consignatarios, mientras que algunos declaran actuar como comerciantes comprando la mercadería que venden:

- 90% de los mayoristas con puestos superiores a 100 m²
- 80% de los mayoristas con puestos superiores a 80 m²
- 50% de los mayoristas con puestos superiores a 60 m²
- 25% de los mayoristas con puestos superiores a 40 m²

Entre los mayoristas que utilizan puestos superiores a los 100 m² hay un 60% de productores. El promedio baja al 25% entre los mayoristas con puestos inferiores.

Todos los mayoristas declaran comprar directamente al productor y a importadores, cuando se trata de banana y ananá. Algunos, en número reducido como para que los porcentajes tengan significación, declaran comprar a acopiadores, comerciantes y consignatarios. En este último caso, los mayoristas del grupo que tienen puestos de superficie inferior a los 40 m² declaran comprar un 30% de sus mercaderías. Pensamos que a pesar de las declaraciones registradas, las ventas de consignatarios fuertes a consignatarios chicos debe ser mucho mayor.

Esta afirmación se puede confirmar observando las declaraciones sobre forma de vender. Aunque las declaraciones de los componentes del grupo con puestos superiores a los 80 m² no son muy veraces, las ventas se hacen según las mismas en un 30% de promedio a otros mayoristas, y dos entrevistados de este mismo grupo declararon realizar el 60% de sus ventas a mayoristas. Este porcentaje baja a un 20% en el grupo con puestos superiores a 60 m², y queda sin significación en los otros grupos inferiores.

En conclusión, el rol cumplido por los consignatarios grandes consiste en buscar en las distintas zonas productoras del país los productos que faltan en la zona de Córdoba. Esos negociantes tienen que facilitar la financiación de compras importantes, tener equipos apropiados para asegurar el transporte, y a la llegada del producto a Córdoba vender en la forma más rápida posible. A tal efecto, deben multiplicar su propia capacidad de venta por medio de un gran número de consignatarios, comerciantes y distribuidores-revendedores locales. El buen cumplimiento de esta misión exige un capital fuerte y una larga experiencia. Estos mayoristas declararon superficies de puestos superiores a los 80 m² (60 m² para los marginales). Muchos son productores importantes, reciben gran cantidad de camiones y vagones completos, venden por lo general más de 1.000 toneladas por año (algunos de 5.000 a 10.000 tn., los marginales entre 600 y 1.000 tn.) y son generalmente especialistas en cuatro o cinco productos. De los 60 que se pueden ubicar en este grupo, 20 son marginales. Pensamos que de no reconocerse esa diferencia de características operativas no se podrá mejorar la productividad de un mercado nuevo dotado de las herramientas de trabajo moderno.

En lo que concierne a los otros grupos, deben considerarse revendedores, que si bien cumplen en la actualidad una función necesaria, podrán, sin embargo, desaparecer o transformarse en otro tipo de comerciantes el día que las condiciones locales de distribución minorista o de la misma redistribución mayorista lo exija.

2 - Consignatarios paperos

Si fueron entrevistados y analizados aparte, es únicamente porque los paperos actúan en un Mercado distinto y lejos del Mercado de Abasto, con una administración propia. Pero técnicamente son una categoría bien caracterizada de consignatarios fuertes, igual que los que fueron analizados en el capítulo precedente.

De los 18 paperos existentes 11 fueron analizados.

Todos venden un solo producto, por supuesto papa, que compran a productores de otras provincias cuando la producción local no permite el abastecimiento normal de la ciudad. De ellos el 30% son productores. El promedio de empleados utilizado por cada uno es de cinco. Los paperos venden parte a distribuidores-camioneros y parte a playeros y consignatarios-revendedores del Mercado Municipal de Abasto. Gracias a la separación física de los dos mercados y a la concentración obligatoria de la papa importada, el movimiento y la operación comercial de reventa entre mayoristas del mismo mercado, a diferencia de lo que dijimos anteriormente para tomate, cebolla, uva, citrus, etc., que es de difícil comprobación, puede serlo perfectamente en papa.

Los papereros no tienen puestos individuales, utilizan en común un galpón para las entradas diarias. El producto no se almacena generalmente más de cuatro días en el Mercado. El galpón tiene 1.224 m², alquilando los mayoristas galpones particulares con una superficie total de 368 m².

Según la estadística del Mercado Municipal de Patatas (ver capítulo sobre análisis del Mercado), las operaciones realizadas por este Mercado se eleva a 80.000 bolsas mensuales de promedio durante 7 meses, o sea 28.000 tn. por año. El resultado de la encuesta llega a 37.250 tn. para el año 1962, con mayoristas que venden 7.500 tn. como máximo y 200 tn. como mínimo. Esas operaciones significan una utilización de puestos de 35 tn./m²/año.

En resumen: de los 18 papereros inscriptos y de los 11 entrevistados, 9 representan más del 90% de las operaciones, debiendo agregarse a los 40 mayoristas fuertes del Mercado de Abasto. Ocupan una superficie de 1.600 m², que reconocemos inferior a la necesaria. El 60% de las ventas se revenden en el Mercado de Abasto.

3 - Comerciantes playeros

La playa central del Mercado de Abasto está utilizada por negociantes que tienen puestos fijos y por los que venden en zonas de utilización libre.

En la playa con puestos fijos fueron entrevistados 26 comerciantes que ocupan 559 m², y 11 productores que ocupan 175 m², sobre un total de 2.790 m.

De los 26 comerciantes con puestos fijos analizados el 23% son productores.

Todos comercializan productos de la zona, frutas y hortalizas, y el 90% vende más de 5 productos. Del total, el 20% comercializa hortalizas únicamente. Todos los productos vienen directamente del productor, y son vendidos en consignación. Sin embargo, el 50% de los playeros declara comprar productos a los consignatarios locales. El 40% vendió papa, 15% tomate, 15% uva y el 5% zapallo.

El 50% de los playeros tiene camión propio en la siguiente proporción, de acuerdo a la superficie ocupada:

- 100% de los playeros con más de 40 m² de puesto
- 60% de los playeros con más de 23 m² de puesto (1 tiene 2)
- 33% de los playeros con menos de 23 m² de puesto (1 tiene 2)

Teniendo en cuenta la superficie de puesto declarada por los entrevistados, se ubican 3 grupos distintos que caracterizan la importancia de los comerciantes:

- 1er. grupo: 5 playeros con puestos superiores a 40 m²
- 2do. grupo: 6 playeros con puestos superiores a 23 m²
- 3er. grupo: 15 playeros con puestos inferiores a 23 m²

Siendo el promedio de la muestra analizada de 22 m² por puesto, quiere decir que fueron entrevistados preferentemente los mayoristas de mayor importancia, ya que los 103 comerciantes con puestos fijos ocupan un total de 1.400 m².

La superficie de los puestos de los entrevistados del 1er. grupo en el Mercado es la siguiente en metros cuadrados:

47 - 44 - 43 - 20 - 14

agregando en el mismo orden los depósitos externos al Mercado:

47 - 44 - 193 - 45 - 74

Para los mismos presentamos a continuación los tonelajes comercializados durante el año::

500 - 450 - 7.812 - 850 - 1.825

lo que permite calcular los siguientes coeficientes de toneladas por metro cuadrado y por año (tn/m²/año) :

10,7 - 10,3 - 40,5 - 19 - 24,7

Se pueden considerar las declaraciones mayores como buenas, ya que el entrevistado no tiene ningún interés en aumentar las mismas, coincidiendo por otra parte los otros elementos de la encuesta. De este modo nos parece razonable tomar las primeras declaraciones como normalmente bajas y admitir para ese grupo un promedio de 21 a 25 tn/m²/año.

El promedio individual de ventas reales para este grupo se puede entonces estimar en 1.600 toneladas anuales.

El 2° grupo se compone de la parte más representativa de los playeros con puestos fijos. Los entrevistados declararon los siguientes datos de superficie ocupada y tonelaje comercializado:

24	24	26	30	30	35	metros cuadrados
1.960	1.970	96	2.500	300	720	toneladas

lo que permite calcular los siguientes coeficientes:

80	80	3,6	80	10	20	tn/m ² /año
----	----	-----	----	----	----	------------------------

Es evidente la falta de valor de la contestación del tercer comerciante, ya que el mismo por otra parte declara ventas diarias de 4 tn. como mínimo y 10 tn. como máximo. Tampoco vale la contestación del quinto mayorista, que declara ventas diarias de 1 y 6 tn., mínimo y máximo.

Se puede admitir que el 66% de los mayoristas de este grupo comercializa entre 20 y 30 tn/m²/año. Esos coeficientes pueden parecer excesivos, sin embargo son reales, ya que representan el promedio de 300 días efectivos de venta, 266 kgs. -aproximadamente 10 bultos- por día y por m², que puede aún ser más si se tiene en cuenta que la mayoría de la mercadería es papa y batata que ocupa normalmente 1 m² cada 1.000 kgs. A pesar de ello debe considerarse ese modo de operar como anormal.

Teniendo en cuenta ese modo anormal, el coeficiente del 2° grupo debe localizarse en el promedio de 60 tn/m²/año.

La venta promedio anual de los entrevistados de este grupo se puede estimar en 1.600 tn. por comerciante, que es igual a la del grupo anterior. La falta de espacio disponible, que obliga a los mayoristas eficaces a desarrollarse sin poder aumentar las dimensiones de los puestos, o la no declaración de las operaciones que se realizan fuera del Mercado -sobre camiones en la calle o en galpones- pueden explicar el coeficiente indicado más arriba.

Del último grupo se entrevistó a 15 comerciantes y se obtuvo las siguientes declaraciones de superficie y tonelaje:

15	-	18	-	18	-	20	-	12	-	12	-	19	-	14	-	15	-	m ²
500		2.600		840		920		840		560		550		560		300		tn
21		20		10		10		10		8								m ²
500		900		350		360		1.400		60								tn

Se destacan tres categorías:

En la primera tenemos un mayorista muy fuerte que con 18 m² de puesto comercializa 2.600 tn. La encuesta, buena en general, no permite pensar en

un error grave, sino que el entrevistado omitió declarar galpones externos, ya que no se puede tomar como "real" una comercialización de 140 tn/m²/año. Este mayorista debe sumarse a los del primer grupo.

En las dos categorías siguientes tenemos:

- El 33% que vende 900 tn., con un coeficiente de 50 tn/m²/año
- El 66% que vende 500 tn., con un coeficiente de 30 tn/m²/año

En este grupo no hay declaración de utilización de galpones externos, lo que puede considerarse veraz.

En conclusión tenemos en primer lugar de cada grupo, mayoristas que superan en mucho el promedio de este. Algunos declararon puestos externos, otros no, pero el coeficiente de utilización del suelo lo revela. (Cuando hablamos de "real" se entiende que es lo declarado más lo estimado no declarado).

- En el 1er. grupo hay 1 mayorista con 8.000 tn. anuales y 40 tn/m²/año
- En el 2do. grupo hay 1 mayorista con 2.500 tn. anuales y 180 tn/m²/año
- En el 3er. grupo hay 1 mayorista con 2.500 tn. anuales y 140 tn/m²/año
(local no declarado)

Esas excepciones suman 3 comerciantes que utilizan 91 m² en el Mercado, más de 150 m² declarado fuera del Mercado, y probablemente 300 m² más no declarado, y venden 22 tn./m²/año "real".

En segundo lugar se encuentran los mayoristas fuertes normales, que son:

- 4 en el 1er. grupo, con 154 m² en el Mercado y 85 m² externos - Venden 22 tn./m²/año real
- 5 en el 2do. grupo, con 139 m² en el Mercado - Venden 80 tn. m²/año en el Mercado
- 3 en el 3er. grupo, con 48 m² en el Mercado - Venden 50 tn. m²/año en el Mercado.

En tercer lugar están los otros 11 mayoristas que ocupan 185 m², con ventas promedio de 30 tn/m²/año.

Los comerciantes que hemos clasificado como excepciones representan el 10% del total de la muestra. Este porcentaje, aplicado a la población total de playeros, elevaría a 9 las excepciones, pero teniendo en cuenta el alto promedio de mayoristas importantes entrevistados las reducimos a 6.

- 6 mayoristas ocupan 200 m² en el Mercado y 600 m² fuera del mismo, venden 25.000 toneladas por año.

La superficie ocupada en el Mercado por los mayoristas del segundo grupo representa el 60% de la muestra total entrevistada, proporción que podemos aplicar para la población total de playeros, lo que significa para el total de mayoristas de este grupo una superficie de 840 m² en el Mercado, distribuidas en 30 puestos. Aplicándole un coeficiente promedio de 50 tn/m²/año este grupo realizaría una venta total aproximada de 40.000 toneladas por año.

El tercer grupo, compuesto por 53 mayoristas, ocupa una superficie de 360 m², realizando a un promedio de 30 tn/m²/año una venta total aproximada de 10.000 toneladas por año.

Resumiendo, se presenta el cuadro N° 43.

(ver cuadro).

CUADRO Nro. 43

Categoría	N° de Mayoristas	Superficie En el Mercado	Superficie fuera del Mercado	Tonelaje p/m ² .	Tonelaje anual vendido total
Arriba de 1.500 tn.	6	200	600	30 tn/año	25.000
Arriba de 600 tn.	30	840	300	50 tn/año	40.000
Otros	53	360	--	30 tn/año	10.000
Total	89	1.400	900		75.000

Todos venden frutas y hortalizas de la zona, en consignación de productores, y el 50% productos importados (papa, batata, cebolla, tomate, uva y zapallo), en consignación de los locatarios consignatarios fuertes del Mercado.

Con excepción de los mayoristas del primer grupo que declaran realizar el 22% de sus ventas a mayoristas, el resto vende el 42% a minoristas, el 8% a mayoristas y el 50% a distribuidores y fleteros.

4 - Quinteros playeros con Puestos Fijos

Estos mayoristas operan practicamente como los precedentes, con la única diferencia que venden solamente su propia producción. En hortalizas se destacan particularmente acelga, lechuga, zanahoria, papa, batata, alcaucil, berengena, pimientos, repollo, zapallito, rabanito y zapallo; en frutas durazno, damasco y ciruela.

11 fueron entrevistados. Todos tienen camión propio y 1 de ellos posee dos camiones. El promedio de empleados utilizados es de 5 por mayorista; el mismo es elevado porque la mayoría incluyó al personal permanente de las chacras.

Las superficies que declaran ocupar en el Mercado son muy variadas, siendo las siguientes con el correspondiente tonelaje anual:

6	6	6,5	10	10	10	12	16	21	30	30	m ²
550	700	200	820	915	750	14.000	1.900	200	462	1.100	tonel.

Por lo general existe poca relación entre los tonelajes vendidos y la superficie. Detallamos a continuación los coeficientes respectivos:

91 - 110 - 33 - 82 - 90 - 75 - 110 - 120 - 10 - 15 - 37 tn/m²/año

Reflejan un alto grado de utilización del suelo, que hemos observado ya en el grupo anterior, sin embargo muchas declaraciones son erróneas, tanto por más como por menos. Algunos habrán declarado ventas que realizan directamente a mayoristas con trasbordo o descarga fuera del puesto del Mercado, y otros han reducido voluntariamente las declaraciones, como se puede comprobar al observar los demás datos del formulario:

- el que declara 462 tn. recibe 250 camiones de 4 tn.
- el que declara 200 tn. recibe 150 camiones de 2,5 tn.
- el que declara 200 tn. recibe 180 camiones de 3 tn.

Se puede tomar como promedio mínimo de uso del suelo 40 tn/m²/año, lo que permite asimilar esa categoría de mayoristas a la parte más importante del grupo precedente.

En total ocupan 1.390 m² y deben llegar a un número aproximado de 85 mayoristas; venden un promedio individual de 650 tn. por año, lo que representa un total de 56.000 toneladas anuales.

5 - Quinteros en playa Libre

Estos mayoristas son un grupo muy parecido al precedente, con la única diferencia que no tienen ubicación personal ni delimitación de superficie. Actúan generalmente pocos días en el año. El porcentaje de sus ventas es el siguiente: 23% a mayoristas, 47% a minoristas y 30% a distribuidores y fletos. Esto permite afirmar que una parte de las ventas debe realizarse fuera del Mercado.

Fueron entrevistados 17, de los cuales uno vende papa únicamente, y todos los demás hortalizas de producción local, de estos últimos 8 también venden frutas de producción local. El promedio individual del tonelaje comercializado es de 450 por año, excluyendo del cálculo las declaraciones muy altas (1060 tn. y 2.000 tn.), y las declaraciones muy bajas (100 tn., 125 tn. y 150 tn.), que representan el 30% de las declaraciones.

Este grupo de mayoristas ocupa en el Mercado una superficie de 909 m², en puestos de dimensión promedio de 10 m², y con ventas individuales de 450 tn. por año. Como se desconoce el número exacto de días de venta y

de quinteros que utilizan esta playa, unicamente y a título de conclusión determinamos en 30 tn/m²/año el coeficiente promedio de utilización de playa.

C - Conclusiones Generales de la Encuesta de Comerciantes Mayoristas de Frutas y Hortalizas

Aunque existe una relación entre la superficie disponible para cada mayorista y el volumen global de operaciones comerciales realizadas durante el año, el análisis de los distintos mayoristas revela que las excepciones de los casos generales son numerosas y con variaciones muy grandes.

- Locatarios consignatarios con 60 m² comercializan 6.000 tn/año
- Locatarios consignatarios con 35 m² comercializan 1.500 tn/año
- Playeros con 16 m² comercializan 1.900 tn/año

Sin embargo, es evidente la relación existente, ya que 15 de los 19 mayoristas consignatarios que ocupan más de 60 m² en el Mercado comercializan más de 1.000 tn.; únicamente 12 de los 25 que ocupan puestos entre 40 y 60 m², y uno solo de los 11 que ocupan entre 20 y 40 m², llegan al mismo nivel de comercialización. Se puede observar lo mismo analizando a los playeros.

En el caso de Córdoba, no se puede decir que las prácticas comunes se acercan a las normas generalmente admitidas de 15 tn/m²/año para la utilización de los pisos de mercados mayoristas. Existe, en efecto, una clasificación de los negociantes, condicionada más por la experiencia y el modo de trabajar de los comerciantes.

1er. grupo : Los comerciantes fuertes con mucha experiencia que tienen puestos y depósitos, y para los cuales la superficie disponible sobrepasa las necesidades de las operaciones comerciales actuales. Coeficiente entre 10 y 20 tn/m²/año.

2do. grupo : Los comerciantes que mantienen una fuerte actividad pero con menos eficacia que los precedentes, es decir, con un margen de utilidad reducido, en razón de los siguientes hechos: a veces por ser re-vendedores; otras por estar recientemente instalados; otras porque tienen poca cantidad de productos y grandes irregularidades en el abastecimiento, que ocurre generalmente con los playeros y algunos consignatarios.

En estos casos, el mayorista tiene que vender mucho para obtener ganancias, sin llegar aún así a utilidades suficientemente importantes como para comprar nuevos galpones o conseguir más espacio en el Mercado.

En esta categoría se observan coeficientes muy elevados, generalmente arriba de 50 tn/m²/año, y algunos arriba de 90tn/m²/año, lo que indica una rápida rotación de la mercadería sobre el piso (en oportunidades 2 veces por día), un gran número de días de actuación en el Mercado y muchas ventas con descarga y trasbordo fuera del Mercado.

3er. grupo : Entre esas dos categorías de comerciantes existe un grupo intermedio con poca superficie de puestos y poca venta, que se mantiene también con pocas ganancias y sin muchas ambiciones. Son playeros revendedores o locatarios consignatarios que tienen un coeficiente de utilización de piso que va de 20 a 30 tn/m²/año.

Los quinteros son un caso aparte. Los que tienen puestos fijos pueden ser asimilados a los playeros, los demás concurren al Mercado irregularmente, entre 150 y 200 días por año.

En conclusión, el carácter personal del comerciante, como su poder económico, permiten caracterizar los grupos de mayoristas con más exactitud que los otros criterios de orden técnico.

Ese mismo carácter se encuentra estudiando la forma de comprar y de vender. Si se excluye al grupo de quinteros que vende su propia producción, existen dos categorías de mayoristas: los que venden productos que vienen del productor, a los que podemos llamar Vendedores Mayoristas, y los que venden productos que vienen de otros mayoristas, que podemos llamar Revendedores. Aunque en la encuesta de Córdoba nunca este carácter fué francamente declarado, como lo fué en la de Rosario fundamentalmente, el mismo surge en el análisis minucioso de los tonelajes comercializados y en las declaraciones sobre formas de comprar y vender.

Pero para ser completa esta distinción entre "mayoristas vendedores" y "revendedores", debe también estudiarse el origen geográfico del producto vendido. En efecto, el mayorista que vende directamente del productor de la zona, actúa como un verdadero revendedor, es decir, que soporta los embates de una gran competencia que resulta del desorden de las entradas, de la falta de organización y de medios de trabajo de un nivel técnico bien desarrollado, etc. Muy por el contrario, el mayorista que importa productos de zonas de producción alejadas, actúa como un verdadero mayorista, es decir utiliza un capital importante y trabaja con previsión de sus operaciones a largo plazo y con medios técnicos muy productivos.

De ese modo se agrega a los criterios precedentes, el de la especialidad de los productos comercializados. Los verdaderos mayoristas son los que venden papa, tomate, ajo, cebolla y frutas, en las épocas en que esos productos se importan. Esto no significa que los mayoristas individualmente

ANEXO A LA ENCUESTA MAYORISTA

formulario utilizado

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

ESTUDIO DE LA COMERCIALIZACION DE LOS PRODUCTOS DE LA ALIMENTACION

ENCUESTA SOBRE EL COMERCIO MAYORISTA
DE FRUTAS Y HORTALIZAS

GUESTIONARIO:

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

	Nº de habilitación	Dirección
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		
	en el mercado	externo
110. Remanente diario		
1100. Remanente diario más elevado		
1101. Remanente diario comúnmente observado		
111. Disponible depositado con destino a la venta		
1110. Tonelaje que fué puesto en depósito durante todo el año 1962; presentar el promedio diario estimado		
1111. Tonelaje máximo observado en depósito		
1112. Promedio de tiempo de permanencia de la mercadería		

12 . Variedades comerciadas durante el año 1962

Variedades	Importancia de la venta de esta variedad en las ventas anuales		Origen de la producción
	<u>Cantidad de Bultos</u>	<u>Peso Unidad</u>	<u>Provincia</u>
120 Frutas			
1200 Aceituna			
1201 Ananá			
1202 Banana			
1203 Cereza			
1204 Ciruela			
1205 Citrus en general			
1206 Damasco			
1207 Durazno			
1208 Limón			
1209 Manzana			
1210 Pera			
1211 Uva			
1212 Otros			

122 Hortalizas

1220 Acelga			
1221 Ajo			
1222 Alcauciles			
1223 Arvejas			
1224 Batatas			
1225 Berenjena			
1226 Cebolla de cabeza			
1227 Coliflor			
1228 Chaucha			
1229 Frutilla			
1230 Lechuga			
1231 Melón			
1232 Papas			
1233 Pimiento			
1234 Poroto			
1235 Repollo			

1236	Sandía				
1237	Tomate				
1238	Zanahoria				
1239	Zapallito				
1240	Zapallo				
1241	Otros:				
Berro	Nabo				
Brócoli	Puerro				
Cardo	Radicha				
Choclo	Radicheta				
Espárrago	Rabanito				
Espinaca	Remolacha				
Grelo					

12.3 Origen Comercial de la mercadería

A que categoría de vendedor está mas acostumbrado a dirigirse el mayorista?

poco	bastante	mucho
------	----------	-------

Directamente al productor x
Cuales productos particularmente

A acopiador de producción x
Cuales productos particularmente

A comisionistas que representan los productores en la zona x
Cuales productos particularmente

A comisionistas que representan los productores en el centro de consumo x
Cuales productos particularmente

A negociantes especializados del centro consumidor x
Cuales productos particularmente

x Limitar lo enunciado de tres hasta no mas que cinco productos.-

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..)	%
	<u>100</u> %

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	m2
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.				

- 312. Maduraderos
- 313. Frigoríficos
- 314. Destinados a tipificación y envasamiento de productos.

32. De ofrecérsele posibilidades para el mejoramiento de la empresa en todos sus aspectos cuales serían sus necesidades reales.

Carácter de los locales	Superficie o volumen o temperatura	Disposición requerida		
		Sub-Suelo	P.B.	1° Piso
320. Destinadas a exposición y venta				
321. Depósitos de mercaderías o envases				
322. Maduraderos				
323. Frigoríficos				
324. Destinadas a tipificación y envasamiento de productos				
325. Otras (Maduración con atmósfera controlada Andenes de descarga...)				

4. Compradores y Distribuidores.

40. Carácter de los compradores. (Debe considerarse para su clasificación la mayor o menor compra efectuada por estos a la empresa señalándose con una cruz en la columna pertinente señalada con los números 1 a 3).

Carácter de los compradores	En el mercado			%	Externo			%
	1	2	3		1	2	3	
400. Minoristas								
401. Mayoristas								
402. Distribuidores								

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).

	desde el mercado	desde lo- cales ex- ternos.
420. Tonelaje remitido en el año 1962		
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

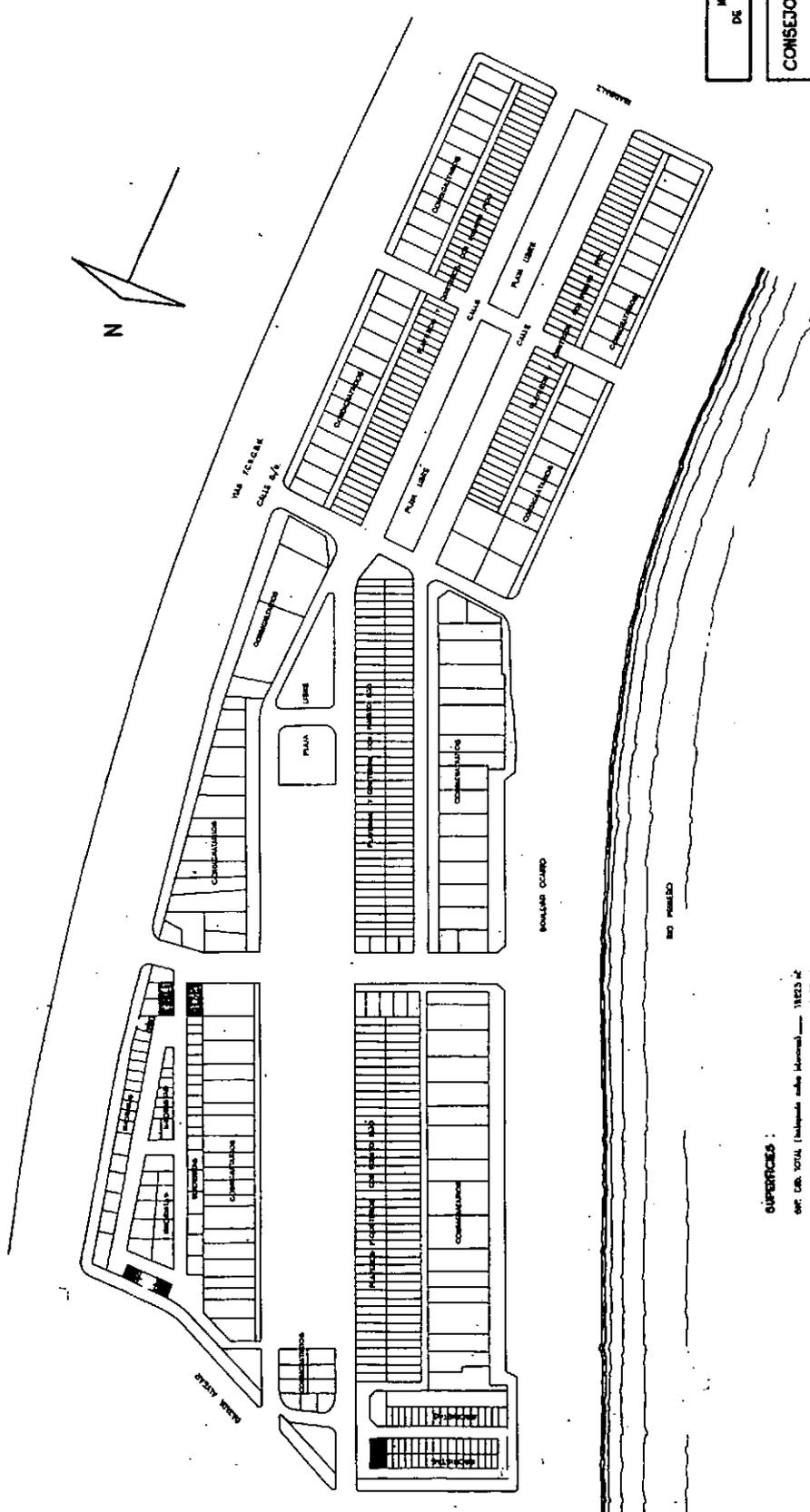
611. Número de líneas consideradas necesarias

62. Telex

Si _____ No

Observaciones.

Fecha y Firma Aclarada



MERCADO DE ABASIO
DE LA CIUDAD DE CORDOBA

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES
Estudio de la :
COMERCIALIZACION DE LOS PRODUCTOS
PARA LA ALIMENTACION

PRIMERA ETAPA : Analisis
PLANO N° 1

SUPERFICIES :

SUP. DEL TOTAL (Incluyendo calles laterales)	1823 m ²
SUP. COMERCIALIZACION	1618 m ²
" BOULEVARD	117 m ²
" PLAZA DE FERIA	279 m ²
" USARE	907 m ²
" MEDIO AMBIENTE	75 m ²
" CIRCULACIONES	474 m ²

considerados vendan todos esos productos, ya que una gran parte solo vende de 3 a 5 tipos de productos, complementarios entre las estaciones, como son por ejemplo: citrus y banana, tomate del norte y uva de San Juan.

Los revendedores venden una parte de esos mismos productos en consignación de los mayoristas importadores, cuando las entradas son grandes. Con preferencia venden la producción de la zona, comprada o recibida en consignación de los quinteros, es decir, verduras de hoja, batata, zanahoria y algunas frutas locales como durazno, ciruela y cereza.

Se puede apreciar que la delimitación no es muy rígida entre los comerciantes, y los criterios de clasificación como potencia económica, origen del producto y especialidades de productos, interfieren en proporciones variables. Pero existen correlaciones de criterios con Frecuencias características, que permiten delimitar los grupos. De ese modo se puede presentar un resumen en el cuadro N° 44.

(ver cuadro)

CUADRO Nro. 44Clasificación de los Mayoristas de Frutas y HortalizasCiudad de Córdoba

Categoría del Comerciante	Nº de Comerciante	Superficie total utilizada en m2	Volúmen anual comercializado en miles de Tn.
Locatario - Consignatario Primera categoría	57	9.600	94
Playeros Primera categoría	40	1.800	60
Paperos Primera categoría	9	1.600	28
Total Primera Categoría	106	13.000	182
Locatario - Consignatario Segunda categoría	52	2.600	36
Playeros Segunda categoría	49	500	15
Paperos Segunda categoría	9	--	-
Quinteros con puesto	85	1.400	56
Total Segunda Categoría	195	4.500	107
Playa Libre	X	1.000	30
		18.500 m2.	319 Tn.

Detallado por grupos de productos, en base a los resultados de la encuesta de control de entradas y salidas de la ciudad, se presenta el total comercializado durante el año, incluyendo exportaciones y expediciones. A ese total por productos ha sido sumado una estimación de las reventas que se hacen sobre la misma plaza. La suma de esos dos elementos da el total comercializado, tal como resulta de la encuesta mayorista.

Utilizando el detalle del análisis de esta última encuesta, este total puede distribuirse entre los grupos fundamentales de comerciantes mayoristas. Del mismo modo, por cada producto o grupo de productos, se puede distribuir el total comercializado, en primera venta o reventa, entre los grupos de mayoristas.

El cuadro presentado resume de esta forma las características fundamentales de las operaciones comerciales que se realizan en el Mercado.

(ver cuadro)

CUADRO Nro. 45

Distribución de las Ventas al Por Mayor por Grupos de Mayoristas y Por Productos

		MAYORISTAS					REVENDEDORES			PRODUCTORES			En miles de Toneladas		
		Locatarios	Locatarios	Quinte-ros c/	Quinte-ros s/	Quinte-ros c/	Quinte-ros s/								
		Paperos	Playeros	Playeros	Playeros	Playeros	Playeros	Playeros	Playeros	Playeros	Playeros	Playeros	Playeros	Playeros	Playeros
		la. Cteg.	2a. Cteg.	2a. Cteg.	2a. Cteg.	2a. Cteg.	2a. Cteg.	2a. Cteg.	2a. Cteg.	2a. Cteg.	2a. Cteg.	2a. Cteg.	2a. Cteg.	2a. Cteg.	2a. Cteg.
		la. Cteg.	2a. Cteg.	2a. Cteg.	2a. Cteg.	2a. Cteg.	2a. Cteg.	2a. Cteg.	2a. Cteg.	2a. Cteg.	2a. Cteg.	2a. Cteg.	2a. Cteg.	2a. Cteg.	2a. Cteg.
la. Venta	6	28	5	1	2	13	10	65							
Reventa	-	-	5	7	2	-	-	14							
la. Venta	-	-	1	1	1	10	5	18							
la. Venta	14	-	1	1	1	6	2	25							
Reventa	-	-	3	4	1	-	-	8							
la. Venta	12	-	-	-	-	-	-	12							
Reventa	-	-	3	5	1	-	-	9							
la. Venta	2	-	1	1	1	2	1	8							
la. Venta	12	-	1	1	1	10	3	28							
la. Venta	4	-	10	2	2	10	6	34							
la. Venta	44	-	19	1	2	5	3	74							
Reventa	-	-	11	12	2	-	-	25							
	94	28	60	36	16	56	30	56	264						
														320	Total comercia-
															lizado en miles
															de toneladas.

IV - Anexo a la Encuesta Mayorista

A - Criterios de Análisis

Tomaremos las divisiones que puso en evidencia la encuesta mayorista, o sea:

1a. categoría: Locatarios y consignatarios; playeros con puestos fijos y paperos.

2a. categoría: Locatarios y consignatarios; playeros con puestos fijos; quinteros con puestos fijos y quinteros sin puestos fijos.

1 - Dimensión de Calle Comercial

Los resultados son expresados en por ciento (%)

CUADRO Nro. 46

1a. Categoría	Menos de 6	6	7	8	9	10	11	12	Más de 12	Entre 7 y 12
Locatarios y consignatarios	19	19	9,6	14,2		19		9,6	9,6	52,4
Playeros con puestos fijos		12,5			12,5	37,5		12,5	25	62,5
Paperos									100	
2a. Categoría										
Locatarios y consignatarios	3,4	6,6	9,9	26,6	9,9	29,7		6,6	6,6	76,1
Playeros con puestos fijos	12,5			37,5		50				87,5
Quinteros con puestos fijos	20	60		20						20
Quinteros sin puestos fijos	50			16,7		33,3				20
Total	11,6	11,6	5,8	18,6	4,7	25,6		5,6	16,3	60,5

Este cuadro indica por categoría, el porcentaje de mayoristas que quie-

re una calle comercial del ancho indicado arriba.

Unicamente los paperos piden una calle más ancha de 12 metros (promedio pedido 20 metros). Los otros mayoristas estiman, en un 83,7%, dimensiones de 12 metros o inferiores, y más de la mitad (60,5%) pide dimensiones comprendidas entre 7 y 12 metros.

2 - Número de Frentes

CUADRO Nro. 47

Tipo	1a. C a t e g o r í a			2a. C a t e g o r í a				Tot.
	Loc. y consig.	Play.	Paperos	Loc. y consig.	Play.	Quint. p/fijo	Quint. s/p/fijo	
1 frente	9,1	12,5	63,6	3,5	14,3	75	75	32
2 frentes	90,9	87,5	36,4	96,5	85,7	25	25	68

Este cuadro indica, por categoría, el porcentaje de mayoristas que prefiere 1 o 2 frentes. Los paperos y quinteros quieren 1 frente, y los demás 2.

Los resultados están expresados en por ciento (%)

3 - Oficinas

CUADRO Nro. 48

Tipo	1a. C a t e g o r í a			2a. C a t e g o r í a				Tot.
	Loc. y consig.	Play.	Paperos	Loc. y consig.	Play.	Quint. p/fijo	Quint. s/p/fijo	
Si	59	87,5	81,8	48,3	37,5	100	33	60
No	41	12,5	18,2	51,7	62,5		67	40

Este cuadro indica, por categoría, el porcentaje de mayoristas que prefieren o no una oficina en el Mercado. Los resultados obtenidos no son muy netos.

Los resultados están expresados en por ciento (%).

CUADRO Nro. 49

Agua, Teléfono, Energía Eléctrica, Gas

CATEG.	1a. CATEGORIA				2a. CATEGORIA				Total						
	Loc. y Cons.	Playeros	Paperos	Loc. y Cons.	Playeros	Quinteros	Quinteros	P. Fijos	P. Fijos	P. Fijos	s/P. Fij.	Total			
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No			
Agua	20%	80%	43%	57%	10%	90%	44%	56%	86%	14%	--	100%	--	39%	61%
Teléfono	90%	10%	87%	12,5%	100%	--	96%	4%	100%	--	80%	20%	--	90%	61%
Energía Eléctrica	75%	25%	60%	40%	50%	50%	33%	67%	--	--	--	--	--	54%	46%
Gas	50%	50%	75%	25%	11%	89%	25%	75%	--	--	--	--	--	39%	61%

Este cuadro indica, por categoría, el porcentaje de mayoristas que prefieren o no la instalación indicada.-

NOTA: Con excepción de teléfonos, rubro en el cual las contestaciones son "Si" en su mayoría, los datos obtenidos son poco claros.

5 - Conservación del Remanente

CUADRO Nro. 50

Tipo	1a. C a t e g o r í a			2a. C a t e g o r í a			Total
	Loc. y consig.	Play.	Paperos	Loc. y consig.	Play.	Quint. p/fijo Quint. s/p/fijo	
En Plta. Baja	76,5	75	87,5	90			81,4
En Sub-suelo	23,5	25	12,5	10			18,6

Hay una mayoría neta para la conservación del remanente en planta baja.

Los resultados están expresados en por ciento (%).

6 - Camiones Abastecedores6.1 - Tipos de camiones

CUADRO Nro. 51

Tipo	1a. C a t e g o r í a			2a. C a t e g o r í a			
	Loc. y consig.	Play.	Paperos	Loc. y consig.	Play.	Quinteros p/fijo	Quinteros s/p/fijo
Aco-plado	32,5	30	100	33	10		
Semi-Acop.	0,5	7		7			
Sim-ples	67	63		60	90	100	100

Este cuadro indica, por categoría, el porcentaje de tipo de camiones utilizado. Los resultados obtenidos son bastante verosímiles, salvo quizás los de los locatarios consignatarios de la segunda categoría, para los cuales el porcentaje de acoplados y semiacoplados es demasiado eleva-

do.

Los resultados están expresados en por ciento. (%).

6.2 - Carga Unitaria de los Camiones

CUADRO Nro. 52

categ.:		1a. Categoría			2a. Categoría			Total
Tipo	Loc. y consig.	Play.	Paperos	Loc. y consig.	Play. fijos	Quint. p/fijos	Quint. s/p/fijos	
Menos de 5 tn.	4%	24,5%	0	5,2%	12,5%	--	--	
De 5 tn. a 10 tn.	27%	63,0%	0	53,5%	87,0%	--	--	
Más de 10 tn.	69%	12,5%	100%	41,3%	0,5%	--	--	

La repartición porcentual de tipo de camiones, según categoría, es la indicada en el cuadro. Los datos obtenidos están de acuerdo con los del párrafo anterior (el porcentaje de camiones de más de 10 T. tiene que estar cercano al de acoplados más semiacoplados).

Dichos resultados son también bastante verosímiles y permiten apreciar que los camiones simples tienen, en su mayoría, más de 5 T.

6.3 - Número de Destinatarios

CUADRO Nro. 53

categ.:		1a. Categoría			2a. Categoría			Total
Tipo	Log. y consig.	Play.	Paperos	Loc. y consig.	Play. fijos	Quint. p/fijos	Quint. s/p/fijos	
Uno	61%	67%	86%	56,4%	66%	--	--	
Dos a Cinco	39%	25%	4,5%	34,0%	34%	--	--	
Más de Cinco	0%	8%	9,5%	9,6%	0%	--	--	

Se puede observar en todas las categorías, que el número de camiones con un destinatario, es bastante elevado.

6.4 - Forma de Descargar

CUADRO Nro. 54

categ.:	1a. Categoría			2a. Categoría				
	Loc. y consig.	Play.	Paperos	Loc. y consig.	Play. p/fijos	Quint. p/fijos	Quint. s/p/fijos	Total
Por atrás	40%	33%	41%	44,6%	50%	--	--	
Por el costado	60%	67%	59%	53,4%	50%	--	--	

Se ve que la descarga por el costado es un poco más corriente que la que se efectúa por atrás .

6.5 - Tiempo para Descargar Camiones de 5 Tn.

No hemos detallado los resultados por tipo de mayoristas por estar muy dispersos y son poco significativos. Sin embargo, el 70% de las respuestas indican una duración de 30' a 60'.

C - Salida de Mercadería por Camión

CUADRO Nro. 55

categ.:	1a. Categoría			2a. Categoría				
	Loc. y consig.	Play.	Paperos	Loc. y consig.	Play. p/fijos	Quint. p/fijos	Quint. s/p/fijos	Total
Acoplados	7,7%	7%	2,5%	9,6%	25%	--	--	
Semi-Acoplados	0,6%	5%	2,5%	4,7%	4%	--	--	
Simplex	91,7%	88%	95%	85,7%	71%	--	--	

Es normal que dominen los camiones simples. Los porcentajes obtenidos para Playeros con puestos fijos de la segunda categoría son inexactos, ya que el número de acoplados es demasiado elevado. Los acoplados y semi-acoplados deben corresponder a reexpedidores de otros mayoristas.

7. - Carga transportada

CUADRO Nro. 56

categ.:	1a. C a t e g o r í a			2a. C a t e g o r í a				
	Loc. y consig.	Play.	Paperos	Loc. y consig.	Play.	Quint. p/fijos	Quint. s/p/fijos	Total.
Menos de 500 Kgs.	13,8		1	18	13	40	40	
De 500 Kg. a 1 Tn.	6,1	3,3	10	20,2	20	50	30	
De 1 Tn. a 5 Tn.	34,2	61,7	59	37,8	58,6	10	30	
Más de 5 Tn.	45,3	35	30	26	8,6			

Los datos obtenidos los estimamos correctos.

Solamente para los quinteros las cargas de menos de 1 Tn. representa la mayoría. Son más elevadas entre los locatarios consignatarios y playeros de la segunda categoría que de la primera.

Las cargas de más de 5 Tn. son importantes, correspondiendo seguramente a reventas de mayoristas.

CAPITULO VI

Proyecto del Mercado Estación de Córdoba

I - Generalidades para la definición física de un Mercado Estación.

A - "Filosofía" del Mercado - Elección de un Tipo de Mercado

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 como se puede dimensionar los elementos físicos de un mercado.

Las necesidades fundamentales

Un mercado mayorista 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.

Cuales 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 que es un elemento que tanto el mayorista como el minorista, que tienen por lo general una buena experiencia del medio, compran 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 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 puedan 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 esos puestos, y también que, una parte por lo menos de los vehículos minoristas, lleguen hasta los dichos puestos.

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 playas 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 adoptado porque 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 evolu-

(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. -

ción, es decir compuesto de superestructuras lo menos especializadas posibles, económicas y fácilmente ensanchables o desarmables.

B - Los dos Tipos Fundamentales de Mercados Elección del tipo más Adaptado.

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

- El Mercado Pabellón (ejemplo: Mercados actuales de Bs.As., Hallés de París. 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.

Cuales 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 preveer, 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 en realidad muy relativa, dado que la puede fácilmente superar por una publicidad bien hecha. Por otra parte, aún sin hablar de publicidad, se puede reducir considerablemente el inconveniente que trae esta dispersión por agrupaciones de mayoristas (por tipos de productos por ejemplo, poniendo juntos los paperos, los fruteros, los especializados en cuatro o cinco productos idénticos, etc., también por tamaño).

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

C - Dimensionado de los Elementos Físicos que componen un Mercado Estación.

Los elementos esenciales que componen el Mercado Estación son:

- Los galpones mayoristas de 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.

1. 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 expedición del mismo). Esta vereda se encuentra sobre una "calle "comercial" en la cual cir-

culan 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 prever 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 prever un andén de descarga frente al puesto mayorista para descarga de camiones. Este andén 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 m. (normas internacionales habituales).

- Aún si no hubiera andén, la disposición "contrafrente contra contrafrente" obligaría a prever el estacionamiento de los camiones al lado de la vereda de exposición. Si bien es cierto que el aprovisionamiento y el desaproveccionamiento tiene que hacerse no simultáneamente como lo exponemos 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 múltiplo.

Insistimos sin embargo sobre el hecho de que solo la necesidad nos impone 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 volumen de mercadería descargada anualmente sobre el piso, inferior al volumen 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 envase de los productos, los productos mismos y los usos del mercado. Podemos considerar esencialmente tres grupos:

El grupo papas, batata, cebolla, zanahoria, etc., productos que se presentan en general en bolsas. El grupo manzanas, peras, tomates, etc., que se presentan en cajón.

Los otros productos que se presentan o sea en 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 volumen, 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 Toneladas
Cajones	:	$(2 \text{ m}^3 \times 240 \text{ kg.} \times \frac{20}{30}) \times \frac{1}{2} \times 300 \text{ días}$	=	48 Toneladas
Otros	:	$(1 \text{ m}^3 \times 150 \text{ kg.} \times \frac{2}{3}) \times \frac{1}{2} \times 300 \text{ días}$	=	15 Toneladas

Cifras que hay que multiplicar por el coeficiente:

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

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

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

$$\frac{8 + \frac{6}{3}}{8 + 6 + 4} = \frac{5}{9}$$

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 un 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:

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

2. Calles de Circulación

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 circulación 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 $12 \times 2 = 24$ mts., y si se considera el galpón aislado con una calle para 2 x 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.

3. Playas de Estacionamiento de Vehículos

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 circulación interiores de la playa, la necesidad de preveer para cada camión unos metros cuadrados de más para poner los bultos antes de cargarlos, aconsejamos tomar una superficie de 75 m².

4. Instalaciones de Ferrocarril

Si se hace la clasificación de los vagones en el mercado mismo, hay que preveer 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 pues

tos 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.

5. 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 zorras con vagoncitos hasta los puestos mismos, y también para descargar o cargar camiones en caso de reexportación 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.

6. 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 su puesto 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 recolectados 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.

Oficina 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.

D - Horarios de Funcionamiento del Mercado

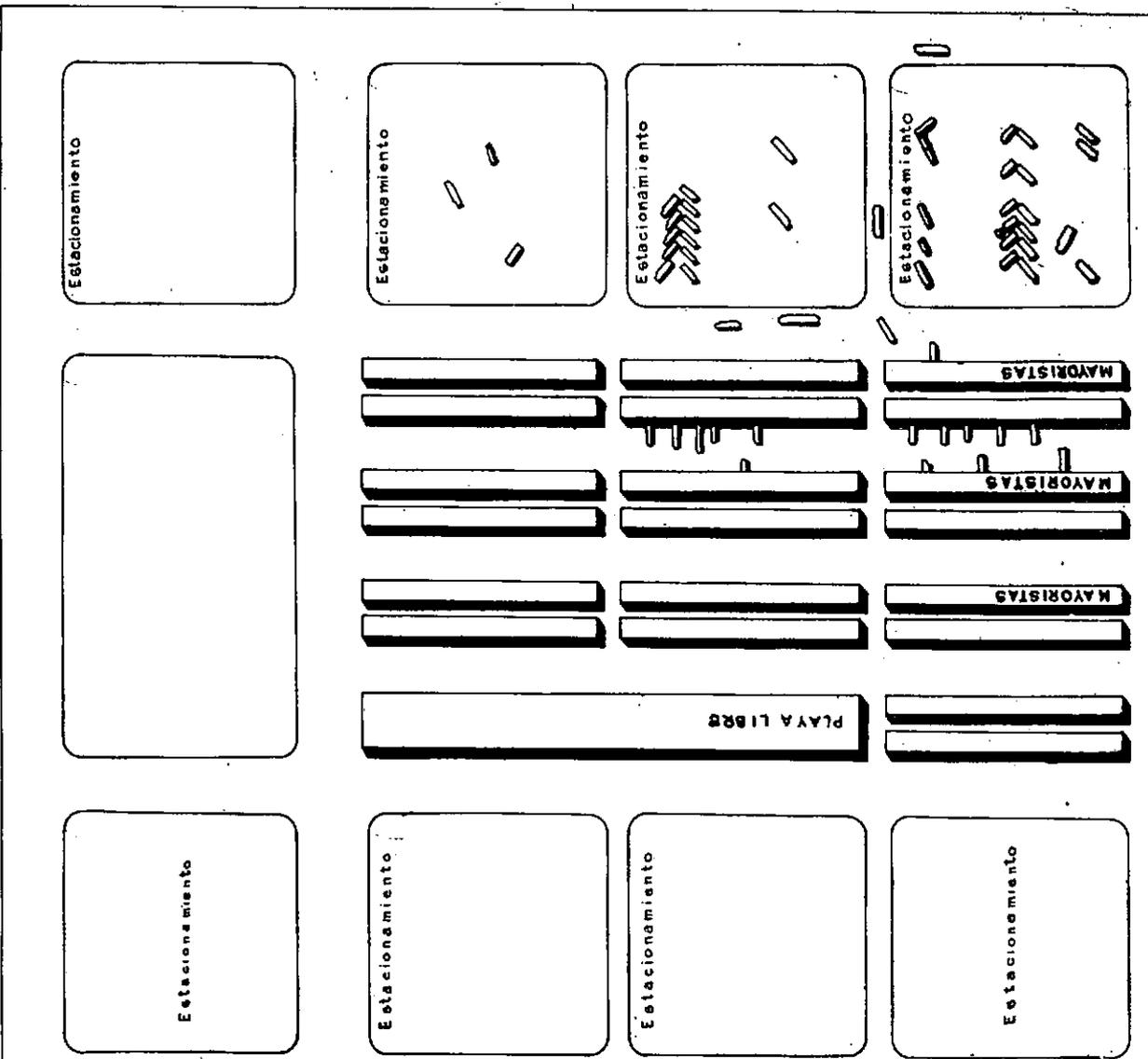
Como ya lo hemos dicho al comenzar la función comercial del Mercado presupone que sea perfectamente conocida la oferta, y que no sea variable. Esto trae como consecuencia que:

- Las ventas a minoristas tienen que hacerse sin que haya al mismo tiempo aprovisionamiento en mercaderías, para que no cambien los volúmenes de los productos al llegar un camión o un vagón.

- El horario de venta ha 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 en cada caso en particular. Pensamos sin embargo que el horario que vamos a indicar a continuación puede servir de base a las discusiones:

ESQUEMA TIPO B



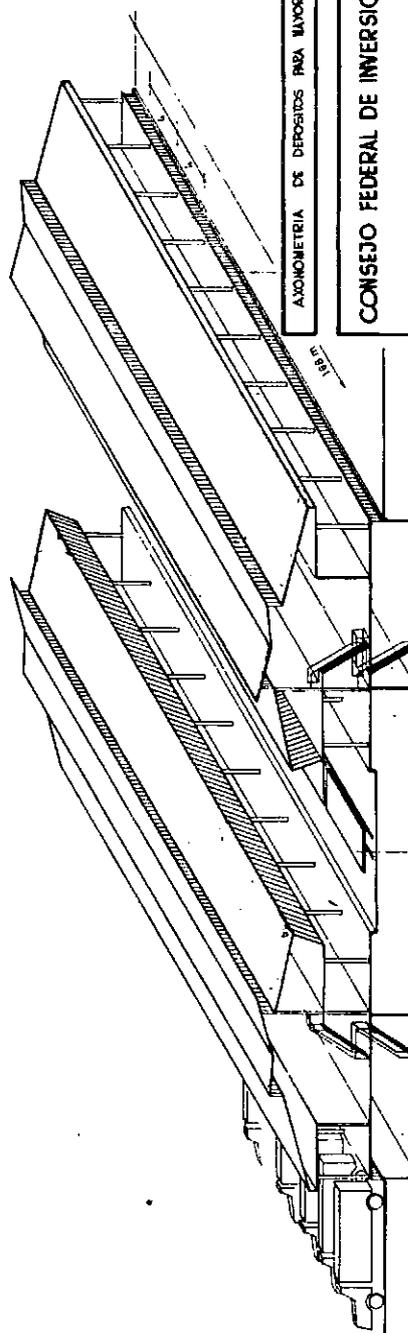
MERCADO TIPO LINEAL

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

Estudio de la:

COMERCIALIZACION DE LOS PRODUCTOS PARA LA ALIMENTACION

ESQUEMA	PRIMERA ETAPA : Análisis
---------	--------------------------



AXONOMETRIA DE DERECHOS PARA MAYORES

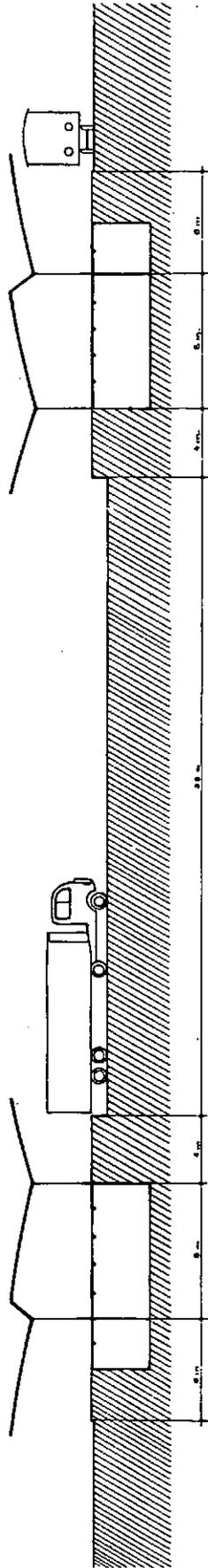
CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

Estado de la:

COMERCIALIZACION DE LOS PRODUCTOS PARA LA ALIMENTACION

ESQUEMA

PRIMERA ETAPA: Análisis



CORTE ESQUEMATICO DE UN GALPON PARA MAYORISTAS



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

Hora "H"	:	apertura del mercado a los minoristas.
Hora "H" a hora "H" + 6	:	compras y desaproveccionamiento
Hora "H" + 6 a hora "H" + 8	:	limpieza
Hora "H" + 8 a hora "H" + 22	:	entrada de los camiones y vagones abastecedores
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.

II - Elección del Lugar

El lugar elegido para un Mercado Estación tiene que responder a las necesidades siguientes:

- 1) - Estar fuera del perímetro urbano constituido por el núcleo de consumidores estudiados durante el plazo de amortización de la erogación que demandó su construcción (15 a 20 años).
- 2) - Estar al lado de una ruta importante conectada con la red de caminos por los cuales la mercadería llega al centro consumidor o bien es re despachada hacia los comercios minoristas de la ciudad.
- 3) - Estar cerca de la o las vías férreas más importantes (en este caso ferrocarriles Belgrano y Mitre).
- 4) - De ser posible, estar cerca del epicentro de los diferentes centros de consumo que abastece, o por lo menos, no estar demasiado lejos de ellos, para no alargar innecesariamente los recorridos de los mi noristas.
- 5) - Permitir una llegada fácil de los quinteros de la zona.
- 6) - Tener posibilidades de suministrar electricidad, agua potable y telé fono, y de evacuación de aguas servidas y de lluvia.

La condición 1) nos obliga a buscar un terreno externo al área delimitada por la avenida de circunvalación prevista, o interna de esta área, pe ro pegada a la misma avenida. En este último caso está también cumpli -

mentada la condición 2).

Para la condición 3) se puede ubicar un lugar adonde llegue a la vez la trocha angosta y la trocha ancha, obviando por supuesto el corazón de la ciudad. Tenemos entonces que elegir un lugar favoreciendo a la trocha angosta (norte y este de la ciudad), o a la trocha ancha (sudeste y sud).

La condición 4) orienta la búsqueda hacia el norte.

La condición 5) orienta la búsqueda hacia el noroeste.

Finalmente, continuamos totalmente con la Municipalidad de Córdoba que propuso el terreno indicado en el plano correspondiente. Terreno que tiene como única desventaja no estar cerca del ferrocarril Mitre, pero que está al lado de una vía del Belgrano (ya hemos visto que no se podría tener a la vez las dos trochas) y que, por otra parte, está perfectamente ubicado con respecto a la llegada de mercaderías de las zonas lejanas, cerca del corazón de la ciudad y de la zona de producción de Córdoba y que, además, satisface la condición 6).

III - Cálculo de dimensiones de los distintos Elementos del Mercado

Suponemos como hipótesis básica, que el costo de construcción del Mercado se amortiza en 17 años, o sea en 1980. Conviene en consecuencia hacer un cálculo de dimensiones para esa fecha. Es evidente que no se puede decir nada seguro referente a la evolución de los dos tipos de comercio, el mayorista y el minorista, durante ese plazo. Esta evolución condiciona en particular el número futuro de mayoristas y minoristas, y como consecuencia el tipo y número de camiones "abastecedores y desabastecedores".

Para simplificar nuestra tarea, supondremos simplemente que he- cho el cálculo de dimensiones en 1963, con los datos que tenemos, obten- dremos el de 1980 multiplicando las dimensiones de 1963 por el coeficiente de crecimiento de la población abastecida de 1963 a 1980, o sea:

$$\frac{1.000.000}{650.000} = 1,54$$

Sin embargo, para los ferrocarriles y dada la procedencia actual de la mercadería, suponemos que en 1980 entre el 10 y el 25% llegará por ese medio.

A - Galpones Mayoristas y Playa Libre

Pensamos que conviene ubicar en distintos lugares a los mayoristas de la primera y segunda categoría. Los primeros deben ir a los galpones, mientras que los segundos deben tener puestos fijos en la playa libre. Para hacer nuestros cálculos de superficie partiremos de las categorías definidas en la encuesta mayorista, haciendo las suposiciones siguientes:

- En papa, desaparecen todas las reventas y los tonelajes actualmente comercializados por los locatarios y playeros pasan directamente a los paperos de la primera categoría.

- En cuanto a las otras reventas, la mitad desaparece sustrayéndose del tonelaje comercializado por locatarios de primera categoría.

Teniendo en cuenta las cifras calculadas en el capítulo "Generalidades para la definición física de un Mercado Estación", la mercadería comercializada por cada grupo y el coeficiente de crecimiento de 1,54, llegamos a las siguientes superficies:

1) - Primera categoría

a) - Locatarios consignatarios

$$1,54 \times \frac{14.000}{34,7} + \frac{10.000}{26,6} + \frac{32.000}{24,6} + \frac{12.000}{8,33} = 5.500 \text{ m}^2.$$

b) - Paperos

$$1,54 \times \frac{42.000}{34,7} = 2.000 \text{ m}^2.$$

c) - Playeros

$$1,54 \times \frac{5.000}{34,7} + \frac{4.000}{26,6} + \frac{30.000}{24,6} + \frac{11.000}{8,33} = 4.100 \text{ m}^2.$$

2) - Segunda categoría

a) - Locatarios revendedores

$$1,54 \times \frac{7.000}{34,7} + \frac{5.000}{26,6} + \frac{13.000}{24,6} + \frac{3.000}{18} = 1.700 \text{ m}^2.$$

b) - Playeros

$$1,54 \times \frac{3.000}{34,7} + \frac{2.000}{26,6} + \frac{4.000}{24,6} + \frac{3.000}{18} = 800 \text{ m}^2.$$

c) - Quinteros con puesto fijo

$$1,54 \times \frac{28.000 + 6.000 + 5.000 + 17.000}{34,7 \quad 26,6 \quad 24,6 \quad 18} = 3.400 \text{ m}^2.$$

d) - Quinteros sin puesto fijo

$$1,54 \times \frac{16.000 + 2.000 + 3.000 + 9.000}{34,7 \quad 26,6 \quad 24,6 \quad 18} = 1.800 \text{ m}^2.$$

o sea un total de:

Galpones Mayoristas Generales	9.600 m ² .
Galpones Mayoristas Paperos	<u>2.000 m².</u>
Total	11.600 m ² .
Playa libre	<u>7.700 m².</u>
Total General	19.300 m ² .

B - Playas de Estacionamiento de Vehículos

Con 1.000 vehículos de minoristas en 1963, se necesitarán en 1980 un total de:

$$1.000 \times 1,54 \times 75 \text{ m}^2. = 115.000 \text{ m}^2.$$

C - Ferrocarriles

Como ya lo hemos expresado en el capítulo "Generalidades para la definición física de un Mercado Estación", no se puede tener en cuenta la escasez del transporte actual ferroviario (escasez debida al mal servicio que presta), para deducir que no tendrá importancia en el futuro. Efectivamente, una mejoría en el servicio traería seguramente un aumento importante del tonelaje de mercadería transportada, dado que el tren tiene muchas ventajas, pero evidentemente, ese aumento es imposible evaluar con precisión.

Por eso, de acuerdo a criterios un poco subjetivos, supondremos que en 1980 el 30% de la mercadería llegará por ferrocarril, haciéndolo el 20% por trocha ancha y el 10% por trocha angosta, Por supuesto, esto sirve simplemente para prever el lugar necesario para las vías, que se construirán después según las necesidades. -

Tenemos entonces: -

$$\text{Trocha ancha: } \frac{20}{100} \times 200,000 \times \frac{1,54}{300} \times 2 \times 1 \times \frac{1}{12} = 50 \text{ vagones}$$

o sea $\frac{140}{100} \times 50 \times 12 = 900$ metros de vías

Trocha angosta: la mitad de la trocha ancha, o sea 450 metros de vías y para cada trocha un largo más o menos idéntico para los andenes de camiones y vagones.

D - Galpones para aves y huevos, pescado y frigoríficos

Las evaluaciones que vamos a hacer para estos rubros son muy aproximadas y provisionales. Habrá que precisarlas bien con los mayoristas, ya que los datos que nos dieron las encuestas no fueron lo suficientemente representativos como para permitir hacer cálculos exactos.

1 - Aves y huevos

Consideraremos un consumo individual de 11 kgs. y una superficie de 1 m². para cada 8 tn., lo que da un total de:

$$1,54 \times \frac{900.000}{1.000} \times 11 \times \frac{1}{8} = 1.900 \text{ m}^2.$$

2 - Pescado

Consideraremos un consumo individual anual superior en un 30% al actual, que es muy bajo, o sea 9 kg. y una superficie de 1 m². para cada 5 tn., lo que da un total de:

$$1,54 \times \frac{900.000}{1.000} \times 9 \times 1 = 2.500 \text{ m}^2.$$

3 - Frigorífico

Consideraremos una capacidad de almacenamiento de productos para el consumo aproximado de 15 días, lo que representa alrededor del 15% del volumen total de mercadería consumida, suponiendo un peso específico de 0,3 tn/m³. Teniendo en cuenta una altura de 5 metros y un 30% de espacio perdido, llegamos a:

$$1,54 \times 1000 \times 15 \times \frac{10}{100} \times \frac{1}{0,3} \times \frac{1}{5} \times \frac{100}{70} = 2.200 \text{ m}^2.$$

E - Agua, electricidad, desagüe: necesidades y posibilidades

1 - Agua potable e incendio

Necesidades de agua potable:

a) Consignatarios e importadores, playeros quinteros	390 m3/día
b) Frigorífico y pescado	198 m3/día
c) Paperos	30 m3/día
d) Clasificación y embalaje	36 m3/día
e) Aves y huevos	54 m3/día
f) Administración	54 m3/día
	<hr/>
	762 m3/día
Riego	300 m3/día
	<hr/>
Total	1.062 m3/día

Estas necesidades deberán ser cubiertas por medio de bombeo desde la napa. Teniendo en cuenta que el rendimiento de las napas es pobre, alrededor de 30 m3/hora, deberá proveerse como mínimo de 3 equipos de bombeo, distribuidos a lo largo de los terrenos con una distancia mínima de - 200 metros en tre sí.

El agua deberá ser enviada a un tanque elevado de 100 m3, con una reserva de 300 m3 provista de equipos de bombeo directo sobre la red de incendio.

La base del tanque deberá estar como mínimo a 20 metros de altura, para asegurar una presión de 2 kg/cm2 mínima. El tanque deberá ser preferentemente de hormigón armado y estar ubicado de acuerdo al plano de distribución.

Los diámetros anotados son los mínimos compatibles con la velocidad de circulación y pérdida de carga a la altura de servicio para asegurar 1 kg./cm. 2 de presión a la entrada del mismo.

Para riego se han previsto cañerías de 1" de diámetro, distribuidas en las zonas donde los jardines han de ser objeto de mayores cuidados.

La red de incendios deberá estar separada de las líneas de servicio. Tendrá una bajada del tanque de 4" y formará un anillo, tal como está indicado en el plano general, con una boca cada 25 metros para cubrir aproximadamente 600 m² de edificación, de acuerdo con la reglamentación de la Cámara de Aseguradores. La bajada del tanque deberá estar provista de retención y conexión posterior para la bomba de cisterna.

Las bocas de incendio serán de 2 1/2".

Se aconseja usar para las cañerías enterradas caños de fibrocemento de tipo Eternit, con cuplas Dresser como unión de cámara para válvulas en cada punto de derivación y válvulas de hierro fundido.

2 - Desagües

Considerando que el agua para lavados será aproximadamente el 60% del total utilizado por día, el promedio horario llevado a desagües será:

57 m³/hora 16 litros/segundo

Correspondería prever una cañería colectora principal para el desagüe, de hierro fundido u hormigón comprimido, con un diámetro de 0,2 metros y una velocidad de 0,55 m/seg., hasta un decantador que prevea la separación de barros y cuerpos sólidos, para proseguir de esta hasta la colectora de Obras Sanitarias.

Para los desagües pluviales deberán adecuarse las pendientes de los pavimentos, calles y playas de estacionamiento, hacia la gran superficie absorbente de los parques y jardines, cuidando que no se produzcan lagunas.

3 - Distribución de energía eléctrica para Fuerza Motriz e Iluminación

Deberá proveerse una celda de alta tensión para medición y entrada, de acuerdo con los requisitos de EPEC, y 2 subestaciones ubicadas según se indica en el plano.

La celda de alta tensión deberá estar provista de un seccionador, seccionadores de entrada e interruptor automático con carga OBA para 13,2 KW y 3.000 KW para protección. Seccionadores para la alimentación de 13,2 KW a Subestación N° 1 y Subestación N° 2.

La Subestación N° 1 deberá tener un transformador reductor de 13,2/0,38/0,22 KW con una capacidad de 1.500 KW y la distribución siguiente:

Consignatarios e importadores	1	100 KW
Playeros y quinteros	2	150 KW

Consignatarios e importadores	3	100 KW
Consignatarios e importadores	4	100 KW
Playeros y Quinteros	5	150 KW
Consignatarios e importadores	6	100 KW
Bomba de pozo	7	300 KW
Luz Exterior	8	100 KW
Reserva	9	400 KW
		<hr/>
		1.500 KW

Cada línea de alimentación estará provista de un interruptor automático en el tablero de la Subestación.

A su vez, la Subestación N° 2 deberá tener un transformador reductor de 13,2/0,38/0,22 KW con una capacidad de 1.500 KW y la siguiente distribución:

Administración	1	100 KW
Frigorífico (pescado)	2	500 KW
Aves y huevos	3	400 KW
Clasificación de embalajes	4	50 KW
Paperos	5	100 KW
Luz exterior	6	100 KW
Reserva	7	250 KW
		<hr/>
		1.500 KW

La ubicación de la celda de alta tensión de entrada y la de las subestaciones es la indicada en el plano, considerando que prevén la ubicación más favorable para una distribución que cubre todo el suministro, con las menores distancias posibles en la distribución de baja tensión.

Las dimensiones de los alimentadores de baja tensión han sido calculadas en base a una caída de tensión prevista de no más de 5 volts entre fases, es decir, aproximadamente 1,3 %.

En ambas subestaciones se ha previsto un alimentador con un interruptor para iluminación de calles, estacionamiento y parques, de 100 KW. La iluminación se hará con lámparas de vapor de mercurio de 500 Watts, ubicadas cada 3 metros en calles de 10 metros de ancho.

Se aconseja para los cables subterráneos usar cable plástico del tipo Durolite, con suncho de hierro.

IV - Movimiento de tierra - Empalme
con las vías férreas y ruterías

A - Movimiento de Tierra

El volúmen será muy diferente según se quiera o no traer las vías del ferrocarril hasta todos los galpones. En realidad pensamos que, dado el tamaño medio del Mercado de Córdoba, quizás se pueda abandonar esta comodidad o limitarse a abastecer un solo galpón (el de los paperos).

Según la solución elegida, el volúmen podrá variar de unos 150.000 a 400.000 m³.

B - Rutas

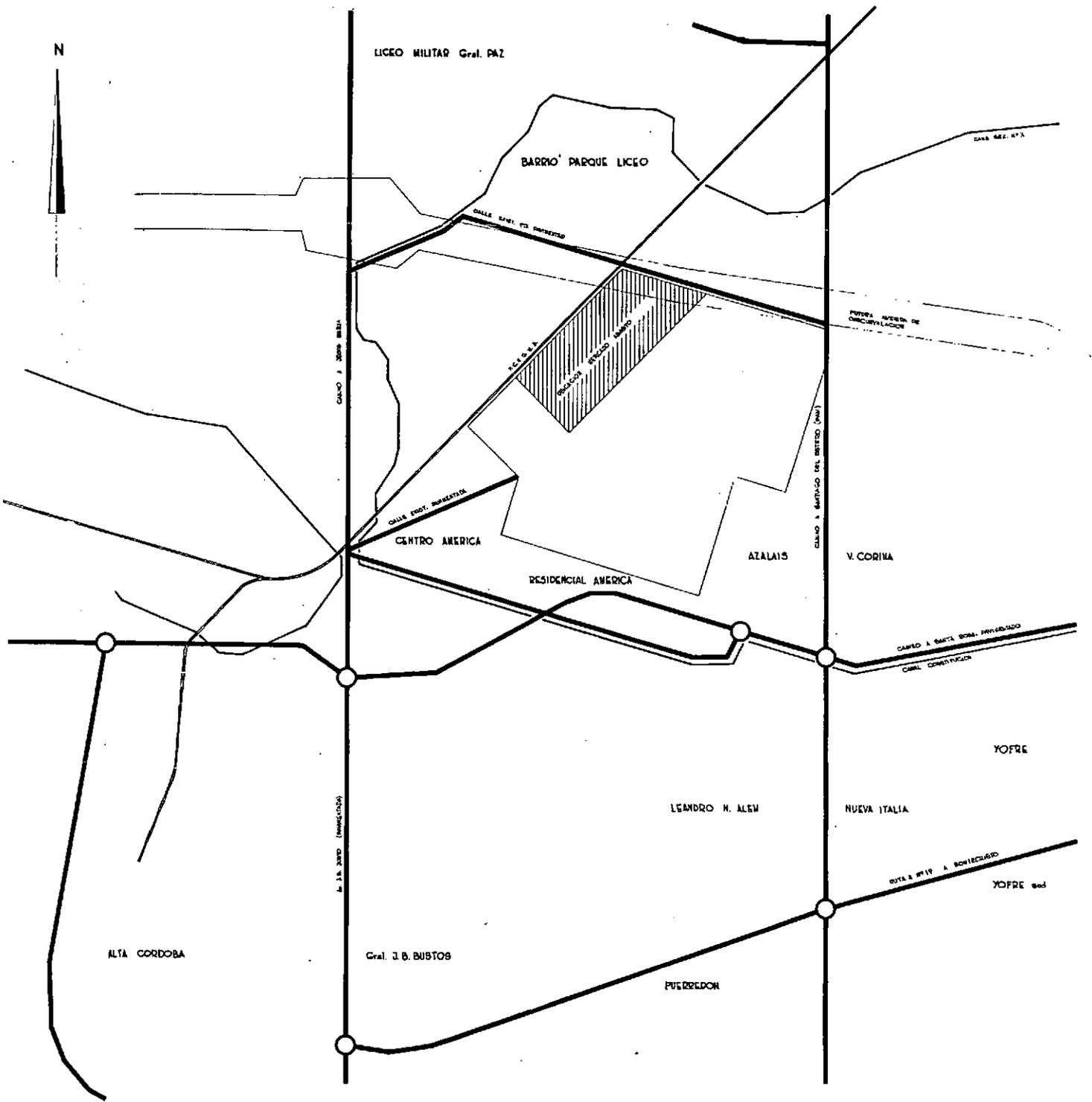
La ubicación del Mercado, al lado de la avenida de circunvalación proyectada, con un frente de unos 400 metros, es perfecta. Esta avenida estará efectivamente conectada con todas las rutas que juegan un papel importante en el abastecimiento del núcleo urbano considerado.

C - Vías Férreas

Como ya se ha explicado anteriormente, el lugar elegido para construir la Estación Mercado tendrá un solo acceso ferroviario directo -por la línea Santa Fe - Laguna Paiva - La Puerta - Alta Córdoba - del ferrocarril Belgrano, hasta tanto se resuelva la sistematización ferro-urbanística de la ciudad de Córdoba. Por ahora, el acceso de la trocha angosta de las líneas Dean Funes - Alta Córdoba y San Francisco - Alta Córdoba, deberá hacerse con retroceso de Alta Córdoba al Mercado por la línea de La Puerta.

En lo que se refiere a la concurrencia de la trocha ancha, esta podría realizarse mediante un ramal que circunscribiera exteriormente la futura avenida de circunvalación, desde Estación Ferreyra (línea Villa María - Córdoba del Ferrocarril Mitre) hasta la Estación Mercado. Dicho ramal se justificaría en materia de expropiaciones, obras de arte, etc., con el apareamiento de los desvíos de la trocha angosta, para evitar su actual penetración en la ciudad. Es decir, que las líneas de Deán Funes, La Puerta y San Francisco entrarían a la ciudad de Córdoba conjuntamente con la del Ferrocarril Mitre, desde Estación Ferreyra a la actual o futura Estación Terminal de pasajeros de este ferrocarril.

Esta solución permitiría el acceso directo a la Estación Mercado de las líneas de Dean Funes, La Puerta y San Francisco de la trocha angosta y



ZONA DE UBICACION DEL FUTURO
MERCADO DE ABASTO DE LA CIUDAD DE CORDOBA

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

Estudio de la :
COMERCIALIZACION DE LOS PRODUCTOS
PARA LA ALIMENTACION

MAPA Nº 7	PRIMERA ETAPA : Analisis
--------------	--------------------------

CUADRO Nro. 57

Estadística Demográfica de la ciudad de Córdoba -Año 1946 a 1961

Años	Pobla- ción	Nacidos Vivos	Tasa o/oo	Matri- monio o/oo	Tasa o/oo	Mort. Gral. n°	Tasa o/oo	Mortalidad Infantil	Tasa o/oo
1946	376.620	9.921	26,34	2.704	7,18	4.183	11,11	839	84,57
1947	388.854	10.990	28,26	2.972	7,64	4.683	12,04	994	90,44
1948	402.164	11.089	27,57	3.380	8,40	4.237	10,54	803	72,41
1949	414.009	11.711	28,29	3.378	8,16	4.305	10,40	721	61,57
1950	427.200	12.310	28,82	3.443	8,06	4.267	9,99	835	67,83
1951	440.800	12.400	28,13	3.392	7,70	4.510	10,23	860	69,35
1952	454.830	12.648	27,81	3.512	7,72	4.575	10,06	849	67,12
1953	469.540	12.687	27,02	3.586	7,64	4.555	9,70	766	60,38
1954	484.244	12.620	26,06	3.698	7,64	4.534	9,36	777	61,57
1955	499.678	12.751	25,52	3.779	7,56	5.091	10,19	816	63,99
1956	515.588	13.301	25,80	3.711	7,20	4.864	9,43	741	55,71
1957	532.042	14.787	27,79	3.914	7,36	5.640	10,60	1.136	76,82
1958	548.950	13.601	24,78	4.145	7,55	5.067	9,23	959	70,49
1959	566.425	13.940	24,61	4.333	7,65	5.086	8,98	970	69,58
1960	584.472	14.196	24,29	4.198	7,18	4.318	7,39	934	65,79
1961	603.071								
1962	622.271								
1963	642.083								
1964	662.533								
1965	683.628								
1966	705.486								
1967	727.850								
1968	751.033								
1969	774.940								
1970	799.617								

Datos de Población:

Años 1947 - 1960 Censos

Años 1961 - 1970 Estimaciones

Datos tomados al 30 de junio de cada año

Fuente: Dirección Provincial de Estadística

Aeropuertos de la Provincia de Córdoba

Movimiento de Pasajeros

CUADRO Nro. 58

Período	Ciudad de Córdoba		Río Cuarto		La Cumbre		V. Dolores		Total		Total Gral.	
	No. de Empr.	Ent.	Sal.	Ent.	Sal.	Ent.	Sal.	Ent.	Sal.			
Totales	--	58.068	59.354	1.092	1.094	730	780	1.044	975	60.844	62.113	123.187
Enero	4	5.196	4.919	101	103	277	215	277	252	5.851	5.489	11.340
Febrero	4	4.867	4.818	70	153	149	161	197	166	5.283	5.108	10.481
Marzo	4	4.739	5.609	92	92	112	249	194	228	5.137	6.178	11.315
Abril	4	4.445	5.062	112	87	65	65	138	140	4.760	5.354	10.114
Mayo	4	4.410	4.608	109	97	-	-	-	-	4.519	4.705	9.224
Junio	4	3.559	3.602	84	85	-	-	-	-	3.643	3.687	7.330
Julio	4	5.002	5.135	84	83	-	-	-	-	5.086	5.217	10.303
Agosto	4	5.246	5.174	57	88	-	-	-	-	5.303	5.262	10.565
Setiembre	4	4.818	4.603	76	89	-	-	-	-	4.804	4.692	9.586
Octubre	4	4.738	4.782	85	96	-	-	-	-	4.823	4.878	9.701
Noviembre	4	4.988	4.891	91	114	-	-	-	-	5.079	5.005	10.084
Diciembre	4	6.060	6.152	131	107	127	90	238	189	6.556	6.538	13.094

CUADRO Nro. 59Aeropuertos de la Provincia de CórdobaKilómetros, Horas y Cargas

AÑO 1960

Período	N°	Km.	Horas	Exceso	Cargas	Correo	Total
	Emp. Rec.		Volad.	Equipaje	(Kgs.)	(Kgs.)	(Kgs.)
				(Kgs.)			
Totales		18.491	104:29	105.896	667.826,405	46.451,672	820.174,077
Enero	4	4.566	30:24	8.603	40.289,210	3.292,233	52.184,443
Febrero	4	2.970	16:45	10.292	29.273,710	3.236,847	42.802,557
Marzo	4	4.144	23:09	10.805	31.771,315	3.481,492	46.057,807
Abril	4	2.705	13:04	8.994	52.814,610	3.541,018	65.349,628
Mayo	4	-	-	6.669	56.846,665	3.424,379	66.854,321
Junio	4	-	-	7.274	57.042,610	3.424,379	67.740,989
Julio	4	-	-	8.616	51.744,070	3.772,988	64.133,058
Agosto	4	-	-	10.821	68.329,200	3.918,085	82.868,285
Setbre.	4	-	-	7.515	66.578,170	5.095,533	79.188,703
Octubre	4	-	-	7.917	57.752,960	3.829,651	69.499,611
Novbre.	4	-	-	7.713	68.142,635	4.017,102	79.872,737
Dicbre.	4	4.106	21:07	10.877	87.241,250	5.503,688	103.621,938

Dirección Provincial de Turismo y Transportes
Escuela de Turismo

Tráfico de vehículos y Movimiento
de Pasajeros - Año 1960

Datos proporcionados por la División Estadística de la Policía de la Capital.

CUADRO Nro. 60

VEHICULOS

<u>Tipo</u>	<u>Entraron a Capital</u>	<u>Salieron de Capital</u>	<u>Entraron a la Provincia</u>	<u>Salieron de la Provincia</u>
Automóviles	158.632	184.375	163.228	165.748
Camiones	45.438	51.103	66.977	64.920
Motos	4.269	4.294	3.297	3.122
Omnibus	49.767	55.259	51.335	53.348
Totales	258.106	298.031	284.837	287.138

CUADRO Nro. 61

PERSONAS

<u>Medio y Personas</u>	<u>Entraron a Capital</u>	<u>Salieron de Capital</u>	<u>Entraron a la Provincia</u>	<u>Salieron de la Provincia</u>
Automóvil (varones)	417.021	459.228	416.398	411.106
(mujeres)	54.583	66.475	57.137	58.734
Camiones (varones)	78.520	97.803	96.279	99.857
(mujeres)	35.484	44.963	47.037	55.453
Motos (varones)	5.792	6.750	4.624	4.570
(mujeres)	1.640	2.381	1.722	1.280
Omnibus (varones)	812.717	778.900	990.773	972.914
(mujeres)	410.963	472.055	429.827	428.340
Totales	1.816.720	1.928.555	2.043.797	2.032.254

Estadística Cultural
Establecimientos Educativos

Enseñanza Primaria

CUADRO Nro. 62

Escuelas	Total de Escuelas	Cantid. de Alumnos
Escuelas Provinciales	1.301	146.143
Escuelas Nacionales	527	66.512
Escuelas Particulares	172	31.763
Escuelas Municipales	43	7.430
Escuelas Municipales Nocturnas	10	642
Escuelas Provinciales Nocturnas	40	3.291
Escuelas Vocacionales Provinciales	2	263
Escuelas Vocacionales Nocturnas	2	46
Total General	2.097	256.090

Enseñanza Secundaria

CUADRO Nro. 63

Establecimientos	Total de Escuelas	Cantid. de Alumnos
Colegios Nacion. Ofic.	28	7.243
Colegios Nacion. e Incorp.	51	4.934
Esc. Normales Oficiales	14	3.219
Esc. Nacional Incorporados	66	10.824
Esc. Comercial Ofic.	19	2.459
Esc. Comercial Incorp.	47	5.245
Total Parcial	225	33.924

Secundaria Especial

Escuela de Bellas Artes	6	254
Escuela de Música	1	-
Escuela de Cerámica	1	50
Escuela Prof. Femenina	27	2.699
Escuela Vocacional y O. Práctica	11	942
Escuela del Trabajo	10	623
Escuelas Industriales	11	2.344
Escuelas Agrotécnicas	1	92
Escuela de Minería	2	65
Escuela Fábrica Nac.	11	923
Instituto Misión Monotécnica	9	169
Total General.	315	42.085

Enseñanza UniversitariaCUADRO Nro. 64

Facultades y Escuelas	Alumnos Inscriptos
<u>UNIVERSIDAD ESTATAL</u>	
Facultad de Medicina	5.383
Facultad de Odontología	1.386
Facultad de Ciencias Químicas	1.465
Facultad de Derecho	3.886
Facultad de Ciencias Físicas y Naturales	2.405
Facultad de Arquitectura	1.075
Facultad de Ciencias Económicas	917
Facultad de Filosofía	927
Escuelas de Idiomas	668
Escuelas de Bellas Artes	80
Total Parcial	<u>18.192</u>
<u>UNIVERSIDAD CATOLICA</u>	
Facultad de Medicina	151
Facultad de Derecho	120
Facultad de Ingeniería	90
Facultad de Arquitectura	50
Facultad de Ciencias Económicas	54
Facultad de Filosofía	188
Escuela de Farmacia y Bioquímica	50
Escuela de Servicio Social	37
Total Parcial	<u>740</u>
<u>UNIVERSIDAD TECNOLOGICA</u>	
Facultad Tecnológica	339
Total General	<u>19.271</u>

CUADRO Nro. 65

Mercado Municipal de PatatasUnidades introducidas durante el año 1960

Mes	Zona	Cantidad (Bolsas)	Total (Bolsas)	P r e c i o s m/n		Recaudado Com. e Ind.
				Max.	Min.	
Enero	Córdoba	14.074	14.588	180	110	11.687
	Sur Bs.As.	514		160	160	
Febrero	Córdoba	18.986	21.336	180	120	17.146
	Sur Bs.As.	2.350		170	160	
Marzo	Sur Bs.As.	38.095	55.426	180	147	44.362
	Córdoba	17.331		160	160	
Abril	Sur Bs.As.	71.261	73.979	165	120	59.202
	Córdoba	2.718		En M. de Abasto		
Mayo	Sur Bs.As.	83.759	83.759	140	95	67.597
Junio	Sur Bs.As.	78.998	78.998	130	90	63.790
Julio	Sur Bs.As.	86.363	86.363	125	85	70.057
Agosto	Sur Bs.As.	125.167	125.167	120	75	100.283
Setiembre	Sur Bs.As.	90.848	90.848	100	50	73.393
Octubre	Sur Bs.As.	73.909	80.819	120	150	64.617
	Tucumán	4.910		210	120	
Noviembre	Sur Bs.As.	8.763	8.763	100	70	7.029
Diciembre	Sin movimiento dentro del Mercado					

En las épocas de producción local, la papa de ese origen se comercializa directamente en el Mercado de Abasto.

Mercado Municipal de PatatasCUADRO Nro. 66Unidades introducidas durante el año 1961

Mes	Zona	Cantidad (Bolsas)	Total (Bolsas)	P r e c i o s m/n		Recaudado Come Ind.
				Max.	Min.	
Enero	Sin movimiento					
Febrero	Sin movimiento					
Marzo	Sur Bs.As.	5.361	5.361	90	80	4.291
Abril	Sur Bs.As.	43.572	43.572	115	75	34.905
Mayo	Sur Bs.As.	72.116	72.116	80	70	57.772
Junio	Sur Bs.As.	79.732	79.732	80	70	63.996
Julio	Sur Bs.As.	80.661	80.661	110	70	71.603
Agosto	Sur Bs.As.	111.014	111.014	110	85	89.586
Setbre.	Sur Bs.As.	82.263	82.263	100	80	66.002
Octubre	Sur Bs.As.	66.673	66.673	110	80	53.179
Noviembre	Sur Bs.As.	18.028	18.495	105	90	14.882
	Tucumán	467		140	120	
Diciembre	Sur Bs.As.	745	745	100	90	596

Mercado Municipal de PatatasCUADRO Nro. 67Unidades introducidas durante el año 1962

Mes	Zona	Cantidad (Bolsas)	Total (Bolsas)	P r e c i o s. m/n		Recaudado Com. e Ind.
				Max.	Min.	
Enero	Sur Bs. As.	270	811	(1)	(1)	811
	Río Cuarto	541		350	350	
Febrero	Sur Bs. As.	39.129	40.509	430	300	40.509
	Río Cuarto	1.380		420	310	
Marzo	Sur Bs. As.	64.899	64.899	370	290	64.899
Abril.	Sur Bs. As.	61.398	61.398	400	290	61.398
Mayo	Sur Bs. As.	70.875	70.875	400	350	70.875
Junio	Sur Bs. As.	55.703	55.703	500	330	55.703
Julio	Sur Bs. As.	59.783	59.783	720	490	62.054
Agosto	Sur Bs. As.	48.725	49.565	980	700	49.565
	Mendoza	720		1.100	1.100	
	Chile	120		1.380	1.280	
Setiembre	Sur Bs. As.	12.168	23.217	1.420	900	23.217
	Bélgica	9.704		1.500	930	
	Chile	1.205		1.300	930	
	Rosario	140		1.100	1.100	
Octubre	Tucumán	24.539	40.109	1.300	800	40.109
	Sur Bs. As.	6.370		1.300	900	
	Chile	2.949		1.300	680	
	Bélgica	5.611		1.350	900	
	Canadá	540		950	800	
	Jujuy	100		1.150	1.150	
Noviembre	Tucumán	5.123	10.320	700	600	10.320
	Jujuy	3.505		550	550	
	Canadá	1.602		700	600	
Diciembre	Jujuy	350	780	600		780
	Tucumán	430		580		

(1) Sin estimación, ya que las bolsas introducidas fueron utilizadas por su dueño para siembra.

CUADRO Nro. 68

Unidades introducidas durante el año 1963

Mes	Zona	Cantidad (Bolsas)	Total (Bolsas)	P r e c i o s m/n		Recaudado Com. e Ind.
				Max.	Min.	
Enero	Sin movimiento					
Febrero	Sin movimiento					
Marzo	Sur Bs.As.	56.583	56.583	510	430	113.166
Abril	Sur Bs.As.	63.662	63.662	570	400	127.423
Mayo	Sur Bs.As.	76.562	76.562	460	300	153.124

CUADRO Nro. 69

Mercado Municipal de Aves y Huevos
Movimiento del mes de Diciembre de 1962

Total	8.261	13.354	1.037	58	872	121	165.356	212	6.450
Día	Gallinas	Pollos	Patos	Conejos	Pavos	Gansos	Huevos	Paloma	Huevos
1	-	-	-	-	-	-	35	-	-
3	701	1.634	62	-	24	18	23.039	57	6.000
4	105	135	-	-	-	-	1.830	-	-
5	-	-	-	-	-	-	540	-	450
6	20	39	-	-	-	-	180	-	-
7	848	1.263	109	3	41	26	27.887	-	-
8	-	-	-	-	-	-	250	-	-
10	1.060	1.472	116	2	52	14	16.320	-	-
11	-	-	-	-	-	-	-	-	-
12	20	88	4	-	14	-	930	-	-
13	-	-	-	-	-	-	-	-	-
14	849	1.256	47	10	47	4	13.536	37	-
15	20	35	-	-	-	-	190	-	-
17	505	1.071	176	32	101	17	8.385	-	-
18	108	165	12	9	9	2	16.340	-	-
19	90	100	10	-	-	-	860	-	-
20	-	-	-	-	-	-	-	-	-
21	1.308	1.641	208	1	185	21	11.342	17	-
22	-	15	2	-	2	-	110	-	-
23	-	-	-	-	-	-	-	-	-
24	1.030	1.635	154	1	190	-	10.130	16	-
26	-	-	-	-	-	-	-	-	-
27	32	68	-	-	9	-	7.827	-	-
28	887	1.716	137	-	186	19	21.790	85	-
29	40	69	-	-	-	-	30	-	-
31	639	952	-	-	12	-	3.315	-	-

Mercado Municipal. de Aves y HuevosCUADRO Nro. 70Movimiento del mes de Mayo de 1963

Total	9.231	15.075	834	30	710	44	43.250	148
Día	Gallinas	Pollos	Patos	Conejos	Pavos	Gansos	Huevos	Pal.
2	10	15	-	-	-	-	-	-
3	295	600	51	-	-	-	1.425	-
4	20	50	-	-	1	-	30	-
6	1.398	2.378	200	8	178	8	4.900	-
7	-	-	-	-	-	-	-	-
8	80	100	-	-	40	-	270	-
9	115	114	-	-	14	-	-	-
10	1.377	2.538	112	10	146	-	19.995	20
11	15	30	1	-	-	-	60	-
13	1.727	1.725	53	-	25	1	2.475	18
14	100	160	-	-	-	-	390	-
15	20	30	-	-	7	-	-	-
16	138	200	-	-	-	-	150	-
17	860	2.200	132	7	108	15	7.840	30
18	70	130	-	-	-	-	1.830	-
20	731	1.147	56	2	84	8	1.430	30
21	-	-	-	-	-	-	-	-
22	52	110	11	3	-	-	1.090	30
23	40	60	18	-	21	-	150	-
24	1.041	1.522	77	-	41	7	12	-
27	525	739	37	-	17	5	1.180	-
28	91	230	-	-	-	-	1.290	-
29	10	15	-	-	-	-	-	-
30	170	272	-	-	12	-	270	-
31	346	620	59	-	6	-	1.453	20

Estadística Ferroviaria de la Provincia de CórdobaCUADRO Nro. 71Ferrocarril Nacional
General Belgrano

Ejercicio	Pasajeros		Cargas	
	Despachados	Recibidos	Despachadas	Recibidas
1957/1958	1.637.448	6.806	715.321	309.885
1958/1959	2.017.847	--	600.373	317.938
1959/1960	1.931.693	-	628.815	331.760

CUADRO Nro. 72Ferrocarril Nacional
Bartolomé Mitre

Ejercicio	Pasajeros		Cargas	
	Despachados	Recibidos	Despachadas	Recibidas
1957/1958	863.405	962.126	1.520.383	481.630
1958/1959	6.558	6.453	1.586.931	475.496
1959/1960	966.315	964.558	1.465.898	373.847

Mercado Municipal de Papas

Unidades introducidas en este Mercado por los Consignatarios inscriptos en el mismo, a partir del mes de Enero a Mayo de 1963.

Lopresti e Hijo	33.912 Bolsas
Ricardo Cáceres	51.402 "
Dariozzi Hnos.	40.306 "
Suarez, Jurio y Cía.	2.272 "
Paternico, Weigast y Cía.	38.053 "
Norberto Mariani e Hijo	7.939 "
Rosario Salsano	16.057 "
Pedro Ceccheto	1.760 "
Pedro Castro	1.576 "
Santiago Bellotti	8.608 "
Luis Aguilera	2.899 "
Alfredo Andreani	2.980 "
	<hr/>
	208.664 "

Mercado de Abasto - CórdobaPuestos Mayoristas de Frutas y Verduras

N° de Puesto	Locatario	Sup. cubierta en m2.
27	Diego Martínez y Cía.	90,12
1/2	Diego Zamora	106,50
3	Francisco Ruiz	86,50
4	Domingo Milillo	43,25
4 bis	Aldo Luis Busamía	43,25
5	José Artel	67,00
6	Eugenio Almanza y Cía.	86,50
7	Luis Acciotto y Cía. S. R. L.	86,50
8	Rey Hermanos	71,00
9	Francisco Ferrán	87,50
10	Juan Olivieri	49,50
11	Josefa Vda. de Rosado	55,00
12	Maenza Hnos.	83,00
13	José Trujillo	83,00
14	Rebeca Vda. de Apesca	55,50

15	Rebeca Vda. de Apesca	37,00
16-52	Nicolás y Angel Tuturro	50,40
17	Reynaldo Granito	46,00
18	Manuel Ruano	46,00
19	Casimiro Salguero	52,00
20	Salvador Sbrocoa	41,00
21	Luis y Humberto Ricciutti	45,50
22	Suc. Luciano Da Costa Murta	46,00
23	Gerardo A. Gonzalez	45,00
24	Francisco Sanchez	46,00
25	Morcovich y Romagnoli	39,00
26	Rinaldo Hnos.	39,00
51	Héctor J. Murillo	63,00
53	Miguel y Angel Piccini	39,00
32	Di Natale Hnos.	137,00
33	Serafín Aguado	126,00
34	T. Sánchez y A. Flores	41,00
35	Graciano Di Gaetano	16,50
36-37	Juan Luis Serano	51,00
38	José Manso	57,50
39	Moises Alauy	33,00
40	Miguel Paggiotto	59,50
41	Abelino Borrego	45,50
42-45	Molina Hnos.	114,50
43	Ignacio Rojas	53,00
44	Francisco Cardillo	46,00
69	Scavuzzo Hnos.	46,50
47	Juan Baez	17,40
27	Bernabé O. Figueroa	38,20
28	Rinaldo Hnos.	69,00
29	Joaquín Romera	43,50
30	Benito Ponciano	19,50
31	Juan Carmelo Colacrai	11,00
46	Isaac Rivera	39,90
47	Emeterio Noe	39,90
49	Luis Cabrera	49,50
50	Suc. de A. Accietto	52,50
51	Salvador Blasco	48,50
52	Manuel Arroyo P. Aseloni	31,00
54	Andrés Mingueli	55,25
55	José Carrión Muñoz	55,25
56	Miguel Anello	29,50
57	Antonio Rinaldo	25,20
58	Francisco Sánchez	24,50
59-60	Vergara Hnos. S. R L.	46,50
61	María J. C. de Bonifacci	43,50

62	José Fernández	24,00
63	José Fernández	28,50
64	José Chanzay García	45,00
65-66	Juan Aguado	48,50
67	Francisco Domiano	24,00
68	J. Martín J. Varela y Tejedor	31,00
1	Manuel Ruano	36,70
2	Rafael López	46,90
3-4	Juan García	47,00
5	Rudecindo Romagnoli	23,50
6	Víctor Manuel Marchetti	23,50
7	Antonio Vargas Rivas	23,50
8	E. R. Torrente y Manuel Tripiana	23,50
9	Amancio Carreras	23,50
10-11	Rogar	47,00
12-13	Vladimiro y Esteban (h) Rodasavac	46,00

Nota: Los números repetidos corresponden a los puestos pertenecientes a la nueva ampliación.

14-15	Lázaro Albarracín	46,00
16-17	Salvador Pérez	46,00
18	Jorge Simosis	23,00
19	José Martín Ramírez	23,00
20-21	Pablo Rinalde	46,00
22-23	Salvador Rinaldi	46,00
24	José Portillo	45,40
25	Francisco Portillo	36,70
26	Manuel Peyé	45,30
27-28	Juan F. Fernández Alvarez	46,00
29-30	Nabia y Cia.	23,00
	Nabia y Cia.	23,00
31	Jesus Sanchez Gonzalez	23,00
32	Adolfo Cañada	23,00
33-34	Juan Carlos Melto	46,00
35-36	Roberto Melto	46,00
37-38	Hugo E. Herrera	46,00
39-40	Juan Antonio Sbreca	47,00
41	Eduardo Víctor Moyano	23,50
42-43	José Batistín	23,50
44	Miguel Sbreca	23,50
45	Orsini Hnos.	23,50
46	Víctor Alfredo Echenique	23,50
47	Angel Simonetta	23,50
48-49	Antonio Amaya	47,00
50-51	Gabbarini y Aguilera	47,00

52	Domingo y Nicolás Sacabuzzo	22,65
53	Domingo y Nicolás Sacabuzzo	22,65
54	J. de la Rubia y Nabia (Confitería)	
s/n	Diego Haro	17,20
s/n	José Pugliese	31,95
s/n	Félix Rojas	17,40
s/n	Amancio Guerrero Rueda	14,50
s/n	Jacobo Moscatelli	9,70
s/n	Angel Gadban	7,30
s/n	Angel Gadban	10,40
s/n	Roberto Sanz García	14,80
		<hr/>
		4.966,00

Mercado de Abasto - Córdoba

Sótanos Mayoristas - Frutas

N° de Puesto	Locatario	Sup. cubierta en m2.
4	Domingo Milillo	35,00
4 bis	Vicente Ugliarelo	91,00
6	E. Almanza y Cía.	122,00
7	Luis Accietto y Cía. S. R. L	70,00
8	Roy Hnos.	56,00
9	Francisco Ferrán	70,00
10	José Rosado	47,00
21	Luis y H. Ricciutti	108,70
22	Suc. L. Da Costa Murta	129,00
23	Gerardo A. González	134,50
24	Francisco Sánchez	74,50
25	Mardcovich y Romagnoli	51,00
26	Rinaldi Hnos.	66,40
28	Rinaldi Hnos.	109,50
29	Joaquín Romera	106,00
30	Benito Ponciano Sacristán	71,00
31	Juan y Carlo Calacrai	69,50
32	Di Natale Hnos.	212,00
33	Serafini Aguado	66,40
34	I. Sánchez y A. Flores	57,80
36	Juan Luis Serrone	92,00
37	Luis Serrone	144,00
38	José Manso	89,50
40	Miguel Paggiceto	155,00
Playa 9	Juan Luis Serrone	92,00
		<hr/>
		2.316,00

Mercado de Abasto - CórdobaPuestos Mayoristas de Playa - Frutas y Verdura

<u>L o c a t a r i o</u>	<u>Puesto N°</u>	<u>Superficie Cubierta - m2.</u>
Juan Hernandez	409	7,00
Luis Ruggeri	410-412	14,00
Pablo Ruggieri	411	7,00
Pedro García	413-415	14,00
Enrique Schelstraetre	414-416	14,00
Luis Miloco	417	7,00
Nemesio Sanchez Carrasco	418-419	14,00
Bautista Simón	420-422	14,00
Bautista Simón Scolano	421-423	14,00
Pedro Cechetto	424-425	14,00
Francisco Tegli	426-427	14,00
Juan Tegli	428-429	14,00
Angel Joaquín Balardinelli	430-431	14,00
Benito Umberto Balardinelli	432	7,00
José Duarte Haro	433-434	14,00
Pedro Peloni	435-436	14,00
José Rourera Monserrat	437	7,00
José Rourera (h)	438-439	14,00
María S. Vda. de Gregori	440-441	14,00
José Gregori	442-443	14,00
Domingo Rivero	444-445	14,00
Emeterio Noé	446-447	14,00
Julio Castro	448-449	14,00
Preto Zárate	450-451	14,00
Juan Della Vedova	452-453	14,00
Juan Sánchez	454-455	14,00
Fidel Domingo Reggi	456-457	14,00
Salvador Cocimano	458-459	14,00
Francisco Martín	460-461	14,00
André Caperuzzo	462-463	14,00
Luis Zuliani	464-465	14,00
Sexto Osvaldo Lerda	466-467	14,00
Andrés Amaya	468-469	14,00
Baltazar Amaya	470-471	14,00
José Cantarelli	472-473	14,00
Zenón López	474-475	14,00
Angel López	476-477	14,00
Lucrecio López	478-s/n	14,00

José Martín	479	7,00
Patricio Martín	480	14,00
Sarmiento y Casas	482-483	14,00
Antonio Timpañero	89	7,00
Francisco Jalil	90	7,00
Domingo Banchio	91	7,00
Antonio V. Visiedo	92-93	14,00
Juan Barbali	94	7,00
Miguel Di Cicco	95	7,00
Zenón Cirilo Muñoz	96	7,00
Virgilio V. Varicco	97	7,00
Ramón A. Díaz	98	7,00
Celestino Ceceani	99	7,00
Ramón Díaz	100	7,00
Agapito López	101-103	14,00

Mercado de Abasto - Córdoba

Puesto-Revendedor de Playa-Frutas y Verduras

<u>L ó c a t a r i o</u>	<u>Superficie cubierta - m2.</u>
Francisco Martínez	30,00
Alcira Cufre	30,00
Juan Tizzani	30,00
Luis Tissani	30,00
Máximo Flores	30,00
Ventura Gómez	30,00
Manuel Lujan	30,00
Juan Pedro Martínez	30,00
Diego García	30,00
Juan Maviglia	30,00
Juan Talavera	30,00
Pedro Ruiz	30,00
Diego Sanchez	30,00
Pedro Antonio Martínez	30,00
Raúl López	30,00
Victorio Baldini	30,00
Silvio Baldini	30,00
Pedro Gil	30,00
Benedicto Mateo Casas	30,00
Melchor Visiedo	30,00

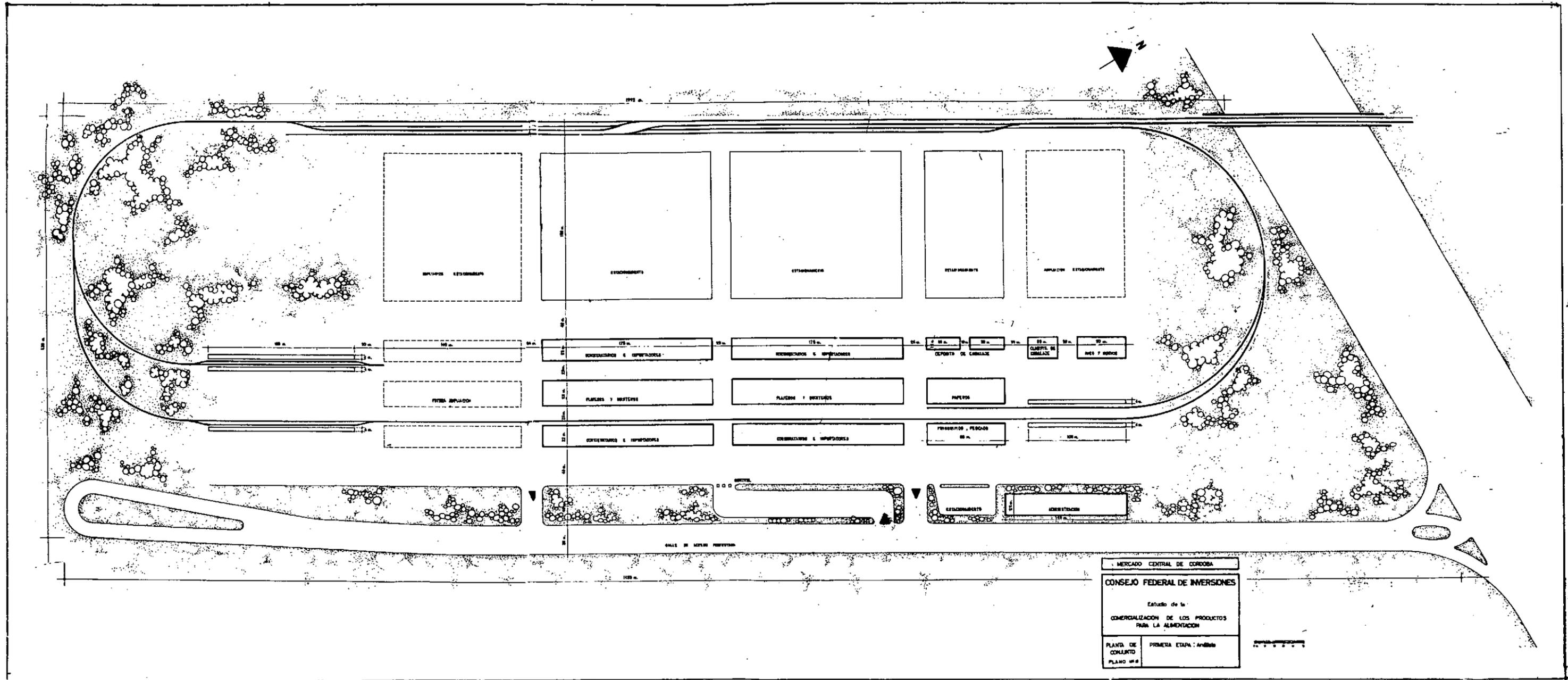
Raúl Ferrer	30,00
Juan Oliva	30,00
Fermín Casas	30,00
Manuel López	30,00
Mario Antonio Anselmi	30,00
Arsenio Selmo Cavotto	30,00
Ramón Ossaman	30,00
Serafín Furfaro	30,00
Cayetano Pérez	30,00
Hilario López	30,00
Luis Farra	30,00
César Farra	30,00
Rafael Benhamud	30,00
Celestino D'Giavani	30,00
Roberto Ferreyra	30,00
Juan Ortiz	30,00
Cipriano V. Cáceres	30,00
Pedro Verchelone	30,00
Nazareno Mataloni	30,00
Ludovico Giraudo	30,00
Manuel Sancho	30,00
José Sanchez	30,00
Antonio Giménez	30,00
Vicente G. Cáceres	30,00
Juan García	30,00
Ramón Altamira	30,00
Constantino Blando	30,00
Luis Naldini	30,00
Balbino Malpica	30,00
Domingo Rivilli	30,00
Mario Biassi	30,00
José Manitta	30,00
José Britos	30,00
Héctor Gombet	30,00
Guzman Fernando	30,00
Cuzaman Fernando	30,00
Antonio Morillo	30,00
Jorge Gabotto	30,00
Toribio Sarmiento	30,00
José Prieto	30,00
Anibal Mazzacani	30,00
Domingo Mazzacani	30,00
Oreste Gambotella	30,00
Pedro Alendo	30,00
Pedro Benfigli	30,00

Emilio Giménez	30,00
Luis Gimenez	30,00
Francisco Morillo	30,00
Juan Morillo	30,00
José Mellín	30,00
Luis Griguel	30,00
Francisco Soler	30,00
Alberto Soler	30,00
Luis Accietto	30,00
Alberto Accietto	30,00
José Galán	30,00
Basilio Cuello	30,00
Amancio Carreras	30,00
José Battistin	30,00
Tomás Morales	30,00
José Sanchez Morales	30,00
Juan Obdulio Lucente	30,00
Vicente Prado	30,00
Sebastián Clemente	30,00
Gino Morganti	30,00
Ovidio Tisera	30,00
Jorge Santiago	30,00
Martiniano Enrique Gregori	30,00
Héctor Rigancio	30,00
Reyes Moyano	30,00
Jorge Ortelani	30,00
Pedro Luis Morelli	30,00
Francisco Floridio	30,00
Pedro Coyante	30,00
Juan Santiago Palma	30,00
Elio Antonio Palma	30,00
Juan Batistín	30,00 y 30,00
Julio Casadio	30,00
Francisco Bazan	30,00
Carlos Scalvenzi	30,00
Humberto Gabbarini	30,00
Carlos Rodriguez	30,00
Angel Gelosa	30,00
Eduardo Marcheginai	30,00
Pedro Marchegiani	30,00
Isidro Urgelli	30,00
Virgilio Verrico	30,00
José Ortega	30,00 y 30,00
Teodoro Rivera	30,00

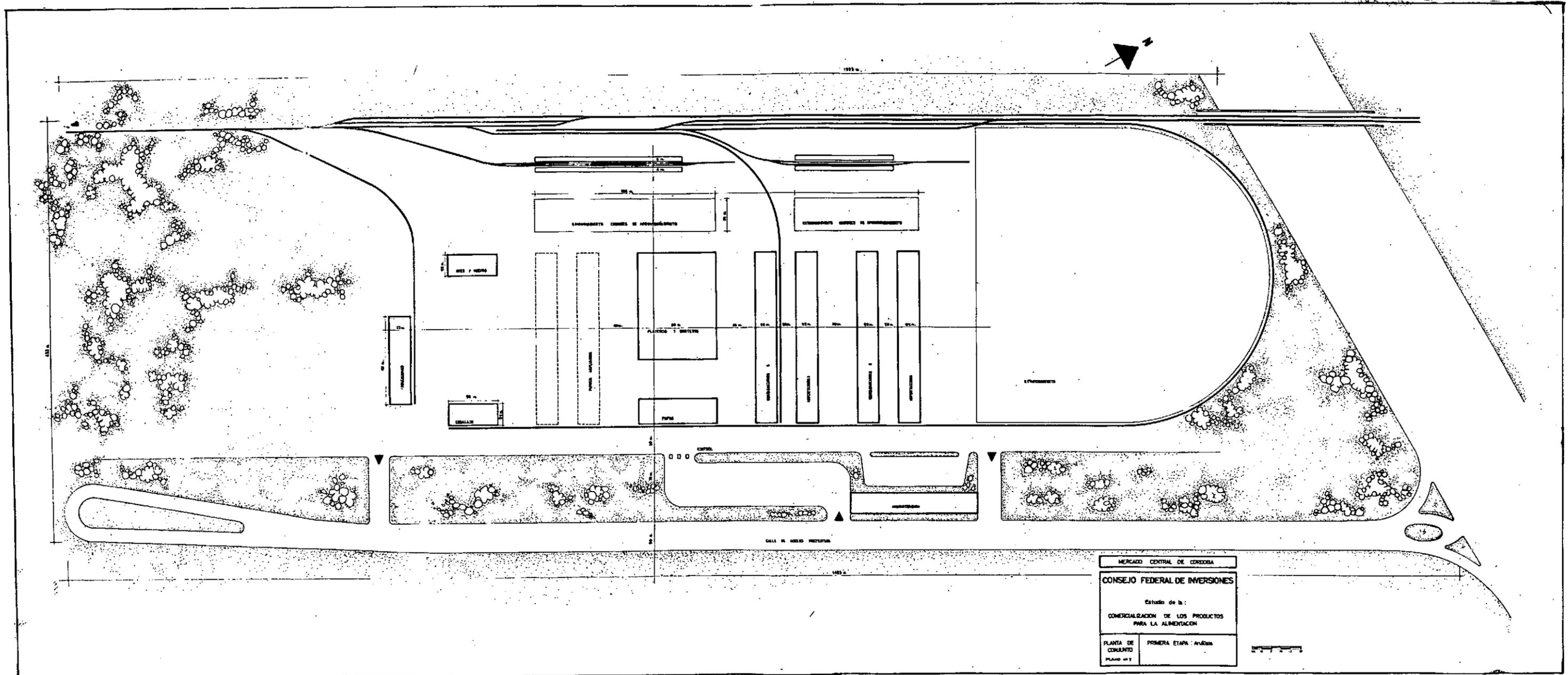
Mercado de Abasto - CórdobaPuestos Mayoristas de Playa - Frutas y Verduras

<u>L o c a t a r i o</u>	<u>Puesto N°</u>	<u>Superficie cubierta - m2.</u>
Juan Moganti	235-236	14,00
Mario Lamoratta	327-328	14,00
Telémaco Lamoratta	329-331	14,00
Aldo J. Morganti	330	7,00
Fernando Baccacece	332-334	14,00
Alfredo Meloni	333-335	14,00
Alfonso Baccacece	336-338	14,00
Alfredo Meloni (h)	337-339	14,00
Pedro Gallo	340-342	14,00
Mario Domena	341-343	14,00
Armando P. Lascano	344	7,00
Isidro Monforte	345-347	14,00
Juan Duarte	346	7,00
Juan Chiappe	348-350	14,00
Miguel y Luis Bearotto	349-351	14,00
Natalio Leda	353	7,00
Pedro Rivas	352-354	14,00
Hector Lerda	355	7,00
Manuel A. Mattos	356-358	14,00
Lorenzo Martínez Diez	357-359	14,00
Ignacio Mollica	360-362	14,00
Miguel Perona	361	7,00
Dante Perona	363-365	14,00
Isidro Puga Rodriguez	364	7,00
Manuel Ruiz Ortega	366	7,00
Higinio Gabarini	367	7,00
Antonio Panuntin	369	7,00
Justo Puga	368	7,00
Primo Palessi	370-371	14,00
José Gallo	372-374	14,00
Juan Armenanto	375	7,00
Francisco C. Ramaciotti	377	7,00
Spiritu Boetti	376	7,00
Pablo Mollica	378-380	14,00
Enrique Percelle	379	7,00
Eugenia Vda. de Parcello	381	7,00
Manuel Soler	382	7,00
José Domene	383	7,00

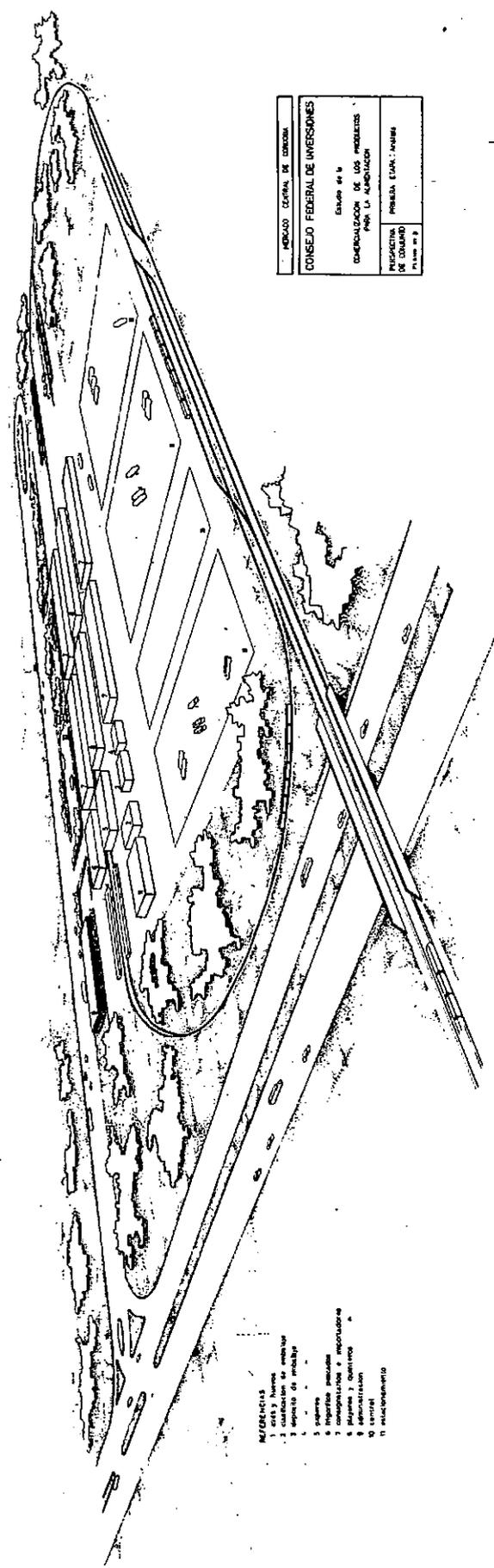
Francisco Soler (h)	384	7,00
Francisco Soler	385-387	14,00
Alfio Manita	386-388	14,00
Pedro Morillo	389	7,00
Félix Pérez Valci	390	7,00
Matias Morillo	391	7,00
Marino Gaberini	395	7,00
Severino Gabberini	396	7,00
Augusto Franceschelli	397-398	14,00
José Bibbo	399-400	14,00
Emilio Andreani	401	7,00
Alfredo Andreani	402-403	14,00
Juan Palomarez	404-405	14,00
Ginéz Hernández	406-407	14,00
Francisco Hernández	408	7,00
Miguel Lorenzo	102	7,00
Ramón González	104	7,00
Francisco Rigazzio	105	7,00
Ramón González	106	7,00
Antonio Noguera	107	7,00
Antonio Melero	108	7,00
Celestino Isaiás Ceceani	109	7,00
Pedro Quiñonero	110	7,00
Francisco D. C. Sanchez	111	7,00
Antonio Domene	112	7,00
Francisco Sánchez	113	7,00
Francisco Lozano	114	7,00
Albino Recanatti	115	7,00
Francisco Lozano	116	7,00
Juan Martínez	117	7,00
Antonio Lozano	118	7,00
Jacinto Domingo	119	7,00
Juan Carlos Torres	120	7,00
Delfín Pérez	121	7,00
Juan David Torres	122	7,00
Gabriel Maluf	123-124	14,00
Artemio Silvestre	125	7,00
Ramón Vilchez	126-127	14,00
Plácido Di Carlo	128	7,00
Arturo Chumbita	129	7,00
Carlos Fernasari	130	7,00



MERCADO CENTRAL DE COROBA
 CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES
 Estudio de la
 COMERCIALIZACION DE LOS PRODUCTOS
 PARA LA ALIMENTACION
 PLANO DE CONJUNTO
 PLANO # 2
 PRIMERA ETAPA: Analisis

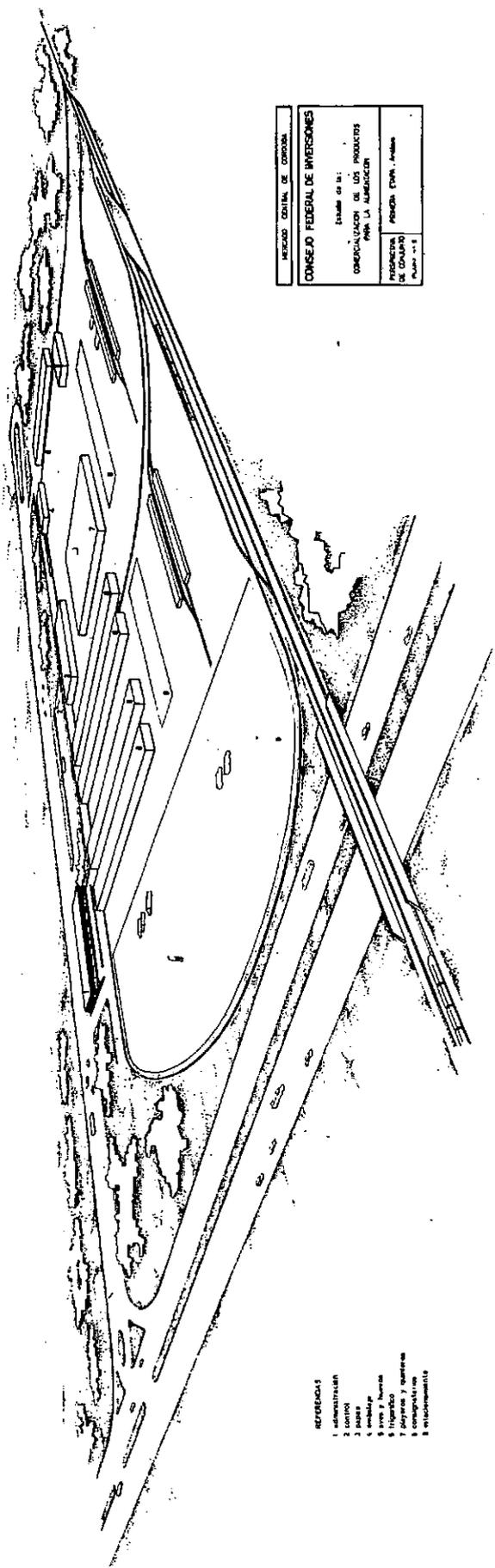


MERCADO CENTRAL DE CORDOBA
 CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES
 Estudio de la:
 COMERCIALIZACION DE LOS PRODUCTOS
 PARA LA ALIMENTACION
 PLANTA DE CONSUMO
 PRIMERA ETAPA: Analisis
 PLANO # 1



BANCO CENTRAL DE COLOMBIA CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES Establecimiento ORGANIZACIÓN DE LOS SERVIDORES PARA LA ADMINISTRACIÓN	
PROYECTIVA DE CONJUNTO PLANO N.º 1	EMPRESA EJECUTIVA: ANUSA

- REFERENCIAS**
- 1. Edificio de oficinas
 - 2. Edificio de administración
 - 3. Edificio de depósito
 - 4. Estacionamiento
 - 5. Edificio de depósito
 - 6. Edificio de depósito
 - 7. Edificio de depósito
 - 8. Edificio de depósito
 - 9. Edificio de depósito
 - 10. Edificio de depósito
 - 11. Edificio de depósito



MERCADO CENTRAL DE COMERCIO
CONSEJO FEDERAL DE INTERSESIONES
 División de la:
 COMERCIALIZACION DE LOS PRODUCTOS
 PARA LA ALIMENTACION
 PROYECTO:
 DE DISEÑO
 PARA: EST. N. 1000
 PLAZA N. 1

- REFERENCIAS**
 1. administrativas
 2. control
 3. pasarela
 4. estacionamiento
 5. zona de servicio
 6. oficinas y almacenes
 7. construcciones
 8. estacionamiento

INDICE DE CUADROS

<u>Nro.</u>	<u>Página</u>
1 - Relación de población entre Capital y provincia de Córdoba.	15
2 - Población de la ciudad de Córdoba	16
3 - Análisis de entradas y salidas de productos alimenticios - Día 22 de julio de 1963.	41
4 - Análisis de entradas y salidas de productos alimenticios - Día 23 de julio de 1963.	43
5 - Análisis de entradas y salidas de productos alimenticios - Día 24 de julio de 1963.	45
6 - Análisis de entradas y salidas de productos alimenticios - Día 25 de julio de 1963.	47
7 - Análisis de entradas y salidas de productos alimenticios - Día 26 de julio de 1963.	49
8 - Movimientos mensuales en el Mercado Municipal de Patatas.	52
9 - Abastecimiento de Córdoba - Resultado del Cierre de entradas y salidas - Papa -	53
10 - Abastecimiento de Córdoba - Resultado del cierre de entradas y salidas - Batata -	54
11 - Abastecimiento de Córdoba - Resultado del cierre de entradas y salidas - Zanahoria -	55
12 - Abastecimiento de Córdoba - Resultado del cierre de entradas y salidas - Zapallo -	56
13 - Abastecimiento de Córdoba - Resultado del cierre de entradas y salidas - Ajo y cebolla -	57
14 - Abastecimiento de Córdoba - Resultado del cierre de entradas y salidas - Tomate, pimientos, etc. -	58
15 - Abastecimiento de Córdoba - Resultado del cierre de entradas y salidas - Verduras varias (1) -	59
16 - Abastecimiento de Córdoba - Resultado del cierre de entradas y salidas - Verduras varias (2) -	59
17 - Consumo estimado de la ciudad de Córdoba - Resultado del cierre de ciudad.	60
18 - Abastecimiento de Córdoba - Resultado del cierre de entradas y salidas - Citrus -	65
19 - Abastecimiento de Córdoba - Resultado del cierre de entradas y salidas - Manzana y pera -	66
20 - Abastecimiento de Córdoba - Resultado del cierre de entradas y salidas - Banana -	67
21 - Consumo estimado en la ciudad de Córdoba - Resultado del cierre de ciudad.	68

<u>Nro.</u>		<u>Página</u>
22	- Distribución del tránsito por las entradas a la ciudad - Entradas.	70
23	- Distribución del tránsito por las entradas a la ciudad - Salidas.	75
24	- Distribución del tránsito por las entradas a la ciudad - Tránsito.	75
25	- Movimiento de camiones - Horarios - Entrada al Mercado.	77
26	- Variaciones diarias del movimiento de camiones en el Mercado.	77
27	- Movimiento en los puestos de la ciudad - Promedio.	78
28	- Movimiento total de los 5 días.	78
29	- Variaciones diarias de las entradas de camiones.	78
30	- Tonelaje y entrada utilizada por los camiones el día 22.	79
31	- Promedio normal de entradas.	79
32	- Resultado de la encuesta de cierre.	79
33	- Locatarios y consignatarios - Primera clasificación.	82
34	- Encuesta de comerciantes mayoristas - Locatarios y consignatarios - Análisis de la muestra entrevistada - Locatarios con puestos superiores a 60 m2. en el Mercado - Superficie utilizada.	84
35	- Encuesta de comerciantes mayoristas - Locatarios y consignatarios - Análisis de la muestra entrevistada - Locatarios con puestos superiores a 60 m2. en el mercado - Estimaciones de los volúmenes de comercialización.	85
36	- Encuesta de comerciantes mayoristas - Locatarios y consignatarios - Análisis de la muestra entrevistada - Locatarios con puestos entre 40 y 60 m2. en el Mercado - Estimaciones de los volúmenes de comercialización.	87
37	- Encuesta de comerciantes mayoristas - Locatarios y consignatarios - Análisis de la muestra entrevistada - Locatarios con puestos entre 40 y 60 m2. en el Mercado que por condiciones especiales se unen al grupo con puestos superiores a 60 m2. - Estimaciones de los volúmenes de comercialización.	88
38	- Encuesta de comerciantes mayoristas - Locatarios y consignatarios - Análisis de la muestra entrevistada - Locatarios con puestos entre 20 y 40 m2. en el Mercado.	89
39	- Encuesta de comerciantes mayoristas - Locatarios y consignatarios - Análisis de la muestra entrevistada - Locatarios con puestos de 20 a 40 m2. en el Mercado que por condiciones especiales se unen al grupo con puestos superiores a 60 m2.	90

<u>Nro.</u>	<u>Página</u>
40 - Características de la población no analizada.	91
41 - Encuesta de comerciantes mayoristas - Locatarios y consignatarios - Resumen general del análisis.	92
42 - Clasificación de acuerdo a la superficie utilizada.	93
43 - Comerciantes playeros - Resumen general.	101
44 - Clasificación de los mayoristas de frutas y hortalizas.	113
45 - Distribución de las ventas al por mayor por grupos de mayoristas y por productos.	117
46 - Dimensión de calle comercial.	119
47 - Número de frentes.	120
48 - Oficinas.	120
49 - Agua, teléfono, energía eléctrica y gas.	121
50 - Conservación del remanente.	123
51 - Tipo de camiones.	123
52 - Carga unitaria de los camiones.	124
53 - Número de destinatarios.	124
54 - Forma de descargar.	125
55 - Tipo de camiones.	125
56 - Carga transportada.	126
57 - Estadística demográfica de la ciudad de Córdoba - 1946 a 1961.	157
58 - Aeropuertos de la provincia de Córdoba - Movimiento de pasajeros.	158
59 - Aeropuertos de la provincia de Córdoba - Kilómetros, horas y cargas - Año 1960.	159
60 - Dirección Provincial de Turismo - Escuela de Turismo - Tráfico de vehículos y movimiento de pasajeros - Año 1960 - Vehículos.	161
61 - Dirección Provincial de Turismo - Escuela de Turismo - Tráfico de vehículos y movimiento de pasajeros - Año 1960 - Personas.	161
62 - Estadística cultural - Establecimientos educacionales - Enseñanza primaria.	163
63 - Estadística cultural - Establecimientos educacionales - Enseñanza secundaria.	163
64 - Estadística cultural - Establecimientos educacionales - Enseñanza universitaria.	165
65 - Mercado Municipal de Patatas - Unidades introducidas durante el año 1960.	167
66 - Mercado Municipal de Patatas - Unidades introducidas durante el año 1961.	169
67 - Mercado Municipal de Patatas - Unidades introducidas durante el año 1962.	171

<u>Nro.</u>		<u>Página</u>
68	- Mercado Municipal de Patatas - Unidades introducidas durante el año 1963.	172
69	- Mercado Municipal de Aves y Huevos - Movimiento del mes de Diciembre de 1962.	173
70	- Mercado Municipal de Aves y Huevos - Movimiento del mes de mayo de 1963.	175
71	- Estadística ferroviaria de la provincia de Córdoba - F.C.N.G.Belgrano.	177
72	- Estadística ferroviaria de la provincia de Córdoba - F.C.N.B.Mitre.	177

INDICE DE MAPAS

1	- Crecimiento de la ciudad de Córdoba.	11
2	- Rutas de acceso a la ciudad de Córdoba.	13
3	- Densidad de la población de la ciudad de Córdoba.	19
4	- Zona de influencia del consumo y abastecimiento local.	33
5	- Entradas y salidas de camiones - Distribución por sectores.	71
6	- Centros de abastecimiento.	109
7	- Zona de ubicación del futuro Mercado de Abasto de la ciudad de Córdoba.	155

INDICE DE GRAFICOS

1	- Población de la ciudad de Córdoba.	21
2	- Población de la ciudad de Córdoba.	21
3	- Evolución de las necesidades urbanas de la ciudad de Córdoba.	23
4	- Encuesta de entradas y salidas de frutas y hortalizas - Variación diaria.	73

INDICE DE PLANOS

1	- Mercado de Abasto de la ciudad de Córdoba.	107
2	- Mercado tipo pabellón - Esquema tipo A.	137
3	- Mercado tipo lineal - Esquema tipo B.	139
4	- Axonometría de depósitos para mayoristas.	141
5	- Corte esquemático de un galpón para mayoristas.	143
6	- Mercado Central de Córdoba - Planta de conjunto.	189
7	- Mercado Central de Córdoba - Planta de conjunto.	191
8	- Mercado Central de Córdoba - Perspectiva de conjunto.	193
9	- Mercado Central de Córdoba - Perspectiva de conjunto.	195

INDICE DE ANEXOS

	<u>Página</u>
Formulario de encuesta de cierre de ciudad.	35
Formulario de encuesta mayorista.	105
Mercado Municipal de Papas.	179
Mercado de Abasto - Puestos mayoristas de frutas y hortalizas.	179
Mercado de Abasto - Sótanos mayoristas - Frutas -	182
Mercado de Abasto - Puestos mayoristas de playas - Frutas y verduras.	183
Mercado de Abasto - Puestos revendedores de playa - Frutas y verduras.	184
Mercado de Abasto - Puesto mayoristas de playa - Frutas y verduras.	187