

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

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

L.P. 154

5989



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

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

ANALISIS



SUBSEDE LA PLATA

BIBLIOTECA

SEGUNDA PARTE

MERCADO DE CONCENTRACION DE LOS
PRINCIPALES CENTROS DE CONSUMO

TOMO 16

CIUDAD DE SANTA FE

1964

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 Societé 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 16

Página

CAPITULO I

INTRODUCCION

I.	Objeto del Estudio. Metodología empleada.	1
II.	Organismos que Colaboraron con el Trabajo.	5
III.	Fuentes de Información.	7

CAPITULO II

DEMOGRAFIA

I.	Definición del Núcleo Humano Abastecido por el Mercado. Mayorista de Santa Fe.	9
II.	Cálculo de la Evolución de la Población del Núcleo Estudiado.	9

CAPITULO III

PRODUCCION DE LA ZONA

I.	Introducción.	19
II.	Definición de los Límites de la Zona.	19
III.	Características de la Zona.	20

CAPITULO IV

TRANSPORTES Y ACCESOS

I.	Transporte de los Productos Alimenticios.	33
	A - Accesos a la Ciudad.	33
	1 - Accesos viales.	33
	2 - Accesos férreos.	34
	B - Transporte más frecuentemente utilizado.	34
II.	Cierre de la Ciudad de Santa Fe.	37
	A - Generalidades.	37
	B - Consumo Anual per cápita.	38

C - Procedencia y Destino de la Mercadería.

46

CAPITULO V

COMERCIALIZACION

I.	Organismos Vinculados a la Comercialización.	51
	A - Organismos oficiales.	51
	B - Organismos privados.	51
	1 - De la Cámara Sindical de Fruteros y Anexos.	51
	2 - De la Cooperativa de Quinteros Limitada.	51
II.	Infraestructura del Abastecimiento de Frutas y Hortalizas.	52
	A - Comercio Mayorista.	52
	1 - Mercado Mayorista.	52
	2 - Depósitos Mayoristas.	52
	B - Comercio Minorista.	52
	1 - Mercados Municipales.	52
	2 - Ferias.	66
	3 - Mercados Intercomunales.	69
	4 - Mercados Particulares.	70
	5 - Carritos con paradas fijas.	70
	6 - Comercios en tiendas.	71
	C - Frigoríficos.	73
III.	Mercado de Abasto.	74
IV.	Encuesta Mayorista.	83
	A - Introducción.	83
	B - Criterios de clasificación y primeros resultados.	83
	C - Análisis más detallado de los distintos grupos.	84
	1 - Grupo MH	84
	1.1 - Grupo MHG	84
	1.2 - Grupo MHE	86
	1.3 - Quinteros.	88
	2 - Grupo M. F.	93
	3 - Grupo M. M.	97
	3.1 - Grupo Tomates y Frutas.	98
	3.2 - Grupo Frutas + 1 a 4 hortalizas importantes.	101
	3.3 - Grupo Frutas + productos corrientes de la zona.	103
	3.4 - Grupo Frutas + todas las hortalizas de la zona.	105
	D - Conclusión. Cifras diversas sobre tonelaje.	107
	E - Transporte.	118
	1 - Llegada de Mercadería.	118
	2 - Salida de Mercadería.	118.

CAPITULO VI

CONCLUSIONES

I.	Papel Desempeñado por el Núcleo Humano de Santa Fe y Zona de influencia con respecto a la Producción y Consumo de Frutas y Hortalizas.	121
II.	Aspecto Humano de la Comercialización.	122
III.	Infraestructura del Comercio Mayorista.	122
IV.	Envases Utilizados.	123
V.	Resumen de las Principales Cifras relativas a la Zona Estudiada.	125

CAPITULO VII

PROYECTOS

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 Mercados. Elección del Tipo más Adaptado.	130
	C - Dimensionado de los Elementos Físicos que Componen un Mercado-Estación.	131
	1 - Galpones para mayoristas de frutas y hortalizas.	132
	2 - Calles de circulación.	136
	3 - Playas de estacionamiento de vehículos.	137
	4 - Instalaciones de ferrocarriles.	138
	5 - Andenes de carga y descarga.	138
	6 - Otras indicaciones.	139
	D - Horarios de funcionamiento del Mercado.	140
II.	Características Físicas de la Zona de Santa Fe.	141
III.	Mercado-Estación Mayorista de Santa Fe.	158
	A - Elección del lugar.	158
	B - Dimensionamiento de los distintos elementos del Mercado.	160
	1 - Galpones mayoristas y playa libre.	160
	2 - Playas de estacionamiento de vehículos	162
	3 - Ferrocarriles.	162

INDICE DE CUADROS	181
INDICE DE PLANOS	182
INDICE DE GRAFICOS	182
INDICE DE MAPAS	182
INDICE DE ANEXOS	182



CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

SUBSEDE LA PLATA

BIBLIOTECA

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 las formas de comercialización.

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

Se contó con los siguientes elementos de información:

Estadísticas:

- De producción, por zona de producción y por producto;
- De transporte ferroviario por producto, líneas y estaciones ;
- De movimiento de mercaderías de algunos mercados -en general oficia-

les- (debe consignarse que estos datos fueron casi siempre incompletos),.

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

Trabajos publicados:

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

Metodología empleada.

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

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

El método, el más aconsejable dadas las circunstancias, los recursos disponibles para esta etapa del estudio y el tiempo fijado para su reali-

zación, adolece de inconvenientes que, en cada caso trataron de ser superados.

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

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

Otro de los problemas considerados muy especialmente a los fines de evitar resultados aparentes, fue el creado por aquellos productos menos perecederos que se pueden almacenar durante un cierto plazo (papas, bata-

tas, cebolla) o conservar en cámaras frigoríficas (manzana). La entrada de estas mercaderías a la ciudad puede darse en forma concentrada en un corto lapso y su consumo prolongarse durante todo un año. Observaciones directas a los fines de evaluar estas circunstancias nos advirtieron sin embargo, que las limitaciones financieras especialmente, atentaban -en la época que realizamos el estudio- contra la posibilidad de formar grandes "stocks". Por ello con un "cierre" de tres días a la semana se pudo tener una idea bastante aproximada del consumo de la ciudad.

Entrando ya a las particularidades de la metodología empleada para evaluar el consumo, se debió tener en cuenta que en el transcurso de una misma semana, el flujo de la comercialización es variable según los días en que se realiza el registro. Así por ejemplo, los días de mayor tránsito de mercaderías fueron los lunes y los viernes. Se eligió entonces entre los días de "cierre" aquéllos que permitieran comprender los niveles más altos y los más bajos de la circulación de productos.

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

La comercialización minorista ya fue analizada en el Tomo Sexto del presente trabajo.

El estudio de la comercialización mayorista se hizo sobre la base de entrevistas que en cada ciudad, comprendieron por lo menos al 50% de los comerciantes. El formulario de encuesta que se adjunta en el Anexo a este

tomo, sirvió de base para los requerimientos del encuestador.

En cuanto a la producción, hemos suministrado datos sobre la "zona de influencia" considerada, es decir, la zona que rodea al núcleo en estudio y que lo abastece, en parte.

También, se analizó a fondo, los movimientos demográficos del núcleo estudiado, no solamente en cifras globales, sino también con una discriminación demográfica y por edades, estos datos siendo necesarios para una mejor interpretación del consumo zonal y para permitir el futuro diagnóstico interzonal.

Por último, se estudió detenidamente, también el marco físico de esta población: curvas de nivel, estructura urbanística, barrios, principales calles, tránsito, etc., dado que esos factores influyen evidentemente sobre la organización del comercio.

En definitiva, consideramos que se ha realizado, un análisis coherente. Sobre el mismo se han elaborado consideraciones para la eventual realización de un nuevo Mercado de Abasto.

II - Organismos que Colaboraron con el Trabajo

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

Gobierno de la Provincia:

Ministerio de Hacienda, Economía e Industria

Subsecretaría de Hacienda

Dirección General de Estadísticas y Censos

Dirección General de Catastro

Dirección General de Rentas

Ministerio de Agricultura y Ganadería

Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social

-Departamento de la Alimentación

-Instituto Bromatológico y Departamento Químico

Ministerio de Gobierno, Justicia y Culto

-Jefatura de Policía

-Policía Caminera

Dirección Provincial de Vialidad

Municipalidad de la Ciudad de Santa Fe

-Intendencia

-Secretaría de Hacienda

-Dirección de Obras Públicas

-Dirección de Rentas

-Departamento Estadísticas

-Dirección de Abastecimiento

-Policía Municipal

-Digesto Municipal

Gobierno de la Nación

-Dirección de Estimaciones Agropecuarias

-Ministerio de Transportes: EFEA

-Aduana (Sección Santa Fe)

-Secretaría de Guerra: Comando Antiaéreo (A.D.A. 2)

Entidades Privadas

-Cámara Comercial de Fruteros y Anexos

-Cooperativa de Quinteros de Santa Fe (Ltda.)

-Firmas particulares cuyas actividades tienen íntima relación con etapas ejecutivas de esta investigación

-etc.

III - Fuentes de Información

Además de los datos ya expuestos en el párrafo II, los organismos indicados en el párrafo 12 nos proporcionaron muchas referencias y datos entre los cuales se puede indicar:

-Planos de altrimetría, de zonas de producción, de accesos viales y fincas de la zona de la Ciudad de Mendoza.

-Producción de la zona, importación, exportación (para los productos objeto de nuestro estudio)

-Organismos vinculados a la comercialización

-Evolución de la población

-etc.

CAPITULO II

DEMOGRAFIA

I - Definición del núcleo humano abastecido por el Mercado Mayorista de Santa Fe.

El Mercado Mayorista de Santa Fe abastece además del municipio y departamento respectivo, otras poblaciones. En la imposibilidad de proceder a estudios exhaustivos, demasiado complejos y costosos, supondremos que el núcleo humano interesado está integrado por:

El departamento de la Capital, menos un 10% correspondiente a la población autoabastecida (quinteros y familias), y 30% de la población de los departamentos más cercanos y de densidad elevada o sea Garay, las Colonias y San Justo.

II - Cálculo de la evolución de la población del núcleo estudiado

Se adjunta un cuadro indicando la evolución de la población de los departamentos arriba citados, con las tasas de crecimiento anual correspondientes. Se ve que, si bien hay bastantes irregularidades si se considera cada departamento por separado, al contrario, tomando el núcleo definido más

arriba, tenemos una proporción mucho más regular, con una tasa de crecimiento bastante constante (salvo 1960 - 1961 caso particular) e igual a 1,40.

Es esta tasa la que tomaremos para proyectar la población del mismo núcleo hasta 1980, según el cuadro adjunto.

Hemos también indicado, a título de comparación, la evolución de la población del municipio de Santa Fe de 1945 a 1959 y a título de curiosidad histórica la misma evolución de 1573 a 1950.

CUADRO Nro. 1

Municipio de Santa Fe
Población según documentos históricos y censos

Años	Urbana	Rural	Total
1573	-	-	80
1660	-	-	300
1795	-	-	4.000
1797	-	-	4.000
1857	-	-	6.615
1869	-	-	10.670
1887	14.917	2.642	17.559
1895	23.036	5.426	28.462
1901	30.018	5.617	35.635
1907	38.403	5.854	44.257
1914	58.935	6.834	65.769
1923	87.195	16.341	103.536

CUADRO Nro. 2

Municipio de Santa Fe

Población estimada y probable según publicaciones

Años	Municipio	La Ciudad	
		Cantidad	%
1902	-	31.328	-
1903	-	31.815	-
1904	-	32.198	-
1905	-	33.720	-
1906	-	37.122	-
1907	-	39.538	-
1908	-	41.677	-
1909	-	43.962	-
1910	-	44.834	-
1911	-	48.266	-
1912	-	51.203	-
1913	-	53.163	-
1914	-	58.419	-
1915	-	68.992	-
1916	-	71.830	-
1917	-	75.016	-
1918	-	77.535	-
1919	-	80.572	-
1920	-	85.323	-
1921	-	91.526	-
1922	-	97.500	-
1923	-	101.394	-
1924	-	-	-
1925	111.521	108.707	97
1926	114.331	111.433	-
1927	-	114.309	97
1928	120.202	117.171	97
1929	122.668	119.574	98
1930	125.278	122.151	98
1931	128.163	125.295	98
1932	-	128.255	-
1933	134.629	131.617	98
1934	136.941	133.890	98
1935	139.261	136.180	-
1936	142.327	139.175	98
1937	145.758	142.596	98
1938	146.736	143.544	98

(Continuación)

Años	Municipio	Ciudad	
		Cantidad	%
1939	147.827	144.587	98
1940	149.137	145.870	98
1941	150.634	147.319	98
1942	151.931	148.589	98
1943	153.713	150.300	98
1944	155.743	152.263	98
1945	158.243	154.684	98
1946	159.929	156.324	98
1947	162.532	158.858	98
1948	178.600	173.995	98
1949	181.254	176.548	97
1950	183.948	179.164	97

Datos extraídos de Anuarios y Boletines publicados por la Sección "Estadística Municipal" de Santa Fe

CUADRO Nro. 3
MOVIMIENTO DEMOGRAFICO - MUNICIPIO DE SANTA FE

Superficie total en Km.2: 86,976
Superficie ciudad en Km.2: 34,538

Años	Población probable			Tasas cada 1.000 habitantes			Indice de crecimiento natural (Tasa nac-Tasa def.)
	del Municipio	de la Ciudad		Nupcialidad	Natalidad	Mortalidad	
1945	158.243	154.684		7,72	24,66	12,03	12,63
1946	159.929	156.324		8,91	27,26	11,96	15,30
1947	162.532	158.858		9,20	24,77	11,69	13,08
1948	178.600	173.995		10,31	25,06	12,24	12,82
1949	181.254	176.548		9,50	22,73	11,30	11,43
1950	183.948	179.164		9,20	24,05	11,17	12,88
1951	186.996	182.094		9,19	24,91	11,22	13,69
1952	189.857	184.858		9,34	25,33	10,32	15,01
1953	192.823	187.749		8,65	24,45	10,23	14,22
1954	195.903	190.722		8,95	24,12	10,22	13,90
1955	199.027	193.653		9,03	23,75	9,18	14,57
1956	201.987	196.514		9,01	23,13	9,82	13,31
1957	204.822	199.405		8,72	23,26	9,16	14,10
1958	208.481	202.971		9,26	23,84	10,48	13,36
1959	211.471	205.728		8,77	24,49	9,25	15,24

Datos extraídos de Anuarios y Boletines publicados por la Sección "Estadística Municipal" de la Ciudad de Santa Fe.

CUADRO Nro. 4

Zona de Consumo Vinculada al Mercado Mayorista
de Santa Fe

MOVIMIENTO DEMOGRAFICO

Años	Capital		Garay		Las Colonias		San Justo		Cap. 30%(Garay,San Justo, Las Colonias)	
	Población	%	Población	%	Población	%	Población	%	Población	%
1936	183.401	0,98	9.485	2,56	55.382	1,73	25.792	2,89	210.390	
1940	189.776	0,86	10.509	2,53	58.937	1,72	28.722	2,58	219.882	1,38
1945	199.415	1,50	11.864	0,3	67.327	1,53	32.265	2,25	235.486	1,40
1950	213.353	1,49	13.325	2,16	67.896	1,32	35.885	1,86	250.571	1,38
1953	223.432	1,40	14.165	1,93	70.548	1,25	37.929	1,96	262.410	1,39
1955	229.890	1,60	14.754	2,05	72.298	1,10	39.390	1,70	270.122	1,40
1958	239.541	1,40	15.652	1,59	74.856	1,20	41.448	1,57	281.565	1,38
1959	242.924	1,4	15.911	1,7	75.758	1,2	42.042	1,4	285.488	1,39
1960	246.603	1,5	16.185	1,7	76.537	1,0	42.648	1,4	289.628	1,45
1961	265.149	7,5	13.111	19,0	67.237	12,2	33.365	21,8	294.990	1,85
1962	268.396	1,2	13.451	2,6	68.111	1,3	33.923	1,7	299.298	1,46
1963	272.029	1,4	13.786	2,5	68.905	1,2	34.482	1,6	303.412	1,40

% Indica la tasa de crecimiento de un año al otro.

CUADRO Nro. 5Zona de Consumo Vinculada al Mercado Mayorista
de Santa FeMOVIMIENTO DEMOGRAFICO

<u>A Ñ O</u>	<u>P O B L A C I O N</u>
1960	290.000
1961	294.060
1962	298.177
1963	302.351
1964	306.584
1965	310.876
1966	315.228
1967	319.641
1968	324.116
1969	328.654
1970	333.255
1971	337.920
1972	342.651
1973	347.448
1974	352.312
1975	357.244
1976	362.245
1977	367.316
1978	372.458
1979	377.672
1980	383.092

CAPITULO III

PRODUCCION DE LA ZONA

I - Introducción

En este capítulo, no vamos a hacer un estudio detallado de la zona de producción de Santa Fe y sus alrededores, ya que esto corresponde al Primer Cuerpo del trabajo.

Nuestro propósito es simplemente dar algunas ideas generales sobre el papel que desempeña esta zona con respecto a los intercambios de mercaderías, relacionado al abastecimiento de Santa Fe.

II - Definición de los límites de la zona

Es muy difícil conocer exactamente los límites de la zona de producción que trabaja con el mercado de Santa Fe. Sin embargo podemos tratar de definirla por "exclusión", es decir eliminando todo lo que se encuentra demasiado cerca de la ciudad de Rosario, polo de concentración de importancia, o sea los Departamentos de: Belgrano, Caseros, Constitución, General López, Iriondo, Rosario, San Lorenzo.

Podemos afirmar que, en los Departamentos restantes, los que están a una distancia de menos de 100-150 km. de Santa Fe, (La Capital, Cas

tellanos, Las Colonias, Garay, San Gerónimo, San Justo, San Martín), trabajan seguramente con este Centro.

En cuanto a los otros departamentos, podría haber duda, pero, las estadísticas de producción que tenemos muestran que sus productos son esencialmente mercadería que pueden soportar un largo tiempo de almacenamiento, por ej.: las papas, batatas, zapallos, etc.. Supondremos entonces que también este conjunto de departamentos (General Obligado, 9 de Julio, San Cristobal, San Javier, Vera), está vinculado a la ciudad que estudiamos.

III - Características de la zona

Las indicaciones dadas en el párrafo precedente permiten esbozar una delimitación de la zona de producción en tres sub-zonas.

La sub-zona del "cinturón verde", en la cual dominan las verduras, y esencialmente concentrada en el Departamento de la Capital en:

- el Norte: (Km. 9, Angel Gallardo, Martín Vera, y Campo Andino), en una superficie total de alrededor de 1.500 Ha. y 700 quinteros.

- el Oeste, (Rincón), con una superficie total de alrededor de 500 Ha. y 250 quinteros.

- El Sud, (Santo Tomé y Sauce Viejo), con una superficie total de 1.000 Ha. y 550 quinteros.

- La sub-zona de "transición": Departamento de Garay, San Justo (parte). Las Colonias (parte), Castellanos (parte), San Martín (parte), San Geró-

nimo, en la cual disminuye la producción y aumenta la producción de papas, batatas, zapallo, etc. Alrededor de 2.000 hectáreas.

- la sub-zona "alejada", otros departamentos que producen esencialmente hortalizas que se pueden almacenar. Alrededor de 2.000 hectáreas.

Los cuadros adjuntos indican la producción, por tipo de hortalizas de estas zonas.

En cuanto al tamaño de los predios, no tenemos informaciones precisas en la zona de "transición" y "alejada". En el cinturón verde, el promedio es de 2,5Ha. por quintero.

Debe observarse que la superficie total dedicada a frutas y hortalizas con la zona de influencia es de alrededor de 8.000 Ha., lo que representa alrededor de 1,1 por mil del total de las superficies de la misma zona dedicadas a actividades agropecuarias.

Las principales producciones de la zona son: papas, batatas, zapallitos, tomates, pimientos, zapallitos, chauchas.

CUADRO Nro. 6PROVINCIA DE SANTA FEEpocas de Siembras y Producción

<u>Especie</u>	<u>Siembra</u>	<u>Producción</u>
<u>HORTALIZAS</u>		
Ajíes y pimientos	noviembre (trasplante)	enero-febrero
Ajos	junio	noviembre
Arvejas verdes (siembra directa)	mayo-junio	septiembre-noviembre
Batata (almácigo)	agosto-septiembre	
Batata (asiento definitivo)	noviembre	
Cebolla (almácigo)	junio	
Cebolla (asiento definitivo)	agosto	octubre-noviembre
Frutilla (asiento "	marzo-mayo	julio-diciembre
Melón y Sandía	septiembre-noviembre	febrero-abril
Papa semitemprana (siembra directa)	septiembre-octubre	noviembre-diciembre
Papa tardía (siembra directa)	enero-febrero	mayo-junio
Tomate (asiento definitivo)	junio	octubre-noviembre
Zapallo	septiembre-noviembre	febrero-abril
<u>FRUTALES</u>		
Limoneros	junio-julio	
Mandarinas	junio-julio	mayo-julio
Naranjos	junio-julio	mayo-julio
Pomelos	junio-julio	mayo-julio

CUADRO Nro. 9

Total Zona de Influencia

61			62			62			63		
Superficie	Producción	Rendimiento	Superficie	Producción	Rendimiento	Superficie	Producción	Rendimiento	Superficie	Producción	Rendimiento
1.650 Ha.	10.279 T	6,20 T/Ha	1.885 Ha	11.906 T	6,3 T						
845 Ha	7.823 T	9,30 T/Ha	715 Ha	8.168 T	11,4 T/Ha						
2.495 Ha	18.102 T	--	2.000 Ha	20.023 T	--						
1.597 Ha	12.096 T	7 T/Ha	1.711 Ha	12.173 T	7,1 T/Ha						
255 Ha	10.911 T	43 T/Ha	368 Ha	14.821 T	40,3 T/Ha						
255 Ha	1.793 T	98 T/Ha	400 Ha	2.103 T	5,3 T/Ha						
740 Ha	2.860 T	3,5 T/Ha	843 Ha	3.200 T	3,6 T/Ha						
1.136 Ha	2.960 T	2,6 T/Ha	1.046 Ha	2.008 T	2,7 T/Ha						
1.265 Ha	3.300 T	--	1.259 Ha	3.488 T	--						
5.677 Ha	40.202 T	--	6.330 Ha	57.658 T	--						
3.014 Ha	3.001 T	12 T/Ha	3.058 Ha	36.175 T	118 T/Ha						
1.357 Ha	7.010 T	5,9 T/Ha	1.267 Ha	8.232 T	65 T/Ha						
8.305 Ha	43.620 T	--	4.317 Ha	44.437 T	--						
10.872 Ha	22.648 T	--	10.285 Ha	99.815 T	--						

CAPITULO IV

TRANSPORTES Y ACCESOS

I - Transporte de los Productos Alimenticios

A - Accesos a la ciudad

El mapa adjunto indica bien cuáles son los principales accesos a la ciudad. Podemos además señalar lo siguiente:

1 - Accesos viales

Son esencialmente:

- La ruta nacional nro. 11, la más importante que empalma en Rosario con la Ruta Nacional nro. 5 de Buenos Aires, cruza Santa Fe y sigue hasta Clorinda.
- La ruta nacional nro. 19 que arranca de la nro. 11, y prolongada en la nro. 20 lleva a Córdoba y San Juan.
- La ruta nacional nro. 166 hacia Rafaela que empalmado con la nro. 34 sigue a Santiago del Estero y Tucumán.
- La ruta Nacional nro. 168, camino de la costa que llega a Santa Rosa y San Javier.
- La ruta nacional nro. 18 que atraviesa Entre Ríos, y se une a Santa

Fe con un servicio de balsas, la cual será reemplazada en el futuro próximo por el túnel subfluvial.

- Varios caminos que llegan del cinturón verde, principalmente la parte norte de dicho cinturón, caminos que se ven bien en el mapa adjunto.

2 - Accesos férreos

Dos trochas llegan a Santa Fe.

La trocha ancha del ferrocarril General Bartolomé Mitre procediendo de Buenos Aires, vía Rosario y que termina en Santa Fe.

La trocha angosta del ferrocarril General Belgrano.

La línea principal, llega de Buenos Aires vía Rosario se abre en tres ramales, uno hacia Córdoba, otro hacia Resistencia y el tercero hacia San Javier.

B. - Transporte más frecuentemente utilizado

Como lo veremos más adelante en la encuesta mayorista y como nos lo confirman los funcionarios de EFEA, el ferrocarril representa solamente el 15% de las entradas anuales de mercadería a Santa Fe. El resto, 85% es despachado por camiones.

Los dos ferrocarriles traen el siguiente tonelaje:

- El Mitre 2.500 toneladas, principalmente del Oeste (Río Negro y Mendoza) y papas de la provincia de Buenos Aires.

- El Belgrano 10.500 toneladas, en especial tomates del Noroeste, y hortalizas varias de Córdoba.

Los productos alimenticios se descargan en las estaciones y son tra-

idos al Mercado en camiones.

Los productos del cinturón verde al Norte entran por distintos caminos o calles, y los productos de la Zona de Santa Rosa y San Javier llegan por la Ruta Nacional nro. 18. Los demás productos o sea de zonas lejanas o sea del cinturón verde o de la zona de influencia de producción llegan por la Ruta Nacional nro. 11, tramo Sud o tramo Norte.

II - Cierre de la ciudad de Santa Fe

A - Generalidades

Se realizó en Santa Fe, un cierre doble. Es decir que se puso una primera cadena de puestos de controles en las entradas de la ciudad, y una segunda alrededor del Mercado de Abasto.

Un sistema simple de ficha permitió ver cuáles eran los camiones que entraban a la ciudad y que a su vez iban al Mercado o a depósitos.

Se controló también las entradas y salidas en la estación de carga del ferrocarril Belgrano y en la estación fluvial. Señalamos que en cuanto al ferrocarril tanto la entrada como salida correspondían a tomates y pimientos del Noroeste. Se agregó entonces a las entradas de estos productos al Mercado, la diferencia entre el total de las llegadas y estas entradas, por tener el consumo real.

En la estación fluvial llegaron únicamente citrus, que no fueron tomados en cuenta dado que la mayoría de ellos (70%) se trasladó por camiones al Mercado y éstos fueron encuestados al entrar.

Se supuso que solamente la mitad del 30% de los citrus, o sea el 15%, eran comercializados directamente en la ciudad.

El cierre se hizo durante 6 días, del lunes 9 de septiembre al viernes 14 del mismo mes. Permitted recoger los siguientes datos:

B - Consumo anual per Capita

Se supone que el consumo anual total de la zona abastecida por el Mercado de Abasto de Santa Fe se obtiene:

Sumando las restas de la operación siguiente:

entradas ciudad + entradas mercado = salidas salvo las salidas a zona de influencia para los 6 días considerados.

- Multiplicando éste por 52 semanas.

- Haciendo unos reajustes para tener en cuenta los factores siguientes:

- El consumo de verduras es más alto en un 10% en verano que en invierno.

- El consumo de citrus en invierno es el doble del consumo medio del año, siendo a la inversa para la manzana.

- El consumo de bananas es el doble en verano que en invierno.

- El consumo de tomates es el 50% más alto en verano que en invierno.

El consumo total sea de frutas, o sea de hortalizas, queda siempre constante, el zapallo y la zanahoria reemplazando por ejemplo los tomates y los citrus, las manzanas o bananas.

CUADRO Nro. 10

Resultados del Cierre - Entradas (e) y Salidas (s) - Comercialización Anual - Consumo Anual Per Cánita

Resultados del Cierre Día :

	9		10		11		12		13		14		Total A sumar (e-s) 52 comercial. cápita Kg. Federal Kg.	Consumo anual per anual Cap. Kg. Federal Kg.									
	e	s	e	s	e	s	e	s	e	s	e	s											
Papas	95,7	3,0	92,7	141,3	48,0	93,3	86,6	43,3	43,3	101,0	49,3	51,7	94,9	52,0	42,9	93,1	14,6	78,5	20.935	75,8	73		
Batatas	3,0	--	3,0	13,0	5,7	7,3	20,0	5,7	14,3	14,7	3,3	11,4	3,3	3,3	1,0	0	1,4	1,3	1.856,4	--	5,8	8,9	
Sub-Total	98,7	3,0	95,7	154,3	53,7	100,6	106,6	49,0	57,6	115,7	52,6	73,1	98,2	54,3	26,1	113,2	16,0	97,2	22.771,4	--	81,6	81,9	
Zapallo	14,0	--	14,0	28,1	13,1	15,1	13,3	4,0	9,3	27,0	5,4	21,5	5,0	2,3	2,7	5,1	1,0	4,1	3.468,4	1.700 T.	5,5	5,1	
Zanahoria	5,6	--	5,6	25,7	4,8	20,9	9,6	9,6	0	14,0	2,6	11,4	10,0	7,9	2,1	4,0	0,3	3,3	2.251,6	1.000 T.	4,4	3,6	
Grupo Tomates	5,1	--	5,1	20,6	8,2	12,4	4,9	4,3	0,6	11,5	6,4	5,1	1,4	2,5	1,1	0,6	0,5	0,1	1.154,4	2.015,8 T.	21,2	26,4	
																			3.124				
Ajo y Cebolla	--	--	--	31,3	14,6	16,7	30,6	16,8	13,8	39,5	38,7	0,8	10,1	6,4	4,7	17,5	2,3	15,2	2.662,4	--	8,3	8,9	
Grupo Acelga a puerro	5,8	0,6	5,2	28,2	3,0	25,2	26,6	8,8	17,8	28,4	5,1	23,3	10,6	2,4	8,2	13,8	0,7	13,1	4.825,6	482,5 T.	16,6	22,0	
Grupo Apio a Radicheta	3,6	--	3,6	13,8	4,7	9,1	17,2	10,1	7,1	19,8	5,2	14,6	4,9	2,2	2,7	3,0	1,3	1,7	2.017,6	201,7 T.	7,0	9,5	
Sub-Total Verduras	9,4	0,6	8,8	42,0	7,7	34,3	43,8	18,9	24,9	48,2	10,3	37,9	15,5	4,6	10,9	16,8	2,0	14,8	6.843,2	684,2 T.	23,6	31,5	
Sub-Total Hortalizas	132,8	3,6	129,2	302,1	95,1	207,0	208,8	102,6	106,2	255,9	116,1	139,8	140,2	78,0	62,2	137,2	22,1	115,1	138.803	0	144,6	157,4	
Manzanas y Peras	0,5	--	0,5	23,2	12,0	11,2	30,2	6,9	23,3	16,0	9,5	6,5	20,4	8,1	12,3	2,0	1,9	0,1	2.802,8	4.000	21,0	23,8	
Citrus	72,8	--	72,8	122,1	50,3	71,8	60,3	19,8	40,5	114,3	35,0	79,3	69,4	34,9	34,5	31,7	5,5	26,2	16.900	7.456 T.	34,1	22,4	
																			1.500				
Batatas	3,0	--	3,0	11,1	5,6	17,0	17,0	3,1	13,9	6,4	4,2	2,2	15,4	4,6	11,0	5,9	0,8	5,1	2.116,4	2.000 T.	13,0	6,9	
Otros	5,1	--	5,1	1,4	0,4	1,0	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	317,2	1.450 T.	5,5	17,0	
Sub-Total Frutas	81,4	--	81,4	157,8	68,3	89,5	107,5	29,8	77,7	136,7	48,7	89,0	105,9	41,8	61,1	39,6	8,4	31,2	23.833,2	0	74,0	70,1	
Tota Frutas y Hortalizas	214,2	3,6	210,6	459,9	163,4	316,3	313,2	183,9	392,6	464,8	227,8	246,1	119,8	123,3	176,8	30,5	146,3	62.666,2	0	218,6	227,5		

CUADRO Nro. II

Santa Fe y Zona de Influencia

Entradas y Salidas Anuales de Frutas y Hortalizas por Origen o Destino

(En Toneladas)

		ENTRADAS					SALIDAS							
	Capital Federal	Ciudad de Rosario	Provincia de S. Fe	Cinturón Verde	Norte y Mesopotamia	Otras Pcias.	Total	Capital Federal	A Ro	Ro	A Pcia. Sta. Fe	A otras Pcias.	Hacia Zona de influencia	Total
Papas	0	7.000	8.000	0	0	18.000	33.000	0	0	0	3.500	6.800	2.000	12.300
Batatas	0	0	900	1.300	600	0	2.800	0	100	0	450	400	200	1.150
Sub-Total	0	7.000	8.900	1.300	600	18.000	35.800	0	100	0	3.950	7.200	2.200	13.450
Zapallo	0	0	1.200	400	1.400	0	3.000	0	0	0	400	800	80	1.280
Zanahoria	0	0	400	1.600	0	400	2.400	0	0	0	500	600	250	1.350
Grupo Tomates	0	0	700	1.200	1.200	4.200	7.300	0	0	0	500	400	200	1.100
Ajo y Cebolla	0	900	600	400	1.500	3.000	6.400	0	0	0	1.400	1.800	600	3.800
Acelga a Puerro	0	2.000	1.800	2.600	0	0	6.400	200	0	0	400	350	100	1.050
Apio a Radicheta	0	150	200	2.000	0	0	2.350	100	0	0	600	500	150	1.350
Sub-Total Verduras	0	2.150	2.000	4.600	0	0	8.750	300	0	0	1.000	850	250	2.400
Sub-Total Hortalizas	0	10.050	13.800	8.500	4.700	25.600	62.650	300	100	0	7.750	15.250	3.580	23.200
Manzanas y Peras	500	5.000	0	0	0	3.700	9.200	0	0	0	600	1.400	400	2.400
Citrus	0	400	1.600	1.700	15.300	0	19.000	0	700	0	1.500	5.000	300	7.500
Bananas	3.000	0	0	0	2.000	0	5.000	0	0	0	350	500	100	950
Otros	500	700	0	0	300	200	1.700	0	0	0	0	0	0	0
Sub-Total Frutas	6.000	6.100	1.600	1.700	17.600	3.900	34.900	0	700	0	2.450	6.900	800	10.850
Total Frutas y Hortalizas	4.000	16.150	15.400	10.200	22.300	29.500	97.550	300	800	10.200	22.150	4.380	4.380	34.050

CUADRO Nro. 12

SANTA FE Y ZONA DE INFLUENCIA

Tránsitos anuales de frutas y hortalizas por origen y destino

	Norte a Sur	Sur a Norte	Hacia		TOTAL	
			Mesopotamia	Interior Pcia. de Santa Fe		
Papas	0	4.000	1.000	0	400	5.400
Batatas	1.500	0	0	350	500	2.350
Sub-Total	1.500	4.000	1.000	350	900	7.750
Zapallo	0	0	200	0	0	200
Zanahoria	8.000	0	0	0	3.000	11.000
Grupo Tomate	0	0	4.000	0	0	4.000
Ajo y Cebolla	100	350	100	300	100	950
Acelga a Puerro	750	0	0	0	0	750
Apio a Radicheta	1.000	500	0	500	0	2.000
Sub-Total Verduras	1.750	500	0	500	0	2.750
Sub-Total Hortalizas	11.350	4.850	5.300	1.150	4.000	26.450
Manzanas y Peras	0	200	200	0	250	650
Citrus	200	0	0	20.000	1.000	21.200
Bananas	7.000	0	100	700	0	7.800
Otros	0	0	0	0	0	0
Sub-Total Frutas	7.200	0	300	20.700	1.250	29.650
Total Frutas y Hortalizas	18.550	5.050	5.600	21.850	5.250	56.100

(Cifras en toneladas)



Teniendo por otra parte en cuenta una pérdida del 10% y una población de 300.000 habitantes, llegamos al consumo anual per capita indicado en el cuadro adjunto.

Haciendo comparaciones con el consumo anual per capita dado por la encuesta de consumo hecha en 1960 sobre familias obreras de Buenos Aires, podemos ver que:

- Hemos llegado a cifras bastante próximas a las obtenidas en la encuesta mayorista en cuanto a consumo o sea:

	<u>Mayoristas</u>	<u>Cierre</u>
hortalizas	146,6	144,6
frutas:	80,7	74,0

aunque el consumo de frutas obtenidas sea netamente más bajo.

En comparación al consumo de Buenos Aires tenemos cifras muy semejantes, salvo las pequeñas diferencias siguientes:

- El consumo de verduras y tomates es 20% más bajo en Santa Fe con respecto al de Buenos Aires, y el consumo de frutas casi igual, pero en esta primera ciudad se consume decididamente citrus el (25%) y bananas (50%), lo que es normal dado que en lo concerniente a las bananas al llegar de Paraguay y Corrientes transitan por Santa Fe.

Dado la metodología empleada por la encuesta de cierre, y la forma muy cuidadosa en que fue conducido, suponemos que los resultados que da están más próximos a la verdad que los de la encuesta mayorista. Podemos notar, en comparación con otras ciudades ya estudiadas, que si bien el con-

sumo total de frutas es más o menos semejante (aproximación 10%), para las hortalizas, el consumo es netamente más reducido (20%), especialmente en verduras.

C - Procedencia y destino de la mercadería

Teniendo en cuenta la misma hipótesis que en el párrafo precedente, podemos confeccionar el cuadro adjunto, indicando la procedencia de la mercadería entrada y el destino de la mercadería salida.

Al interpretar el cuadro podemos decir que:

- Las papas vienen en un 55% de la zona de Balcarce, 25% de la provincia de Santa Fe, y 20% de reexpedición desde la ciudad de Rosario.

- Las batatas esencialmente de la zona de influencia de Santa Fe (75%) y de la zona del Noreste (25%).

- Los zapallos en un 55% de la zona de influencia y 45% del Noreste y Noroeste (Santiago del Estero y Mesopotamia).

- Las zanahorias en un 80% de la zona de influencia y 20% de la provincia de Córdoba y de la zona de Rosario.

- Las cebollas en un 20% de la zona, 30% del Noreste y 50% de otras provincias, principalmente San Juan.

- Los tomates en un 20% de la zona, 10% del Noreste, y 70% del Noroeste, (Córdoba, zona de Rosario y Mendoza).

- Las verduras en un 70% de la zona (la mayoría del cinturón verde y de la "zona de transición") y el 30% de la zona de Rosario.

- Las manzanas y peras se redespachan principalmente desde Rosa-rio (58%), un 45% llega directamente de las zonas de producción (Mendoza

principalmente y Río Negro).

- Los citrus vienen de la zona en un 20% y un 80% del Noreste y Mesopotamia.

- Las bananas vienen redespachadas desde Capital Federal (60%) o se envían directamente desde zonas productoras (Formosa, Paraguay)

Podemos ver que la zona se autoabastece en un 50% en hortalizas y un 15% en frutas, o sea de un total del 40%.

Teniendo en cuenta los tránsitos pudimos confeccionar el cuadro adjunto, indicando para cada tipo de producto de la zona de influencia de producción de Santa Fe, cuál es el porcentaje de la producción total de la zona que se consume en el núcleo humano de Santa Fe y qué porcentaje del consumo total del mismo representa.

(ver cuadro)

CUADRO Nro. 13

Productos	% de la producción consumida en la zona (1)	% de este consumo sobre el consumo total (2)
Papas	80%	30%
Batatas	20%	100%
Zapallo	17%	90%
Zanahoria	10%	95%
Grupo tomates	10%	25%
Ajo y cebolla	100%	60%
Grupo acelga y puerro	100%	70%
Grupo alcaucil y repollo	100%	100%
manzanas y peras	100%	4%
citrus	10%	30%
bananas	--	--
Otras frutas	5%	12%

Las dos cosas que llaman la atención son las del grupo tomates y de los citrus, en los cuales el porcentaje de la columna (1) es bajo y también de la (2). Se explica en parte por el factor que las "importaciones" corresponden al cultivo de otras provincias complementarias, principalmente para el grupo Tomate. Sin embargo, el caso citrus es realmente inusitado.

CAPITULO V

COMERCIALIZACION

I - Organismos vinculados a la comercialización

A - Organismos Oficiales

Existe únicamente en la escala Municipal una Dirección de Abastecimiento, la cual tiene a su cargo el control de dicha función. De ella dependen todos los mercados tanto mayoristas como minoristas, las ferias, los puestos intercomunales, la policía municipal, etc..

Debe observarse sin embargo que se ha proyectado la creación, en la escala provincial, de un Ministerio de Trabajo, Alimentación y Vivienda.

B - Organismos Privados

Son pocos. Se trata esencialmente

1 - De la Cámara Sindical de Fruteros y Anexos, que agrupa la totalidad de los mayoristas que actúan en el Mercado de Abasto. Esta institución tiene fi nes sociales más que gremiales y a tal efecto ha comenzado la construcción de la sede social.

2 - De la Cooperativa de Quinteros Limitada, asociación comercial y no gre mial, a la cual entregan su producción únicamente los quinteros de la zona

norte: km 9, Angel Gallardo, Monte Vera, Campo Andino, etc.

II - Infraestructura del Abastecimiento de frutas y hortalizas

Está compuesta por:

A - Comercio Mayorista

1 - Mercado Mayorista

En el próximo párrafo, explicaremos más en detalle en qué consiste este Mercado llamado "Mercado de Abasto".

2 - Depósitos mayoristas

Próximos al mercado hay algunos depósitos particulares cuyos propietarios tienen -por otra parte- puestos instalados en el interior del mercado. Sólo uno no tiene su administración en el Mercado.

Según la encuesta mayorista, tienen una superficie total de alrededor de 6000 metros cuadrados.

B - Comercio Minorista

Tiene la infraestructura siguiente:

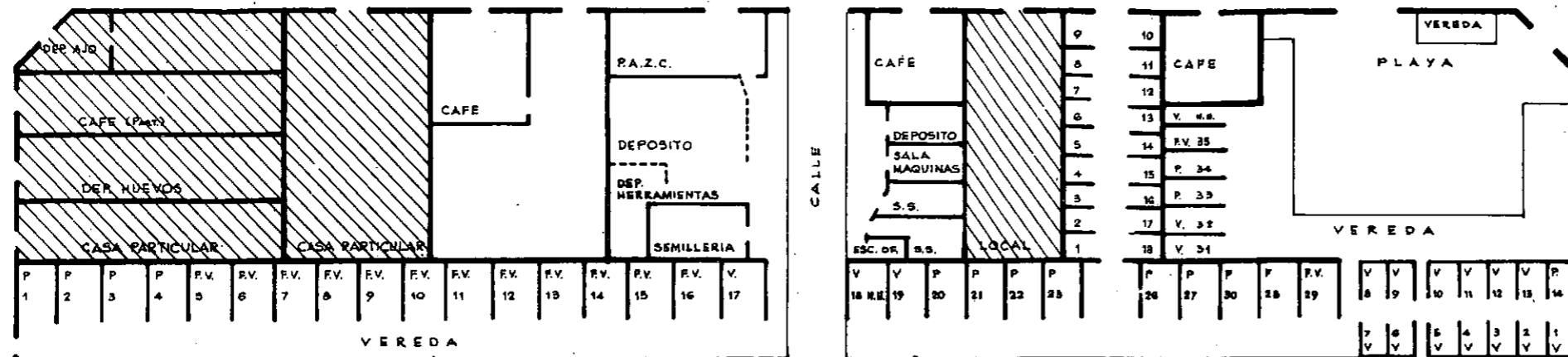
1 - Mercados Municipales

a) Mercado Central. Está ubicado en la zona céntrica de mayor movimiento comercial de la ciudad (San Jerónimo, Salta, Mendoza, Cortada Bustamante) y en consecuencia es el que registra mayor volumen de venta al público consumidor.

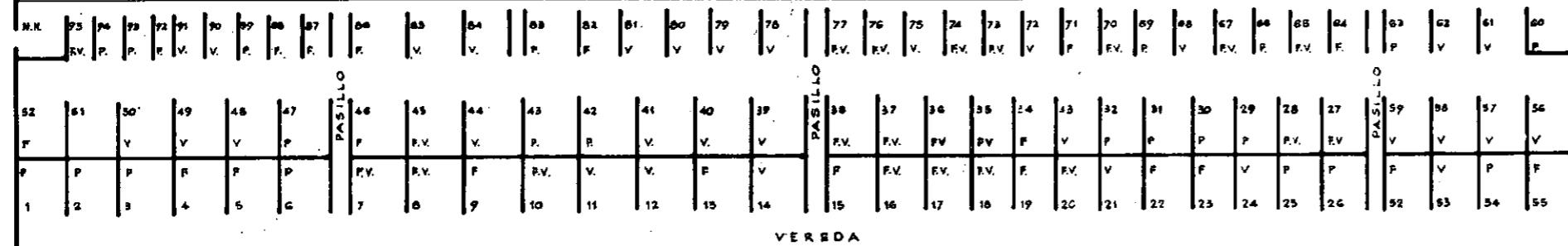
La construcción es antigua, ya que ha cumplido su ciclo de vida y no tiene comodidades de acuerdo a las necesidades de la época.

Posee dos cámaras frigoríficas que son aprovechadas para conservar

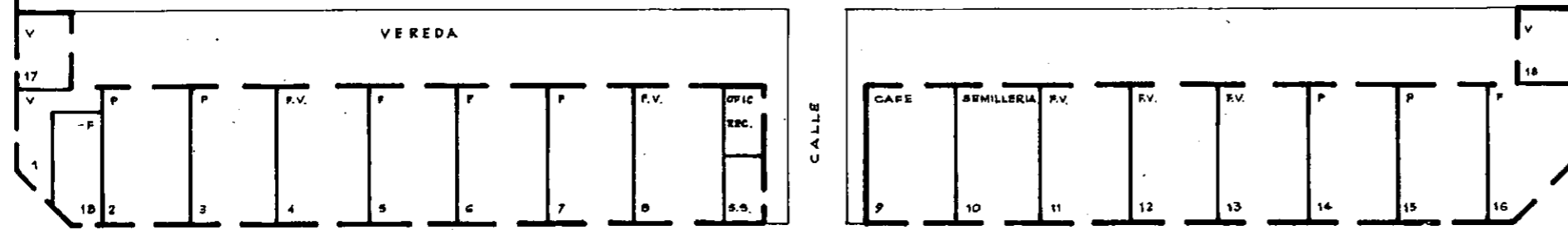
BVARD ZAVALLA



CALLE INTERIOR



CALLE INTERIOR



AVENIDA FREYRE

MENDOZA

PRIMERA JUNTA



MERCADO DE ABASTO DE LA CIUDAD DE SANTA FE

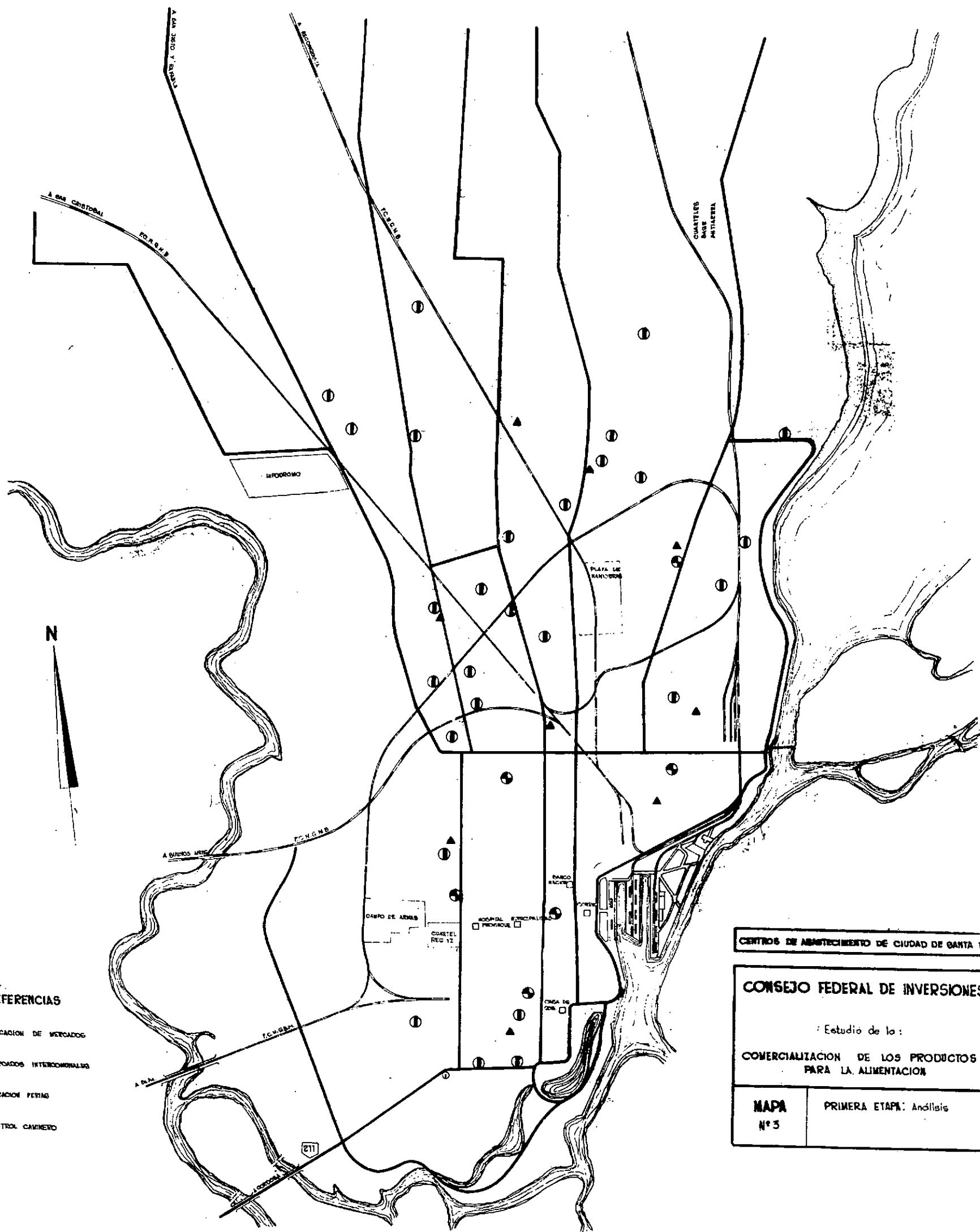
CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

Estudio de la:

COMERCIALIZACION DE LOS PRODUCTOS PARA LA ALIMENTACION

PLANO Nº 1

PRIMERA ETAPA: Analisis



CENTROS DE ABASTECIMIENTO DE CIUDAD DE SANTA FE

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

Estudio de la:

COMERCIALIZACION DE LOS PRODUCTOS PARA LA ALIMENTACION

MAPA Nº 5	PRIMERA ETAPA: Analisis
---------------------	-------------------------

REFERENCIAS

- UBICACION DE MERCADOS
- ① MERCADOS INTERCOMUNALES
- ▲ UBICACION FERIAS
- ⊙ CONTROL CAMINERO

remanentes de carnes.

Los puestos y locales están explotados por minoristas de holgados recursos, que ofrecen precios competitivos respecto a otros mercados. También es el mercado que tiene más variabilidad y mejor calidad de productos y en algunos rubros es el único vendedor regular y constante.

Se acompaña lista de comerciantes.

Puestos instalados en el
Mercado Central

Venta de Carnes

B 49 Instituto Frigorífico Municipal
B 63 Instituto Frigorífico Municipal
B 86 Huens, Roberto
B 87 Mendoza, Celestina G. de
B 88 Zendel, Abrahan
B 92 Cervidio, Luis
B 95 Duschkin, Oscar
B 99 Abasto Santa Fe
B 100 Correnti, Italo
B 101 Medina Hnos.
B 102 (A) Merino, Gregorio
B 104 Rodrigo, Teófilo
B 105 Maldonado, Segundo
B 106 Piccioni, Miguel José

Venta de Frutas y Verduras

A 1 Chadad, Saba
B 26 Romano, Carmelo
B 27 Romano, Carmelo
B 30 Cambio de renglón
B 31 Bonet Martines, Roque
B 32 Sánchez, María de la C.
B 34 Armelinis, Agustín
B 35 Talón, José
B 37 Miranda, Matías
B 38 Armelinis, Pedro
B 39 Salas, Alberto
B 40 Caneiani, Antonio
B 41 Canciani, Valentín
B 42 Nieto, Elcira L. de

B 107 Sánchez, Teodoro
B 108 Contini, Raúl
B 109 Alvarez, María Vda. de
B 110 Alsin, Francisco
B 111 Almada, Domingo
B 112 Pizano, Fioravante
B 113 Pizano, Fioravante
B 114 Cabella, Emilio
B 115 Ravazola, Rodolfo
B 116 Pardo, Juan
B 117 Pardo, Augusto
B 118 Zarli, Nicolás
B 119 Opegeinas, Rubina
B 120 Peralta, Arístides
B 121 Peralta, Arístides
B 122 Bonzi, Anacleto
B 123 Duschkin, Oscar
B 124 Paredes Salla, Estela
B 125 Paredes Salla, Estela
B 126 Fernández, Angel
B 127 Fernández, Angel
B 128 Salinas, Felipe

B 43 Cambio de renglón
B 48 Pérez, Celsa F. Vda. de
B 50 Soria, Dolores G. de
B 51 Guidifoll, José

Venta de queso y dulce

B 29 Paneso, Ramona Q. de
B 30 Eleuteri, Dulio
B 33 Rodríguez, Demines
B 45 Corredera Hnos.
B 52 Merlacino, Aldo
B 53 Merlicino, Aldo
B 73 Sosa, Nicoloso
B 75 Eleuteri, Tulio
B 77 Kenner, Adelfa
B 102 Figman, Salomón
B 103 Ajalba y Alaldef, Moisés
C 3 Roldán, Beatríz
C 4 Isa, Patróna Pintos de
C 6 Casini, Nora B.
C 7 Cerriquio, Filomena
C 8 Oddo, María Rosa
C 9 Pérez, Eduardo
C 10 Olser, Miguel H.

Venta de pescado

- B 28 Gallegos, Miguel A.
- B 43 Del Toso, Carlos
- B 44 Del Toso, Carlos
- B 46 Cervantes, José M.
- B 47 Frigorífico Oliveros
- B 62 Serra, Enriqueta Vda. de
- B 64 Jorge, Isaac
- B 65 Jorge, Isaac
- B 66 Depósitos, Carlos
- B 67 Mauri, Aurelia Vda. de
- B 68 Gudiloo, Amelia F. de

Venta de aves y huevos

- B 54 Zanetta, Angel
- B 55 Romano, Isabel G. de
- B 56 Parra, José
- B 57 Gavilán, Agustín L.
- B 58 Dayá, Alberto
- B 59 Gómez, José
- B 60 Fea, Luis
- B 61 Scapín, Silvio
- B 69 Viggi, José
- B 70 Ermacoca, Germán

Bar y Café

- A 2 Santa Fe Bares
- A 3 Santa Fe Bares
- A 7 Gianaski, Miguel
- A 11 Talón, Salvador
- A 12 Gines Sánchez Pizzería
- A 13 Gines Sánchez Pizzería
- A 20 Bamiquel, Carlos
- A 24 Alegre, Santiago

Venta de semillas, flores y hortalizas.

- A 1 (bis) Gervasoni, José y Alfredo

Venta de artículos de viaje

- A 8 Valera, José F.

Taller de bicicletas

- A 21 Fraise, Alfredo
- A 22 Vimbli, Onet Vicente

Venta de cigarrillos y golosinas

- C 1 Farber, Aída H. de

B 71 Nelli, Pablo

B 72 Nelli, Pablo

Venta de fiambres

A 4 Valdéz, Francisco

C 13 Orsi, Juana Rolanda de

C 14 Busquet, Miguel

Venta de pasta alimenticias

A 5 Vampocke, Augusto

A 6 Rampazo

B 74 Rodriguez, Lino

Venta de pan y facturas

C 12 Brest, Paula

Almacén

A 16 Carrasco, Cayetano

A 17 San Rafael

A 18 Primer aceitero

A 19 Primer aceitero

Venta de café, té y chocolate

C 5 Ledín, Miguel

C 2 Cuaruk, Angela B.

C 11 Cerrudo, Cármen de

Peluquería

A 9 Gigli y Vargas

A 23 Barniquel, Giogina

A 24 Pastor, Manuel

Zapatería

A 25 Romero y Pignalberi

Mercería

A 10 Edelberg, Salomón

A 14 Alesakis y Cía.

A 15 Alesakis y Cía.

Puestos: 25 externos

103 internos

14 kioscos centrales (pa-
sillos)

A- puestos externos

B- puestos internos

C- kioscos centrales

b) Mercedo Norte

Este edificio es correcto, y su ubicación es buena demográficamente
pues casi es el único proveedor de la zona.

Tiene dos amplias cámaras frigoríficas que no se utilizan de acuerdo a sus fines sino como depósitos.

En este mercado tiene asiento la Jefatura de los Mercados y Puestos Intercomunales.

Se agregan listas de proveedores.

Puestos instalados en el

Mercado Norte

Venta de carne

B 50 Lilino, Domingo
B 51 Lilino, Josefa
B 52 Bergagna, Juan
B 53 Loréfice, Vicente
B 54 Guídice, Alejandro
B 55 Botello, Dominiano
B 56 Bolzico, Juan
B 58 Loréfice, Conrado
B 59 Loréfice, José
B 60 Agundes, Licinio
B 62 Bergagna, Ricardo
B 63 Berrón, Ciriaco
B 65 Goggi, Alfonso
B 70 Goggi, Juan
B 71 Goggi, Juan

B 57 Velázquez, María de
B 66 Sánchez, Alfonso y Susana
B 67 Martinez, Domingo

Venta de pastas y Rotisería

A 9 Rodríguez, José M.
A 29 Rodríguez, José M.
B 30 Rodríguez, José M.

Bebidas, bar y restaurant

A 6 Borliez, Zalin
A 7 Ronsoles, Manuel
A 10 Avalos, Angel R.
A 11 Avalos, Angel R.
A 12 Serra, Juan

B 72 Goggi, Angel	A 13 Serra, Juan
B 72 López, Florencio	A 35 Serra, Juan
B 74 Doschkin, Elías	
B 75 Portella, Luis	<u>Cooperativa de Consumo</u>
B 76 García, Constante	B 16 A. S. O. E. M.
B 77 Patroni, Domingo	B 17 "
B 82 Instituto Frigorífico Municipal	B 36 "
	B 37 "
<u>Venta de frutas y verduras</u>	B 38 "
B 20 De Ninis, Héctor	B 39 "
B 21 Galeano, Alfredo	B 40 "
B 24 Ferreyra, Juan	B 41 "
B 25 Paredes Fernández, Eugenio	B 42 "
B 28 Volcoff, Rosler	B 43 "
B 34 De la Iglesia, Rubén	B 44 "
	B 45 "
<u>Venta de Queso y fiambres</u>	B 46 "
B 23 Matlin, María de	B 68 "
B 26 Nicola, José	B 86 "
B 27 Nicola, José	B 87 "
B 61 Boni, Lorenzo	
	<u>Mercado Intercomunal</u>
<u>Venta de pescado</u>	A 32
B 64 Serra, Pedro O.	A 33

Venta de aves y huevos

- B 48 Paskvan, Daniel
- B 49 Richard, Antonio

Tienda

- A 2 Palachi, José
- A 3 Palachi, José

Electricidad y Relojería

- A 4 Ventucci, Mosso

Calzados

- A 5 Ventucci, Mosso

Venta de cubiertos

- A 1 Cupelín, Francisco A.

Agencia de Lotería

- A 8 Borlle, Nicolás

Puestos: 16 externos

70 internos

A - puestos externos

B - puestos internos

c) Mercado Sur:

Ubicado en una zona densamente poblada, 4 de Enero y General López, son precarias sus instalaciones y construcción.

Su descuidada atención y funcionamiento irregular, así como la poca variedad de productos y a veces carencia de los más vitales para el consumo, determinan poca actividad en el mismo.

Ocularmente se ha podido apreciar la falta de venta de aves, huevos, pescados, quesos, fiambres, dulces, carne de cerdo, y en ciertos períodos frutas.

Se acompaña lista de puestos instalados.

Puestos Instalados en el
Mercado Sur

Venta de carne

B 5 Ferrero, Hipólito
B 6 Ferrante, Lucía de
B 7 Abasto Santa Fe
B 8 Pfaffen, Florentina

Venta de queso y fiambre

B 3 Saúl, Salomón
B 4 Saúl, Salomón

Venta de aves y huevos

Venta de frutas y verduras

B 15 Arias, Epifanio

B 11 Papa, Nazareno
B 12 Papa, Nazareno
B 13 Durand, Pedro
B 16 Facca, Sergio
B 19 De Bartolo, Cayetano
B 20 De Bartolo, Acevedo

Puestos: 20 internos

B - puestos internos

d) Mercado Progreso

Su ubicación es oportuna (Balcarce, Sarmiento, Alberdi, Ituzaingo) en una zona muy poblada.

Hace un año que la Municipalidad lo adquirió a una firma privada que lo explotó más de una década, distinguiéndose por la actividad y calidad de los productos que comercializa.

Actualmente tiene escaso movimiento. Muchos comerciantes se han trasladado a locales fuera del recinto.

Este Mercado tiene varias cámaras frigoríficas que aunque están en

condiciones de uso no funcionan. Por su capacidad resolverían los inconvenientes de los fruteros de la zona, quienes tienen dificultades por falta de cámaras frigoríficas disponibles en la ciudad.

Se anexa nómina de puestos autorizados a funcionar por la Municipalidad.

Puestos instalados en el

Mercado Progreso

<u>Venta de carnes</u>	<u>Lácteos</u>
B 5 Gervas, Delia de	A 5 Pintos
B 6 Gervas, Delia de	
B 7 Gervas, Ruben	<u>Bar y Café</u>
B 8 Gervas, Ruben	
B 9 Antuña, Fernando	A 1 Petruzzi, Argentino
B 11 Medina, Alcides	A 2 Petruzzi, Argentino
B 13 Frigorífico Municipal	
B 17 Gervas, Domingo	<u>Repuestos de motos</u>
B 18 Gervas, Domingo	
B 20 Arteaga, Roberto	A 4 Pintos
B 21 Impertino, Felipe	
B 23 Impertino, Felipe	Puestos: 7 externos
B 25 Impertino, Elsa D. de	45 internos
B 26 Impertino, Elsa D. de	A - puestos externos
B 36 Arteaga, Juan	B - puestos internos

Venta de frutas y verduras

A 3 Antuña, Fernando

B 3 Gómez, Cervillo

B 4 Gómez, Cervillo

Dispensa y ventas de pastas

B 32 Rodríguez, Florentino

Venta de aves y huevos

B 1 Carlen, Edelmiro

B 31 Velazquez Irmo

Venta de pan y facturas

B 36 Guerrero, Alba

Intercomunal

B 29 Dispensa

2 - Ferías

Su distribución en la ciudad presta gran comodidad y beneficios a la población. La ubicación obedece a factores accidentales tales como: espacio libre, costumbres del barrio, fácil acceso a la zona, pedido de asociaciones vecinales, etc..

Los precios que se registran en las mismas son más bajos que en los mercados y negocios del ramo, pero en cierta forma se ha desvirtuado la finalidad de su creación que en su origen tendía a que sea el propio productor (quintero) el que colocara sin intermediarios, directamente sus productos ante el público. Actualmente los que explotan los puestos no son quinteros sino compradores en el mercado de abasto y en quintas.

Por separado se detalla una nómina de las ferías que funcionan según los días semanales y ubicación.

Ferias Francas

<u>Días</u>	<u>Nombre</u>	<u>Ubicación</u>	<u>Puestos</u>
Lunes			
Martes	Barrio Roma	B. Zavalla entre Boulogne Sur Mer y Vera	70
	Lag. Felipe	Aristóbulo del Valle y Luciano Torrens	180
	J. Botánico	Aristóbulo del Valle y Luciano Torrens	50
	Barrio Candiotti	Necochea entre Calchines y Sgto. Cabral	
Miércoles	Cuatro vías	Facundo Zuviría y Mariano Comas	150
	Barranquitas	López y Planes y Ecuador	60
	Guá laupe	Gral. Paz y Pablo López (27 s/nombre)	35
Jueves	Belgrano	Estanislao Zeballos y Urquiza	
	Zona Sur	Urquiza y Entre Ríos	150
	Sgto. Cabral	Alberdi entre J. M. Zuviría y Godoy	120
Viernes	Barrio Roma	B. Zavalla entre B. Sur Mer y Vera	70
	Lag. Felipe	Río de Janeiro y Guemes	120
	J. Botánico	Aristóbulo del Valle y L. Torrens	50
Sábado	Cuatro vías	Facundo Zuviría y Mariano Comas	150
	Barranquitas	López y Planes y Ecuador	60
	Zona Sur	Urquiza y Entre Ríos	150
	Sgto. Cabral	Alberdi entre J. M. Zuviría y Godoy	120
	Villa M. Selva	A. del Valle y Ricardo Aldao (25 s/nombre)	
Domingo	Zona Sur	Urquiza y Entre Ríos	150
	Sgto. Cabral	Alberdi entre J. M. Zuviría y Godoy	120

Mercados Intercomunales

<u>Concesionario</u>	<u>Ubicación</u>
1. Juan B. Acosta	Castelli 3989
2. Juana C. de Jobson	Laprida y Derqui
3. Martín Vergara	Santiago de Chile 1450
4. Tránsito Luna	12 de Infantería y Lahmann
5. José Olivencia	Piquete - Las Flores

6. Eva P. de Serra		López y Planes y F. C. Rodríguez
7. Deoneisia Suñé		Pasaje Clacena 1143
8. Pedro Beltramo		Azcuénaga y Chile
9. Ramón Ojeda	(x)	Facundo Zuviría y Padilla
10. José Fernández		Derqui 3110
11. Rosa de Claro	(x)	San Martín 5932
12. Teresa M. P. de Vinda	(x)	Pedro Centeno 3425
13. Adela de Vidal	(x)	Avenida Freyre y Rioja
14. María Vandemberguer		Castelli 4412
15. José Brignonone		9 de Julio 4675
16. Pedro Néstor Bressán		San Lorenzo 1036
17. Julio Oscar Conforti		4 de Enero 1461
18. Angel Bressán		Alberdi 4079
19. Rosa Vera		Marcial Candiotti y Pavón
20. Soc. Vec. Unión y Trabajo		Pedro de Vega 1970
21. Carlos G. Cabrera		Iturraspe 3848
22. Atilio N. Nitri		Rivadavia 3472
23. Daniel Ginés		Europa y Alberti
24. Rodolfo F. Cledón		Belgrano 6643
25. Petrona Pañaranda		J. de la Rosa 2650
26. Anastasia B. de Casals		La Paz 3701
27. Filomena Vanderberguer		Pasaje Marsengo 5106
28. Conrado Martorina		San Juan 2739
29. María del C. Kanda	(x)	Mercado Norte

- | | | |
|--------------------------------|-----|--------------------------------|
| 30. Aurelia Jofré | (x) | 4 de Enero y Juan José Passo |
| 31. María Cardoso | (x) | General López y Avenida Freyre |
| 32. Soc. Vec. Unión y Progreso | (x) | Angel Casanello 2377 |
| 33. Matilde M. de Henchín | | Domingo Silva 3391 |
| 34. Manuel Ismael Altamiranda | | Echagüe 6655 |

(x) Venden carne aparte de los productos de primera necesidad. La carne se vende por convenio entre la Municipalidad y el Matadero Municipal.

3 - Mercados Intercomunales

Fueron creados por la Municipalidad para que la campaña pro-abaratamtamiento de la vida tuviera eficacia.

Estos puestos se rigen por un reglamento-ordenanza que en síntesis responde a las siguientes normas:

- a) estar instalados a una distancia no menos de 500 metros
- b) la Municipalidad es el único proveedor de los productos que venden.
- c) la Municipalidad determina el precio de venta y el margen de ganancia que oscila entre un 10 u 11 %. El capital inicial no puede ser menor de m\$n 30.000. -
- d) cada tres meses deben presentar un balance de sus actividades.
- e) la adjudicación se determina por licitación y concurso. Se firma un contrato entre el particular que lo explota y la Municipalidad cuya duración mínima es de seis meses y renovable tácitamente.
- f) las instalaciones deben edificarse por cuenta del particular pero

a los diez años quedan de propiedad de la Municipalidad.

Hay siete kioscos municipales que son atendidos exclusivamente por personal municipal y éstos deben mensualmente presentar un detalle de las ventas realizadas.

Desde hace cuatro años la adjudicación de estos mercados intercomunales se ha elastizado y, según zonas y necesidades justificadas, se otorgan para que se instalen en locales no edificados de exprofeso.

4 - Mercados particulares:

De no más de un año de inauguración, se encuentran en actividad dos mercados particulares en la zona norte de la ciudad.

El primero en instalarse fue el de Salvador del Carril (zona Avenida General Paz) y el más reciente en Don Bosco (en Estanislao Zeballos, zona Blás Parera).

Imitan la comercialización de los supermercados, logrando precios competitivos.

- Por la arteria Aristóbulo del Valle, hay otro de muy reciente creación.

5 - Carritos con paradas fijas

Fuera de un éjido céntrico determinado por disposición municipal (Boulevard Pellegrini, 25 de Mayo, General López, Avenida Freyre) se han instalado en la vía pública carritos de mano con paradas fijas que totalizan aproximadamente 300.

Generalmente venden frutas, algunos también hortalizas y muy pocos

verduras de hojas verdes.

La ubicación en esquinas estratégicas, casi siempre en las de mayor tránsito, ha solucionado en caso de emergencia las distancias para traslados a mercados y la ausencia de verduleros ambulantes.

Los precios de venta son muy convenientes y la calidad de las merca
derías que ofrecen óptima.

Se instalan a simple solicitud que contemple las disposiciones vigentes. No tienen inspección para ello y su funcionamiento elude algunas dispo
siciones de Código Bromatológico exigidas en la comercialización de estos productos desde locales. Tampoco tienen obligación en cuanto a asistencia en la atención diaria y horarios.

Al margen de todo contralor de higiene y leyes laborables se han autorizado la circulación de aproximadamente 50 carritos de mano con venta de frutas, verduras y hortalizas.

6 - Comercios en tiendas:

La lista siguiente indica el número de estos comercios.

Para dar una idea del porcentaje de ellos con respecto a otros comer
cios que se dedican también a vender o proveer productos alimenticios, hemos agregado datos sobre carnicerías, lecherías, fiambrerías, panaderías, etc..

Resumen de listado de comercios minoristas

<u>Grupo N°</u>	<u>A c t i v i d a d</u>	<u>N°</u>
1	Verdulería (menos de m\$n 500.000)	130
2	Verdulerías (más de " 500.000)	2
3	Carnicerías	233
4	Carnicerías y verdulerías	
	(menos de m\$n 500.000)	109
5	(más de " 500.000)	26
6	(más de " 1.000.000)	7
7	(sin ejercicio declarado)	57
8	Pescaderías	14
9	Venta de aves y huevos	36
10	Venta de fiambres, queso y otros	96
11	Lechería y artículos varios	195
12	Panaderías	122
13	Reventa de pan	249
14	Almacenes	101
15	Despacho de bebidas	279
16	Casa de comidas	18
17	Casas de pensión	23
18	Hospedajes	47
19	Hoteles	10
20	Restaurant-hospedajes	18
21	Pizzerías	16

C - Frigoríficos

No existen en la ciudad, frigoríficos especiales para frutas y hortalizas. Los comerciantes de la zona utilizan los servicios de establecimientos instalados a tal fin, los cuales tienen tarifas y modalidades propias (algunos aplican sus tarifas por ciudad y por día, otras por metros cúbicos y por día, etc.). Para poder utilizar las cámaras anticipadamente debe proveerse del turno, ya que las mismas se utilizan para distintos fines, que son los siguientes:

- John Laytn y Cía. Ltda. S.A.C., casi exclusivamente se dedican a aves y huevos. La utilizan comunmente cuatro fruteros.

- Cervecería San Carlos (ciudad) puede disponerse según épocas, ya que en verano se dedican específicamente a fabricación de hielo para su venta.

Cervecería San Carlos (San Carlos Centro). Es la de mayor garantía y capacidad, pero debido a la distancia que incide en el encarecimiento de los costos, no se puede utilizar durante todo el año.

Establecimiento "La Federación Cooperativa Lechera" que almacenan especialmente producción de F.A.C.A.

- Mercado Progreso. Hasta hace cinco meses recibía mercaderías para depositar en cámaras, pero ahora ha cesado en su actividad.

En la ciudad también hay otras firmas de frigoríficos pero no son utilizados en la comercialización de frutas.

III - Mercado de Abasto

Las instalaciones del Mercado de Abasto están ubicadas en la manzana formada por la Avenida Freyre, Mendoza, Boulevard Zavalía y Mendoza.

Actualmente está subdividido en 163 puestos, varios de los cuales son de un mismo proveedor.

Los productores (quinteros) que venden en el mercado tienen playa pero no puestos fijos.

Si un productor quiere ubicarse como mayorista en el mercado, la única forma de hacerlo es comprando la llave de algún puesto fijo que ya exista, porque puestos desocupados no hay. La otra alternativa es compartiendo el local o entregando la mercadería en consignación o venta para su posterior comercialización.

Las instalaciones son deficientes y las comodidades precarias. En un mismo puesto se ubican frutas, hortalizas y verduras sin condiciones higiénicas, aunque se advierte una gran preocupación por mantener la limpieza y el orden general.

Algunos puestos aún no tienen la división de alambre. Los únicos de material y que a su vez tienen sótano, son los que están construídos sobre Avenida Freyre. El techo es de zinc, grave problema por las altas temperaturas de la zona.

Hay dos playas de estacionamiento, una externa y otra interna. La playa externa es la calle pública con el consiguiente problema de estacionamiento y la imposibilidad del tránsito en esta zona céntrica de otros vehículos ajenos a la entrada del mercado.

Tiene dos playas internas, muy reducidas tanto que un equipo automotor es suficiente para impedir el paso.

Generalmente la descarga comienza a las 5 de la mañana y los vehículos están estacionados desde las primeras horas de la tarde anterior, permitiéndose hacerlo por reglamentación municipal hasta las 8 horas en Avenida Freyre.

Los baños son pocos para la cantidad de personas que concurren al mercado. Son incompletos, pues no hay instalaciones para ducha.

En todo el mercado hay cinco canillas, pocas para satisfacer las necesidades del local. Los puestos no tienen agua con instalación privada.

En cuanto a la luz, la mejor iluminación la procura cada puestero por su cuenta. Actualmente están cambiando la corriente continua por alternada.

No todos los puestos tienen aparato telefónico, sólo un 30% cuenta con este servicio.

Los puestos del mercado están distribuidos en tres secciones: sobre calle Avenida Freyre los de material; triple hilera en el centro, una de ellas doble, demarcados en alambre y la última sobre las construcciones que tienen salida sobre calle Zavalla, cuyas divisiones también son de alambre. Hay 14 puestos de menos de 10 m^2 , de superficie; 132 puestos de más de 10 m^2 y menos de 40 m^2 y 17 puestos de más de 40 m^2 .

Algunos de ellos están ocupados por bares, semillerías y la administración del mercado. Se adjunta un anexo que agrupa a los números de puestos de acuerdo a las dimensiones de los mismos.

Los puestos de material sobre Avenida Freyre, son los de mayor ca-
pacidad receptiva. Son los primeros construídos y también los primeros o-
cupados. Todos tienen sótano que se utilizan especialmente para madurade-
ros de bananas.

Los puestos del centro tienen sus divisiones de alambre y las cons-
trucciones fijas de los mismos son precarias, pues se fueron levantando de
acuerdo a cómo se presentaban las necesidades en el contralor administra-
tivo, superficie que disminuyó el espacio disponible para depósito.

Ninguno está en condiciones de ampliar sus locales de venta porque
la superficie adjudicada no puede extenderse, el espacio de cada puesto es tan-
inamovible aunque no se disponga de mucha capacidad en el lugar adjudica-
do.

La cantidad de puestos que ocupa cada firma es de acuerdo a la oportu-
nidad que han tenido de tomarlo en el momento de sus necesidades amplia-
torias, ya sea comprando la llave de un arrendatario anterior o haciendo
contrato con la administración. En las veredas internas frente al local de
los mismos, se instala el rematador que vende al público, produciendo una
afluencia que entorpece el acarreo de productos.

En el interior del mercado no hay cámara frigorífica.

El actual Mercado de Abasto es de capitales privados siendo su for-
ma de constitución la de una sociedad anónima. Abona globalmente las ta-
sas a la Municipalidad e individualmente los mayoristas pagan a la institu-
ción el uso del servicio, arrendamientos y derechos de piso.

El 80% de los mayoristas y productores actuales constantemente solicitan nuevos puestos para ampliar sus espacios. Ello indica la necesidad de la construcción de un nuevo edificio, más cerca de las zonas de producción con vías ferroviarias directas, amplias playas de estacionamiento y con puestos cuya menor superficie fuera de 40 m².

La cantidad de personas ocupadas diariamente en la actividad desarrollada dentro del Mercado de Abasto, puede estimarse en:

- propietarios de puestos: 150
- empleados en los puestos: 350
- productores o quinteros: 400
- rematadores: 300
- changarines: 700

Los mayoristas administran sus negocios y algunos tienen profesionales y auxiliares para el control contable.

Los empleados administrativos de la Sociedad alcanzan a once personas, incluyendo el gerente.

Empleados para contralor municipal hay designados: tres por la mañana y dos por la tarde y en la misma proporción la vigilancia policial.

Para mejor comprensión de la distribución de los puestos del mercado y sus actividades, se agrega un plano donde cada uno tiene una inicial que la informa (P: papas; F: frutas; V: verduras.)

Puestos instalados en el

Mercado de Abasto

Venta de carne

33,34 Szusman, S.

35 Escandell Hnos.

Sección Menudeo

1 Domínguez, Juan

Sección Galería Oeste (Prolongación)

2 Correnti, Felicita M. de

1,14 Almitrani, Vicenti

3,4,5 Vicens, Antonio

2 Torres, Emilio

6,7 Suc. Arroyo, Manuel

4 Pimpinella, Esteban

8,9 Suc. Pérez, Jesús

5 Agramonte M. y Di Girolamo

8 Zínicola, León

Venta de verduras

9 Vaccaro, Rafael

Sección Avda. Freyre

Sección Galpón del medio sobre Ga-

lería Oeste

2,3 Novello Hnos.

61 Favaro, José

4 Llabrés, Hnos.

62 Mauti, Domingo

14,15 Gasparri, N.

63 Almitrani, Francisco

17 Cetti, A.

68 Menegazo, Héctor

18 Vitali, C.

69 Valle, José

Sección Parte Central

72 Tarabay

6,47 Marino Hnos.

75 Basega, Juan

11 De Venecia, José

78 Rodrigui, Bermejo

80,81 Caminia, Juan

- | | |
|------------------------------|------------------------------|
| 12 Savino, Tomás | 79 Vitale, Humberto |
| 14 Juarez, Oscar | 83 Benseñor, José |
| 39 Rodrigui, Bermejo | 84,85 Capoya, Antonio |
| 40 Vital, Humberto | 89 Marino Hnos. |
| 41 Caminia, Juan | 90 Espinosa, Emilio |
| 43 Cruzco, Luis | 91 Giovagnole, Carlos |
| 44 Lamaratta, Pascual | 92, 93, 94 Pagni Hnos. |
| 48 Paglierelli, Aquiles | |
| 49 Geovanoli, Carlos | <u>Venta de frutas</u> |
| 21 Carrara, César | |
| 24 Bifulco, Francisco | <u>Sección Avda. Freyre</u> |
| 25,26 Carollo, José | 5 Negrete, N. |
| 30,31,32 Valle, José | 6,7 Mazuca, Hnos. |
| 33 Cortese, José | 16 Bertolino, A. |
| 50 Orsini Hnos. | <u>Sección Parte Central</u> |
| 51 Pasgni, Hnos. | 1,2 Piro, Miguel |
| 54 Carollo, Juan | 3 Insalata, Andrés |
| 56 Ricca, C. | 4 Nápole, Miguel |
| 57 Favaro, José | 5 Piro, Nicolás |
| 58 Mauti, Julián | 9 Micelli, Francisco |
| 59 Abate, Felipe | 13 Marín Añamo |
| 60 Arias, Manuel | 15 Bertolino, José |
| <u>Sección Galería Oeste</u> | 19 Buonocore, Vicente |
| 1 al 4 Arcusi, Antonio | 22 Barceló, y Baldus |

17 De Biassi, C.

29 Banicia, Juan

19 Riva, A.

34 Di Patto, Fernando

20 al 23 Villa Hnos.

35 Moreno, Domingo

26,27,30 Cuagli, Hnos.

42 Abate, Miguel

31,32 Vaccaro, R.

46 Voza, Ludovico

52 Capielo, Juan

70 Sánchez, y Vicente

53 Capielo, Miguel

73,74 Pinto y Ojeda

55 Piro, Miguel A.

76,77 Tucci Hnos.

Sección Galería Oeste

95 Alí, A.

28 Paludi, J.

Sección Menudeo

Sección Galería Oeste (Prolongación)

12 al 14 Yódico, S.

12 Scali, Vicenti

Sección Galpón del Medio sobre Galería Oeste Venta de semillas

64 Gordo y García

65 Rossi Hnos.

Sección Avda. Freyre

66 Serra, Angel

10 Franco, José

71 Di Patto, Fernando

82 Abate, Antonio

Venta de aves y huevos

86 Andretta, Angel

Sección Menudeo

87,88 Voza, Ludovico

10 Vergel, A.

Venta de frutas y verduras

Venta de embutidos

Sección Avda. Freyre

Sección Menudeo

7 Mugarero, Felipe

8,45 Arcatti, e hijos

Café y Bar

10 Bartolomei, Livio	<u>Sección Avda. Frevre</u>
16 Panicia, Pío	9 Moragues, Juan
17,36 Visentín Hnos	<u>Sección Galería Oeste</u>
18 Crocci, Alfredo	Delpino, C. B. Zavalla 2382
20 Escandell, Antonio y Vicente	Moragues, J. B. Zavalla 2356
27,28 Rossi, Alberto y Alesio	Clemente, R. B. Zavalla 2330
37,38 Tucci Hnos.	

Sección Galería Oeste

- 5 al 8 Podestá, Esteban
- 9 al 12 Gramegna Hnos.
- 29 Zinícola

Sección Galería Oeste (prolongación)

- 3 Russo, Juan
- 6 Lequi, Juan Antonio
- 7 Plano, Salvador
- 10 Zinícola, Salvador
- 11 Virzi, Calógero
- 13 De Biassi, Roque

Sección Galpón del Medio sobre Galería Oeste

- 67 Gálvez y Carollo

MERCADO DE ABASTO
MEDIDA ESTIMADA DE LOS PUESTOS
UBICADOS EN EL PLANO ADJUNTO

<u>Medida</u>	<u>Puestos n°</u>
<u>Sector Este</u>	
10,65 x 10,30	1 - 1 b - 16
5,- x 10,30	2 - 3
6,- x 10,30	4 - 5 - 6 10 - 11 - 12 - 13
5,60 x 10,30	7 -
5,80 x 10,30	8 -
10,- x 10,30	9
4,50 x 10,30	14 - 15
7,45 x 5,70	17 - 18
 <u>Sector Centro</u>	
5,25 x 6,55	1 - 52
3,- x 6,55	2 - 5 - 6 - 47 - 48 - 51 - 24 - 25 - 26 - 52 - 53 55 - 28 - 26 - 29 - 56 - 58 - 59 -
4,- x 6,55	3 - 4 - 7 - 8 - 9 - 10 - 11 - 12 - 13 - 40 - 41 - 42 - 43 - 44 - 45 - 46 - 49 - 50 - 16 - 17 - 18 - 19 - 20 - 21 - 22 - 23 - 30 - 31 - 32 - 33 - 34 - 35 - 36 - 37 - 54 - 57 -
2,10 x 6,55	14 - 39
4,15 x 6,55	15 - 38
 <u>Sector Oeste</u>	
3,60 x 5,-	1 - 2 - 3 - 4 -
3,- x 5,-	5 - 6 - 6 - 7 - 8 - 9 - 10 11 - 12 - 13 - 14 - 15 - 16 - 17 - 18 - 19 - 26 - 27 - 28 - 29 - 30 -
2,80 x 5,-	18
3,25 x 5,-	20 - 21 - 22 - 23 -
3,- x 6,10	31 - 32 - 33 - 34 - 35
	NN
1,35 x 3,50	1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6 - 7 - 8 - 9 - 10 - 11 - 12 - 13 - 14 -

IV - Encuesta Mayorista

A - Introducción

La Encuesta Mayorista en Santa Fe, se hizo en excelentes condiciones, debido a que existía una buena programación de las tareas, y debido al alto espíritu de cooperación que encontramos entre los mayoristas de esa ciudad. Por lo tanto, debe considerarse que los datos obtenidos en ella, son realmente veraces y dignos de fe.

Nuevamente señalamos que los Mayoristas se individualizan por el número que se les ha asignado.

B - Criterios de clasificación y primeros resultados

Criterios de clasificación:

Como siempre, tomaremos como criterios de clasificación:

1) La especialidad de los mayoristas, lo que conduce a distinguir tres tipos:

- mayoristas de hortalizas (MH)
- mayoristas en frutas (MF)
- mayoristas mixtos (MM)

El grupo MH se subdivide en: MHG, mayoristas que comercializan cualquier tipo de hortalizas, y en MHE, mayoristas que comercializan un grupo de 4 a 5 hortalizas como máximo, elegidas por lo general entre la lista siguiente: ajo, cebolla, batatas, papas, tomates, zapallos.

2) El tonelaje comercializado anualmente.

3) La superficie de los puestos, lo que permite hacer extrapolaciones del grupo de mayoristas encuestados a la totalidad de ellos.

Primeros resultados:

En el Mercado de Mayoristas de Santa Fe, actúan un total de 116 mayoristas de frutas y hortalizas, de los cuales hemos entrevistado a 70 de ellos. La superficie total dedicada a cada grupo es de:

-MHG	270 m ²
-MHI.....	1.354 m ²
-MF.....	413 m ²
-MM	1.500 m ²

y la superficie total de los puestos de los encuestados es de:

-MHG:	235 m ²
-MHE:	1.020 m ²
-MF :	280 m ²
-MM :	1.375 m ²

Suponiendo que en general hay una proporción entre los volúmenes anualmente comercializados y las superficies de los puestos, tenemos los coeficientes multiplicadores siguientes para extender al total del Mercado los resultados que hemos conseguido:

$$\text{MHG: } \frac{280}{235} = 1,20 \quad \text{MHE: } \frac{1354}{1020} = 1,33 \quad \text{MF: } \frac{413}{280} = 1,48, \quad \text{MM: } \frac{1500}{7375} = 1,1$$

C - Análisis más detallado de los distintos grupos

1 - Grupo MH

1.1 - Grupo MHG

Se trata de un grupo muy homogéneo, si se separa el n° 58, mayoris-

ta éste que dispone de 50 m² en su puesto, más 120 m² de depósitos exteriores, comercializa un total de 1615 T, vende 60% a minoristas y 40%, o sea 650 T, a mayoristas, además es productor y trabaja en el mercado con 5 personas.

Los demás comerciantes son pequeños mayoristas hasta las 500 T., salvo el último que es un mayorista mediano, como lo demuestra el cuadro siguiente:

CUADRO Nro. 14

Nº de Mayoristas	13	68	51	48	46	43	22	Total
Superficie Puesto	24	24	30	24	24	35	24	185
Tonelaje Comercializado Anualmente	40	126	225	400	400	500	800	2.500
Cociente Tonelaje Superficie	1,4	5,3	7,5	16,6	16,6	14,3	33,2	12,5
Número de Personas empleadas.	2	1	2	2	2	2	2	---

Compran el 50% de su mercadería a los productores, y el resto a los grandes mayoristas. Esos productos, están constituídos casi únicamente por las hortalizas de la zona: arvejas, chauchas, tomates, pimientos, zapallitos, y algunas papas y batatas.

Se abastecen únicamente por medio de camiones. Venden el 100%

de la mercadería a minoristas o a distribuidores minoristas (65% y 35% respectivamente).

1.2. - Grupo MHE

Se subdivide en dos "Sub-grupos":

a) - Un grupo de pequeños mayoristas individualizados en el cuadro siguiente:

CUADRO Nro. 15

Número del Mayorista	75	61	44	Total
Superficie de su Puesto	10	15	64	90 m2.
Tonelaje comercializado anualmente	318	480	800	2.600 T
Número de personas empleadas	1	2	2	-
Cociente Tonelaje Superficie	32	32	12,5	17,8

Se intitulan los tres, "comerciantes revendedores".

El N° 61, vende únicamente papas, los otros dos, papas, cebollas, batatas y ajo.

Compran a "negociantes", en realidad a los grandes mayoristas del Mercado. Venden 100 % a minoristas.

b) - Un grupo de mayoristas medianos y grandes:

CUADRO Nro. 16

Número de Mayoristas	78	17	19	7	26	53	60	30	76	50	Total
Superficie de puesto	90 + 40	102 + 72	120 + 250	135	160	50	60	90	50 + 200	72 + 1650	930 + 2212
Tonelaje comercializado Anualmente	1000	1000	3000	2000	2000	2100	2100	3000	5000	7000	28000
Cociente Tonelaje Superficie	7,7	5,7	8	14,8	12,5	40	35	33	20	4	8,2
% Venta a Mayoristas	100	15	100	40	0	90	0	70	70	50	-
% Venta a distribuidores	0	80		30	90	5	0	0	0	50	-
Tonelaje a descontar	1000	550	3000	1100	900	1900	0	2100	3500	5250	19300T
Nro. de personas empleadas	2	3	3	3	3	5	3	7	9	14	--

(En "superficie de puesto" la primera cifra indica el puesto en el mercado, el segundo los depósitos externos. El cociente está tomado sobre la suma de las dos cifras).

Hemos supuesto que 50% de los distribuidores, son distribuidores de núcleos humanos fuera de la zona estudiada, y los demás, distribuidores de minoristas de Santa Fe. Para obtener una encuesta únicamente de lo destinado a Santa Fe, conviene desde luego restar del "total comercializado" el tonelaje vendido a mayoristas y 50% del tonelaje vendido a distribuidores ("tonelaje a descontar").

Estos mayoristas son o bien, comerciantes-consignatarios o productores. Compran su mercadería a productores o acopiadores de producción.

Esta mercadería viene de las zonas tradicionales de producción: Balcarce, Mar del Plata, Rosario, Tucumán, Médanos.

El n° 78 vende exclusivamente ajo, los nros. 17, 19 y 26 papas. Los demás ajo, batata, cebolla, papa.

El 90% de la mercadería viene por camión y el 10% restante por fe-rrocarril.

1.3. - Quinteros

a) Cooperativa de quinteros

Existe en Santa Fe una cooperativa de quinteros, que agrupa a 90 de ellos, esencialmente de la zona Norte.

Comercializa anualmente 2.500 T., principalmente hacia Buenos Aires, Córdoba, Mendoza, Rosario, Pergamino y en menor escala hacia Mar

del Plata y Santa Fe.

Hay un total de 1.500 quinteros en la zona de Santa Fe.

Si suponemos que el resultado de la comercialización de la Cooperativa, puede ser extendido a los demás productores, estimando un coeficiente de reducción de 2/3, dado que los quinteros de la Cooperativa son los más importantes, tenemos una producción total de:

$$\frac{2}{3} \times \frac{2.500 \times 1.500}{90} = 28.000 \text{ T.}$$

lo que coincide bastante bien con los datos del párrafo 2.

Los productos comercializados, son únicamente los de la zona y en especial: Chaucha, pimiento, tomates, zapallitos. La cooperativa recibe un 10% de remuneración sobre las ventas. Transporta el 100% por camiones de fleteros. Dispone en el Mercado de 100 m² en la Planta Baja y 80 m² en el sótano.

Además, le pertenece un galpón de chacra de 1.375 m².

b) Quinteros

bl) Quinteros de la Cooperativa

Hemos encuestado a trece (13) de ellos; el cuadro que sigue, resume los datos obtenidos;

Conviene observar que, por lo general, elegimos quinteros importantes, en cuanto a la superficie de sus chacras. Por otra parte, cada número corresponde -casi siempre- a 3 ó 4 miembros de la cooperativa, que pertenecen a una misma familia. Esto explica que tengamos un total producido de alrededor de 1.500 T., o sea 40% del total comercializado

por la cooperativa.

Asiduamente, los encuestados nos expresaron:

- que les hacen falta buenos caminos, y corriente eléctrica en las chacras.

- Que sería conveniente la radicación de industrias de conservas para poder vender la mercadería sobrante.

- Que les molestaban los intermediarios innecesarios.

Nos informaron que el tomate se produce cada vez más, como así también los zapallitos, pimientos y chauchas y que por el contrario para los demás productos cada año la producción se reduce más.

Conviene observar que actualmente la producción principal de la zona es: acelga, cebolla, chaucha, lechuga, pimiento, tomates, zapallitos.

(ver cuadro)

CUADRO Nro. 17

Número del Quintero	83	63	82	96	87	79	86	88	80	66	89	38	65
Superficie cultivada	5 Ha	12 Ha	8 Ha	40 Ha	16 Ha	7 Ha	15 Ha	10 Ha	19 Ha	14 Ha	15 Ha	8 Ha	8,5 Ha
Tonelaje producido anualmente	40	57	85	400	125	70	120	90	200	100	140	90	80
Número de personas empleadas	2	2	8	20	12	4	10	10	10	7	8	5p	6
Tonelaje Superficie	8	4,8	10	10	8	7	8	9	10,7	7,2	9,1	11,3	9,4
Tonelaje Nro de personas	20	28	10	20	10	17,5	12	9	20	14,3	17,5	18	13,3

b2) Otros quinteros

Se interrogó a los otros quinteros, quienes nos hicieron las mismas reflexiones con respecto a los caminos, a la electricidad, las industrias y los intermediarios.

Los principales datos que se obtuvieron de ellos, están resumidos en el cuadro que sigue:

CUADRO Nro. 18

Número del quintero	64	81	90	91	86	95	85
Superficie cultivada	4 HA	5 HA	5 HA	5 HA	5 HA	14 HA	5 HA
Tonelaje producido anualmente	25	32	43	60	55	250	50 T
Número de personas empleadas	2	4	3	3	5	10	4
Tonelaje Superficie	6 T	6 T	8 T	12 T	11 T	17,1 T	10 T
Tonelaje Nº personas	12,5	8	14	20	11	25	12,5

2. - Grupo M. F.

En este grupo hay que separar:

- El nº 76, que es un mayorista importador de: ananá, citrus, manzana, pera y uva. Es un mayorista muy importante ubicado en el exterior del mercado con 1270 m2 de depósitos, compra a los productores y vende to

talmente a mayoristas 3.000 T/año. Además, tiene un galpón de empaque y distribuye mercadería para Bs. As. y Rosario. El 75% de su mercadería le llega por medio del ferrocarril y el otro 25% restante, por camión. Emplea 14 personas.

- El n° 73, también importador, únicamente de manzanas, comercializa el 100% con mayoristas, 1.500 T/año.

Los demás forman un conjunto homogéneo de mayoristas menores (hasta 600 T) o medianos (1.000 y arriba) individualizados en el cuadro siguiente:

(ver cuadro)

CUADRO Nro. 19

Nro. del Mayorista	59	8	12	45	23	42	15	28	9	6	56	Total
Superficie del puesto	24	24	24	15	24	24+24 mad.	15	24+50 mad.	20	60	27	280
Tonelaje comercializado anualmente	300	300	300	300	300	500	500	500	600	1.000	1.500	6.100
Tonelaje Superficie	12,5	12,5	12,5	20	12,5	21	30	21	30	16,7	56	22
% Venta Mayoristas	0	0	0	0	10	0	0	0	0	10	20	--
% Venta a Distribuidores	0	70	0	0	60	0	20	0	0	10	20	--
Tonelaje vendido a Intermediarios	0	0	0	0	30	0	0	0	0	150	450	630
Nro. de personas empleadas	2	1	2	2	2	2	3	2	2	4	7	--

Para calcular el tonelaje a descontar como comercialización "parásitaria", hemos supuesto que los distribuidores a quienes venden los mayoristas "menores", son distribuidores de minoristas de Santa Fe, y que por el contrario, el 50% de los que corresponden a mayoristas "medianos", distribuyen sus productos fuera de la zona de influencia de Santa Fe.

Además podemos indicar que:

- Para las compras, todos los "menores" compran a "revendedores" es decir, a los grandes mayoristas. Los "medianos" compran a productores, salvo parte de las bananas y ananas que se compran a comerciantes de Buenos Aires.

El 100% de la mercadería llega transportada por camiones, salvo algunos citrus de Corrientes que llegan por Barco.

Cada uno de ellos comercializa prácticamente todo tipo de frutas. Las peras y manzanas provienen principalmente de Mendoza, y también de Río Negro. Los citrus provienen únicamente de Corrientes. Los Ananás y bananas llegan directamente de Formosa y Misiones o de Buenos Aires (comerciantes).

En total hay 74 m2 de maduraderos.

3. - Grupo M.M.

Para este grupo podemos dar las indicaciones generales siguientes:

- En lo referente a frutas, hay muy pocos "especialistas", es decir mayoristas que, comercializan un solo producto.

Los únicos se encuentran en el grupo 3-1.

Se trata de 4 especialistas en citrus, uno en uva y uno manzana.

- 18 sobre 36 venden todo tipo de frutas,

(en general manzanas + citrus + ananas o bananas o uva o varios),

42 grupos, y 6 son especialistas.

Las características de cada uno están netamente definidas es decir que por lo general, venden uno de los dos tipos de productos, ya sea hortalizas o frutas, mucho más que el otro. Tal es así que el 71% del total vende menos del 30% o más de 70% de frutas.

- Hay 22 mayoristas que venden principalmente frutas y 12 hortalizas.

En cuanto a la procedencia de las frutas, los resultados son idénticos a los del párrafo 2.

Para poder entrar más en detalle, hemos diferenciado cuatro tipos de mayoristas, según las hortalizas que venden:

3.1 - Grupo Tomates y Frutas.

Debe observarse primeramente que dominan las ventas de frutas.

Los tomates, en general no provienen de la zona, sino que llegan de Mendoza, Salta y de La Rioja.

Hay dos "sub-grupos" definidos: menos de 450 T. y más de 450 T.

El n° 40 (450 T) sirve de "transición".

El primero (a¹), está integrado por revendedores que compran a "negociantes" (por lo general a los grandes mayoristas).

Los del segundo grupo (a²) al contrario compran a productores, salvo los ananás y las bananas que se compran a los comerciantes de Buenos

Aires. Tenemos el siguiente cuadro:

CUADRO Nro. 20

Nro. del Mayorista /	33	62	54	40	39	1	5	24	Total
Superficie del puesto	12	15	20	26	54+50 mad.	77+189 depos.	60+90 depos. + 124 mad.	24+500m ² depos.	290+780 dep. + 74 mad.
Tonelaje anual	120	150	160	450	730	1.720	2.300	2.800	8.500
Cociente:									
<u>Tonelaje Superficie</u>	10	10	8	19	13,5	10	15,4	10	11,8
% Frutas	92	85	68	75	80	85	92	97	87,8
Tonelaje Frutas	110	130	110	340	580	1.460	2.100	2.700	7.900
Tonelaje Hortalizas	10	20	50	110	150	260	200	100	900
% Venta a Mayoristas	--	--	--	30	60	100	40	20	--
% Venta a Distribuidores	--	--	--	10	20	0	50	40	--
Tonelaje Frutas ^a	--	--	--	120	400	1.460	720	1.100	3.800
Descontar Hortaliz.	--	--	--	40	100	260	130	40	570
Número de personas	1	2	1	3	6	11	9	7	--

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

SUBSEDE LA PLATA

BIBLIOTECA



Hemos hecho la misma hipótesis que en el párrafo 1.3. b, con respecto a los distribuidores para poder calcular el tonelaje a descontar.

Se observa que el grupo a¹ vende el 100% de su mercadería a minoristas y que el grupo a² vende entre el 40% y el 100% a mayoristas o distribuidores. El 90% de la mercadería llega por camión y el resto por ferrocarril. -

3.2 - Grupo Frutas + 1 a 4 Hortalizas importadas

Las hortalizas importadas se encuentran en la lista siguiente: ajo, batata, cebollas, papas, pimiento, tomate, zanahoria. La asociación más común es: ajo-cebolla-tomate (5 sobre 7).

No existen dos "sub-grupos" bien definidos como ocurre en el grupo estudiado precedentemente, pero se ve una "deformación" de las características en los tonelajes más grandes. Por ejemplo, en los tonelajes inferiores, las compras se realizan únicamente a negociantes. En cambio, en los tonelajes superiores, las compras se hacen en parte a productores y en parte a negociantes. En los tonelajes inferiores, las ventas se realizan únicamente a minoristas. En los superiores, las ventas se realizan en parte a mayoristas.

(ver cuadro)

Nro. del Negociante	20	49	36	14	37	29	4	Total
Superficie del puesto	30	24	24	15	20	48+ 100 dep.	24	185+100 dep.
Tonelaje anual	90	200	300	500	500	600	800	3.000
Cociente: <u>Tonelaje Superficie</u>	3	8,4	12,5	33	25	12,5	33,4	16,3
% Frutas	50	70	92	85	25	16	30	44%
Tonelaje Frutas	45	140	275	425	125	75	240	1.325
Tonelaje Hortalizas	45	60	25	75	375	525	560	1.675
% Venta a Mayoristas	0	0	0	10	0	0	20	--
% Venta a Distribuidores	0	0	0	0	0	30	20	--
Tonelaje Frutas ^a	0	0	0	42	0	10	70	122
Descontar Hortalizas	0	0	0	8	0	80	170	258
Nro. de empleados	2	2	1	4	4	3	3	--

Debe observarse que las hortalizas provienen de las zonas clásicas de producción: papas (Balcarce, Mar del Plata, Rosario), Cebolla (San Juan), etc.

El transporte, se realiza el 80% por camiones y el 20% por ferrocarril.

3.3. - Grupo frutas + productos corrientes de la zona (Chauchas, pimientos, tomates, zapallitos).

En esta clasificación hay también dos grupos muy distintos: hasta las 400 Toneladas y más de las 400 Toneladas. El primer grupo, siempre vende esencialmente a minoristas, y compra sus frutas a negociantes. El segundo grupo, por el contrario, vende en parte a mayoristas y compra sus frutas esencialmente a productores.

Tanto el uno como el otro, compran sus hortalizas a los productores, lo que es normal, dado la procedencia de los mismos.

Todo esto se puede observar muy bien en el cuadro que sigue:

CUADRO Nro. 22

Número del Mayorista	71	70	16	93	10	69	77	47	Total
Superficie del puesto	15	28	60+240 dep. + 50 mad.	100+50 dep. + 50 mad.	60+75 dep. + 100 mad.	30+120 dep.	75	70+100 dep. + 35 mad.	420+585 dep. + 90 mad.
Tonelaje anual	180	400	1.200	2.000	2.500	2.500	2.700	2.800	14.300
Cociente :									
<u>Tonelaje</u> <u>Superficie</u>	12	14,3	20	20	22	16,6	36,7	16,5	20
% Frutas	55	55	12	90	80	90	13	25	53
Tonelaje Frutas	100	220	140	1.800	2.000	2.250	350	700	7.560
Tonelaje Hortalizas	80	180	1.060	200	500	250	2.350	2.100	6.740
% Ventas a Mayoristas	0	0	30	100	20	80	60	5	--
% Ventas a Distribuidores	70	50	40	0	75	0	40	95	--
Tonelaje Frutas a descon- tar	0	0	70	180	1.000	1.800	280	350	3.680
Hortalizas	0	0	530	200	250	20	1.880	1.050	3.930
Nro. de personas	2	3	8	7	6	5	5	18	--

El transporte se realiza el 85% por camión y el 15% por ferrocarril.

3.4. - Grupo Frutas + todas las hortalizas de la zona.

Hay que separar los N° 41 (700 T, 64 m² + 330 m² de depósitos) y el 57 (1,800 T - 41 m²) que son productores importantes con puestos en el Mercado. Los dos venden a minoristas o distribuidores.

En cuanto a los otros, están individualizados en el cuadro siguiente:

CUADRO Nro. 23

Nro. del Mayorista	67	32	27	72	52	18	34	35	3	25	31	Total
Superficie del puesto	10	30	18	60+100 depós.	43+ 40	96+50 mad.	243 dep. +20	80+160 dep. +24	50+70 dep. +40 mad.	480 +600 dep. +115 mad.		
Tonelaje anual	50	130	300	300	320	500	600	900	1.300	2.000	3.250	9.650
Cociente: Tonelaje Superficie	5	4,3	16,6	5	8	5,2	30	37,5	16	27,4	27	16,6
% Frutas	60	60	15	15	60	60	20	15	30	60	52	44,2
Tonelaje Frutas	30	80	50	50	190	300	120	140	400	1.200	1.700	4.260
Tonelaje Hortalizas	20	50	250	250	130	200	480	760	900	800	1.550	5.390
% Ventas a Mayoristas	0	0	0	0	0	50	20	0	0	0	0	-
% Ventas a Distribuidores	0	0	0	80	40	0	0	70	0	90	0	-
Tonelaje Frutas a descon tar	0	0	0	0	0	150	20	50	0	480	700	1.400
Tonelaje Hortaliz.	0	0	0	0	0	100	100	230	0	320	600	1.350
Número de personas	2	2	3	6	3	6	3	2	7	7	13	--

Hay también dos subgrupos como en los párrafos anteriores y con las mismas características: Mayoristas Menores, que son los que compran a negociantes y venden a minoristas: Grandes Mayoristas, que compran a productores y venden en parte su mercadería a otros mayoristas.

Sin embargo, salvo el ajo, la cebolla y la papa, todas las otras hortalizas se compran al productor, ésto incluso ocurre con los Mayoristas Menores.

La separación o división entre los dos grupos, no está muy definida, pero, podemos estimar que se produce entre las 500 a 600 Toneladas, en los números 18 y 34, se hace la transición.

El 80% de la mercadería llega por camión y el 20% por ferrocarril.

D - Conclusión. - Cifras Diversas sobre Tonelaje.

Teniendo en cuenta los coeficientes de extrapolación, podemos confeccionar el cuadro siguiente, que indica el total de mayoristas y el tonelaje total comercializado por grupo.

CUADRO Nro. 24

Tipo de Mayorista	Hortalizas MH		MF	M				Total	TOTAL
	MHG	MHG		a	b	c	d		
Número Total	9	17	19	9	8	9	14,17	43	88
%	10,3	19,2	21,6	10,3	9,1	10,3	19,2	48,9	100,0
Tonelaje Total anual	4700	41000	15000	9300	3300	15700	14000	42300	103000 T
%	4,6	40,0	14,5	9,0	3,2	15,3	13,4	40,9	100,0

Se observa que si bien el grupo mixto es el más numeroso, está casi al mismo nivel que el grupo MHE, en lo concerniente a tonelajes.

Los mayoristas más importantes, se encuentran principalmente en el grupo MHE. También hay algunos en los grupos MM a, c, y d.

Por lo general, los mayoristas importantes son de dos tipos:

-los que hacen "importaciones" de mercadería de otras provincias;

-los que sirven como acopiadores para la mercadería de la zona ,

que más tarde envían a otros centros de consumo.

Por supuesto, puede haber mayoristas que combinen las dos funciones.

Como conclusión general, podemos recordar lo que hemos indicado varias veces: los mayoristas menores y los grandes tienen una manera de actuar diferente.

Por lo general, los primeros :

-Compran a los grandes mayoristas; y

-Venden a los minoristas.

Los segundos:

-Compran por lo general a productores y a veces a negociantes.

-Venden en parte a otros mayoristas.

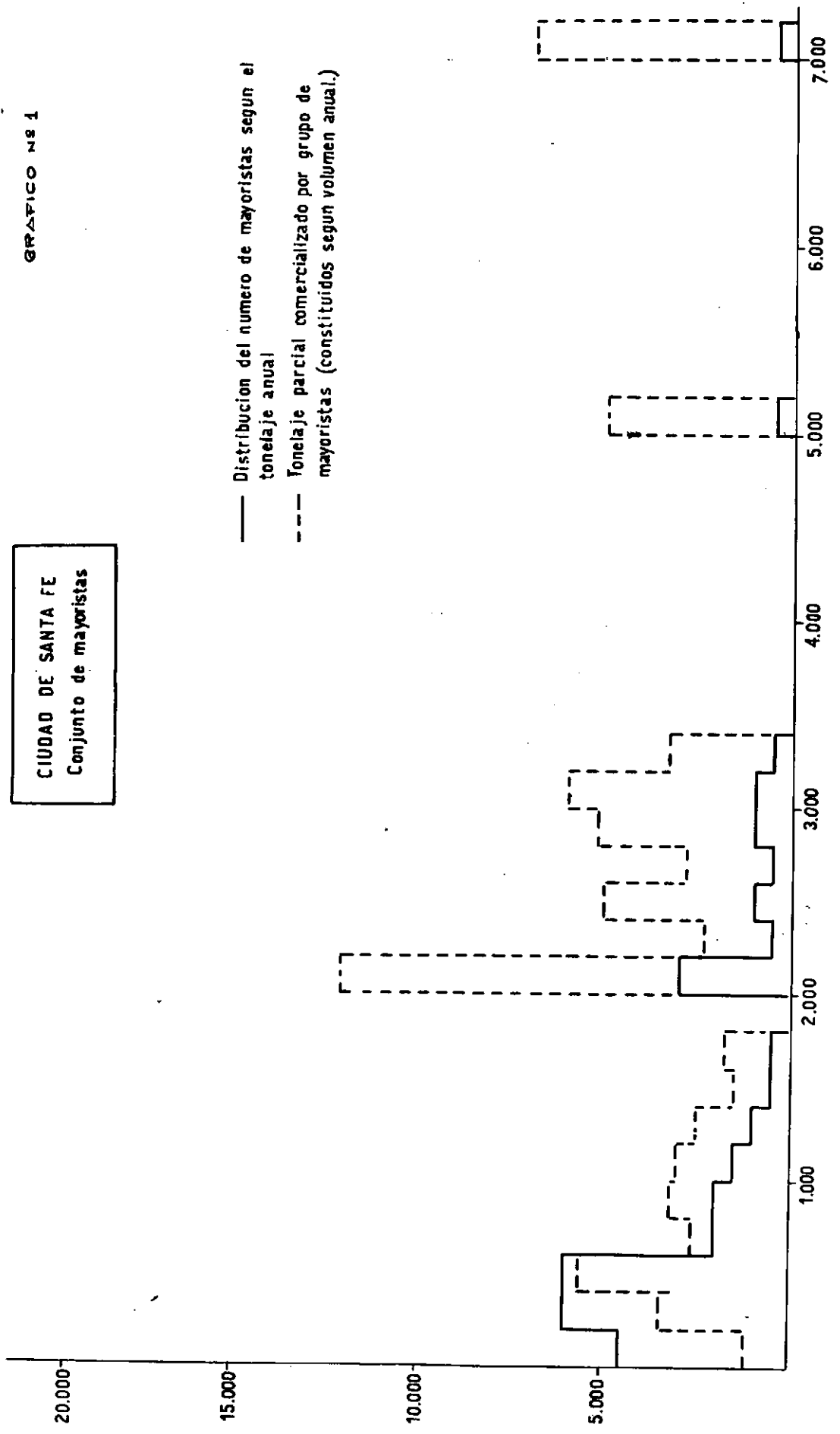
Hay, por supuesto, una transición que corresponde al mayorista que cambia su manera de actuar.

A grandes rasgos, podemos decir que, los mayoristas menores son los que comercializan un tonelaje anual inferior a las 600 Toneladas. Los grandes mayoristas los que comercializan más de 2,000 Toneladas anuales.

GRAFICO N° 1

CIUDAD DE SANTA FE
Conjunto de mayoristas

— Distribucion del numero de mayoristas segun el tonelaje anual
- - - Tonelaje parcial comercializado por grupo de mayoristas (constituidos segun volumen anual.)



CIUDAD DE SANTA FE
Grupo mixto

CIUDAD DE SANTA FE
Grupo frutas

CIUDAD DE STA.FE
Grupo hortalizas

GRAFICO Nº 2

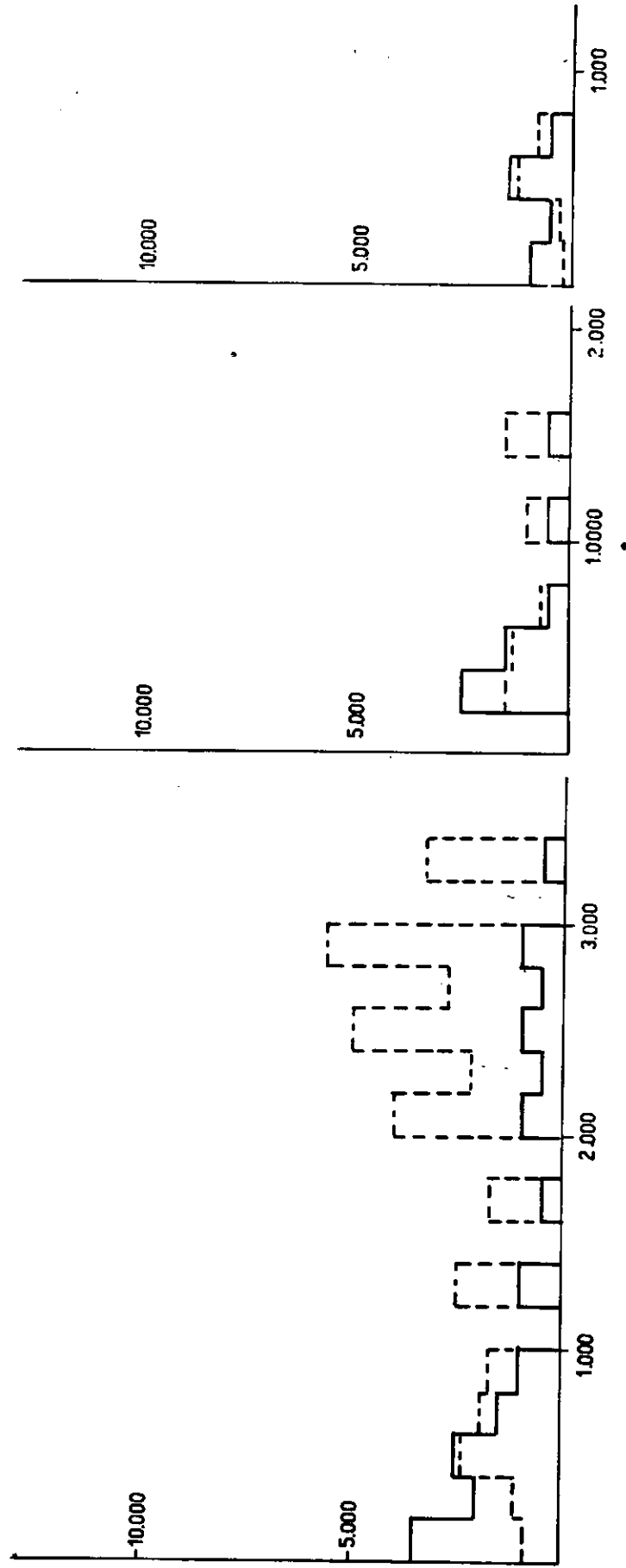
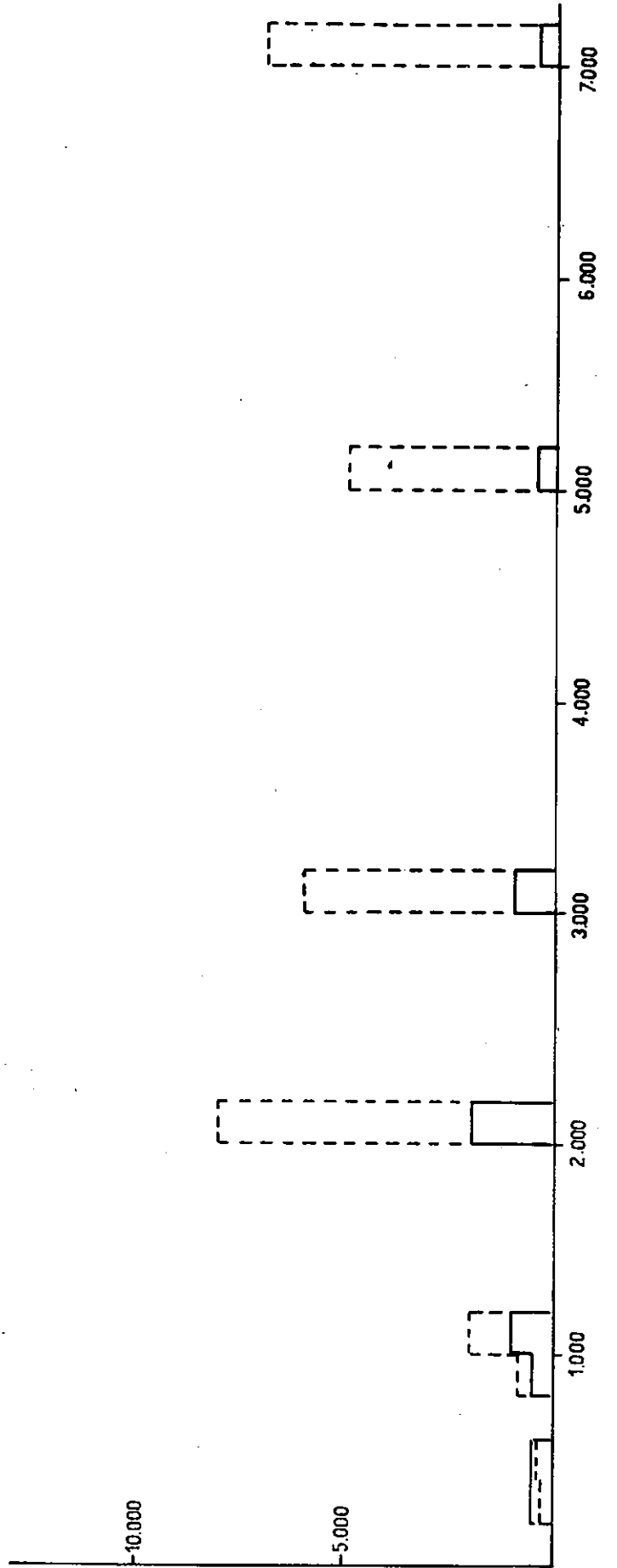


GRAFICO N° 3

CIUDAD DE SANTA FE
Grupo ajo_cebolla_papas



Los medianos, que comercializan de 600 T. anuales a Dos mil (2.000 T), hacen la transición.

Estos tres grupos se ven perfectamente definidos sobre las curvas adjuntas que fueron trazadas como se explica a continuación:

La que figura en raya continua, indica en absisa tonelajes crecientes y en ordenada valores proporcionales al número de mayoristas que comercializan el tonelaje correspondiente en absisa.

La que figura en raya discontinua indica en absisa tonelajes crecientes y en ordenada el total del tonelaje comercializado por el grupo de mayoristas, comercializando la cifra indicada en absisa

Otra conclusión general: el valor del cociente $\frac{\text{Tonelaje}}{\text{Superficie}}$ varía entre límites poco amplios (8 a 30), salvo raras excepciones, siendo el valor más frecuente el de 16. Esto quiere decir que casi toda la mercadería de descarga sobre puesto o en galpones y que hay muy pocas ventas sobre camiones y/o vagones. Además justifica nuestra extrapolación con respecto a superficie de puesto.

Podemos por fin confeccionar el cuadro siguiente que indica cuál es el tonelaje realmente consumido por el núcleo urbano estudiado.

(ver cuadro)

CUADRO Nro. 25

Grupos	Quintas	MHG	MHE	MF	M _{Ma}	M _{Mb}	M _{Mc}	M _{Md}	Total
Total comerciali- zado en frutas	0	0	0	15.000	6.300	1.500	8.300	8.200	41.300
Tonelaje comercia lizado en hortalizas	13.000	4.700	41.000	0	1.000	1.800	7.400	5.800	74.700
Tonelaje a descon- tar en frutas	0	0	0	8.000	4.180	130	4.000	1.600	17.900
Tonelaje a descon- tar en hortalizas	0	800	25.000	0	630	280	4.400	1.500	32.600
Resto Frutas	0	0	0	7.000	4.120	1.370	4.300	6.600	23.390
Resto Hortalizas	13.000	3.900	16.000	0	370	1.520	3.400	4.300	42.490
Total	13.000	3.900	16.000	7.000	4.490	2.890	7.700	10.900	65.880

Hemos supuesto que un 25% de la producción total de hortalizas de la zona de influencia era comercializada directamente por los quinteros en el mercado (o el 30% del Cinturón verde + la zona de transición, o el 50% del Cinturón verde solo).

Conviene observar que el 50% del tonelaje a descontar, o sea 25.250 T corresponde a "comercialización parasitaria", es decir, reventa entre mayoristas. El total de la mercadería comercializada realmente en el mercado es:

$$65.880 + 25.250 = 91.130 \text{ T}$$

Las 65.880 T corresponden al núcleo humano de Santa Fe y las 25.250 T. a abastecimiento de consumidores exterior a dicho núcleo.

Considerando como población de este núcleo un total de 300.000 habitantes, tenemos un consumo anual "per capita" de:

hortalizas146,6
Frutas <u>80,7</u>
Total227,3

El día pico improbable (suma de todos los picos indicados por los mayoristas) es de900 T.

el día pico normal (doble del día normal) de 540 T.

- El día de mínimo improbable (suma de todos los mínimos indicados) es de 100 T.

el día mínimo normal (2/3 del día normal) de 180 T.

E - Transporte

1 - Llegada de mercadería.

Las encuestas mayoristas nos indican que el 85% de la mercadería llega por camión y el 15% por vagones, generalmente del Ferrocarril Belgrano (12%). Esto coincide perfectamente con las cifras indicadas con respecto al total anual de vagones y camiones que llegan. Suponiendo que los vagones son de 15 T, los camiones con acoplados de 20 T y los camiones simples de 2 T, tenemos:

850 vagones x 15 T	12,750
900 acoplados x 20 T	18,000
25,000 camiones simples x 2 T	<u>50,000</u>
	80,750 T.

Debe observarse además que este total está muy próximo al total calculado en la encuesta.

Además podemos ver que el porcentaje de acoplados sobre el total de camiones es de alrededor del 4%.

En cuanto a "llegada pico", tenemos:

vagones: 29 en un día	Belgrano 23
	Mitre 6
camiones: 140 en un día	

2 - Salida de mercadería

En el día pico normal se calculan 510 camiones. Esto corresponde bastante bien con el tonelaje obtenido este día (540 T), tomando como carga unitaria por camión 1.100 kg.

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

CUESTIONARIO:

Capítulo 0 . Designación de la Empresa

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

O. DESIGNACION DE LA EMPRESA

00. Razón social o Nombre y apellido

.....

01. Carácter orgánico

- 1. Productor independiente.
- 2. Asociación cooperativa.
- 3. Comerciante.
- 4. Consignatario.
- 5. Revendedor.
- 6. Otro.

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

02. Carácter jurídico

- 1. Individual
- 2. S.R.L.
- 3. S.A.
- 4. S. en comandita por acciones.
- 5. S. Cooperativas.

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

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

Nacional

Municipal

04. Lugares de actividad

	<u>N°de habilitación</u>	<u>Dirección</u>
040. Oficinas
041. Exposición y venta.....
042. Depósitos
0410. Varios
0411. Maduraderos
0412. Frigorífico
043. Empaquetamiento y preparación a la venta

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

1. Mercaderías Comercializadas por la Empresa

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

11. Tonelaje puesto en depósito por la empresa en el año 1962		
	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 <u>Frutas</u>			
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 Foroto			
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 di-
rigitse 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..)	%
	100 %

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

2. Tipo de transporte utilizado

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

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

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

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

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

230. Número y tipo de los elementos

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

30. Carácter de los locales.	en el mercado	externo
300. Superficie destinada a exposición y venta.	m2	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 com- pletos remitidos en el año 1962
422. Número de camiones com- pletos 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 acopla- dos.

51. Utilización de transportes ajenos
a la empresa.

Si No

6. Telecomunicaciones 61. Teléfono

610. Número total de líneas utilizadas

611. Número de líneas consideradas neces-
arias

62. Telex

Si No

Observaciones.

Fecha y Firma Aclarada

CAPITULO VI

CONCLUSIONES

I - Papel desempeñado por el núcleo humano de Santa Fe y zona de influencia con respecto a la producción de frutas y hortalizas.

En síntesis, y reagrupando los datos proporcionados en los capítulos precedentes, podemos decir que:

- Santa Fe se autoabastece en un 40%, importando para alcanzar un 100% los tonelajes siguientes:

- Capital Federal	2.000 T.
- Ciudad de Rosario	10.000 T.
- Norte y Mesopotamia	5.000 T.
- Otras provincias	17.000 T.

En lo concerniente a los productos autoconsumidos, las verduras del grupo acelga y puerro, los tomates y morrones vienen por lo general del "cinturón verde". Las demás verduras y zapallitos vienen en un 60% del referido cinturón verde y 40% de la zona de transición. Papas, batatas, zapallos y otros citrus vienen del cinturón un 20%, de la zona de transición un 35% y de la zona lejana un 45%.

El resto de la producción, Santa Fe la exporta principalmente hacia:

- Rosario (30%)
- Buenos Aires (40%)
- El Noreste (Corrientes, Resistencia, Formosa, etc.) (20%)
- Córdoba (10%)

II - Aspecto humano de la comercialización

Ya hemos visto varias veces la separación notable que existe entre los medianos y grandes mayoristas -que son "importadores" de productos de otras zonas o "exportadores" de productos de la zona- y los pequeños (menos de 600 T) que son "revendedores" de productos comprados por los grandes.

Conviene hacer notar que, en lo concerniente a las hortalizas de la zona, los mayoristas compran a productores en el mercado las verduras del grupo acelga y puerro y las demás hortalizas en las quintas.

Asimismo es de hacer notar que a menudo se intercala en el circuito comercial otro elemento entre el mayorista y el minorista, los "rematadores" que actúan como distribuidores a los minoristas de productos que componen a los mayoristas y a veces a los productores.

III - Infraestructura del comercio mayorista

Al hablar de los frigoríficos, que no son adaptados a las necesidades, hemos visto que la infraestructura del abastecimiento comprende principalmente:

- El Mercado de Abasto

- Unos galpones de grandes mayoristas importadores en los cuales los mismos reciben productos que se pueden almacenar, en especial papas y batatas, ajo y cebolla, manzanas, zapallo, que después redistribuyen al Mercado de Abasto.

- Unos galpones de grandes mayoristas exportadores o de grandes quinteros (inclusive la cooperativa) en los cuales se agrupa la producción de la zona previamente a su envío hacia otros centros de consumo.

IV - Envases utilizados

En cuanto a los envases, podemos dar los datos siguientes:

La producción que viene de otras zonas generalmente llega en envases muertos. Las frutas se reciben en cajones, bateas, y especialmente en bolsas y jaulas. Los mayoristas de la zona embalan la fruta en cajones (tipo petiteros) que son de su propiedad.

Las verduras llegan al mercado seleccionadas en las huertas o en los depósitos. Algunas veces vienen atadas en paquetes, o en cajones (lechuga, escarola, espinaca, etc.) que luego se fracciona en lienzos, cajones o bolsas, para ser despachadas en camiones. La modalidad de acuerdo a la verdura y hortaliza es:

acelga: paquetes, atado

achicoria: cajón, lienzo

ají: cajón, bolsa (pocos)

ajo: ristra (simple y doble)

apio: atado (6 unidades)

arveja: cajón , bolsa

batata: bolsa

cebolla de cabeza: bolsa, ristra

cebolla de verdeo: paquetes, atado

coliflor: granel

lechuga: cajón, lienzo

nabo: paquetes, atado

papa: bolsa

pimiento morrón: cajón

rabanito: paquetes, atado

remolacha: paquetes, atado

radicheta: paquetes, atado

radicha: paquetes, atado

repollo: granel

tomates: cajón

zanahoria: paquetes, bolsa

zapallito: cajón, bolsa

zapallo: granel

V - Resumen de las principales cifras relativas a la zona estudiada:

- Consumo anual promedio por persona:

hortalizas	144,6 kg.
frutas	74,0 kg.
	<u>218,6 kg.</u>

- Consumo anual incluyendo pérdidas 63.000 T.

- Reexpediciones del mercado hacia otros centros de consumo 25.000 T.

- Total comercializado en el Mercado (excluyendo reventas entre ma
yoristas del mismo Mercado) 88.000 T.

- Total "reventas falsas" 25.000 T.

Procedencia de la mercadería

zona de producción de Santa Fe	40%
"importaciones"	60%

-Repartición de las llegadas según medio de transporte

camiones	85%
ferrocarril	15%

-Tope diario de vehículos abastecedores

camiones	140
vagones Mitre	6
vagones Belgrano	23

-Tope diario de vehículos desabastecedores 510

-Recordaremos por otra parte a continuación el consumo anual "per
cápita" en esta ciudad y en el mismo cuadro, indicaremos el consumo de
Buenos Aires (encuesta de 1960 de la Dirección Nacional de Censos sobre fami

lias obreras de Buenos Aires) para permitir una comparación.

CUADRO Nro. 26

papas	75,8 kg.	73 kg.
batatas	5,8 kg.	8,9 kg.
subtotal	81,6 kg.	81,9 kg.
zapallo	5,5 kg.	3,1 kg.
zanahoria	4,4 kg.	3,6 kg.
grupo tomates	21,2 kg.	26,4 kg.
ajo y cebolla	8,3 kg.	8,9 kg.
grupo acelgas y puerro	16,6 kg.	22,0 kg.
grupo alcauciles y repollo	7,0 kg.	9,5 kg.
Total verduras	23,8 kg.	31,5 kg.
total hortalizas	144,6 kg.	157,4 kg.
manzanas y peras	21,0 kg.	23,8 kg.
citrus	34,1 kg.	22,4 kg.
bananas	13,0 kg.	6,9 kg.
otras frutas	3,5 kg.	17,0 kg.
Total frutas	74,0 kg.	70,1 kg.
Total General	218,6 kg.	227,5 kg.

- Generalizando y con respecto a las otras ciudades ya estudiadas se

llega a la siguiente conclusión:

- un consumo de verduras a bajo del normal
- un consumo de manzanas " " "
- un consumo de citrus arriba " "
- un consumo de bananas " " "

CAPITULO VII

PROYECTOS

I - Generalidades para la Definición Física de un Mercado Estación

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.

A - "Filosofía" del Mercado - Elección de un tipo de 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 mino

ristas.

Cuáles son las necesidades que surgen de estas dos funciones?

- La función comercial exige un perfecto conocimiento, al instante de la compra, de toda la oferta y toda la demanda. Esta última es desde luego, mucho más constante y constituye un factor externo al mercado, directamente ligado, al número de consumidores sus gustos y costumbres de compra. Es decir que es un elemento que tanto el mayorista como el minorista, que tienen por lo general una buena experiencia del medio, que conocen bastante bien. Al contrario, la oferta es un elemento muy variable, ligada 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 lo

grar que los vehículos, camiones y aún vagones (1) lleguen hasta estos puestos, y también que, una parte por lo menos de los vehículos minoristas, lleguen hasta los dichos puestos.

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 adaptado 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 evolución, es decir compuesto de superestructuras lo menos especializadas po-

(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.

sibles, económicas y fácilmente ensanchables o desarmables.

B - Dos tipos Fundamentales de Mercado. 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., Hallles 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 ancho no muy diferentes, y en el cual están agrupados todos los mayoristas.

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

Cuáles son las ventajas respectivas de estos dos tipos?

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

- El Mercado Lineal, al contrario está perfectamente adaptado a las necesidades concernientes al manipuleo y a la flexibilidad, efectivamente las calles de circulación no son cubiertas, lo que permite reducir el costo de la obra y proveer, para las construcciones, una serie de galpones standards fácilmente transformables. El carácter "lineal" da lugar a mucho más espacio 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 dicha publicidad, se puede reducir considerablemente el inconveniente que trata esta dispersión por agrupaciones de mayoristas (por tipo de productos por ejemplo, poniendo juntos a 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 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 para Mayoristas de Frutas y Hortalizas

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

Primeramente, la mayor parte de los mayoristas tienen que disponer de una vereda para exponer "muestras" de su mercadería (la sola excepción puede estar constituida por los grandes mayoristas que venden productos muy particulares, en general papas y batatas únicamente a otros mayoristas, estos últimos constituyendo clientes fieles, lo que suprime prácticamente la necesidad de la elección del producto, y por consiguiente la exposición del mismo). Esta vereda se encuentra sobre una calle "comercial" en la cual circulan los compradores. El ancho aconsejable de esta vereda pare

ce ser de 6 mts. Efectivamente, esto corresponde a una exposición de alrededor de 400 kg. por metro de vereda en el sentido longitudinal, o sea por un puesto de 4 m. de largo (mayorista mediano, comercializando alrededor de 5 toneladas por día) una exposición de 1,6 T o sea 30% del total comercializado, lo que parece razonable.

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

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

- Aún si no hubiera anden, la disposición "contrafrente contra contrafrente" obligaría a preveer el estacionamiento de los camiones al lado de la vereda de exposición. Si bien es cierto que el aprovisionamiento y el desaproveamiento tienen 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 múltiple.

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

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

Esta superficie está ligada al volumen de mercadería descargada anualmente sobre 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, productos que se presentan en general en bolsas.

El grupo frutas, tomates, morrones, 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 bol-sas 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: $(2,50 \text{ m}^3. \times 250 \text{ kg.} \times \frac{2}{3}) \times \frac{1}{2} \times 300 \text{ días} = 62,5 \text{ Tonel.}$
- Cajones: $(2 \text{ m}^3. \times 240 \text{ kgs} \times \frac{20}{30}) \times \frac{1}{2} \times 300 \text{ días} = 48 \text{ Tonel.}$
- Otros: $(1 \text{ m}^3. \times 150 \text{ kgs.} \times \frac{2}{3}) \times \frac{1}{2} \times 300 \text{ días} = 15 \text{ Tonel.}$

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 la 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 , 20% de frutas en bolsas y 60% en cajones) necesita un m². cada

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

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 -

ja 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 $12 \times 2 \approx 38$ 40 mts., y si se considera el galpón aislado con una calle para 2 x 2 filas camiones, con un ancho de:

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

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

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 puestos 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 reexpedición fuera del

mercado sin permanencia de la mercadería en los puestos.

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

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 minicrista. 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 entrepisos.

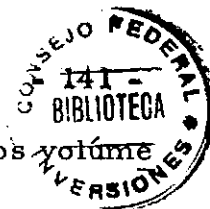
Maduraderos.

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

Hora "H" : Apertura del mercado a los minoristas
 Hora "H" a Hora "H" + 6 : compras y desaproveamiento
 Hora "H" + 6 a Hora "H" + 8 : limpieza
 Hora "H" + 8 a Hora "H" + 22 : entrada de los camiones y vagones abasteced.
 Hora "H" + 20 a Hora "H" + 23 : entrada 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 - Estudio de la eventual construcción de un nuevo Mercado de Abasto en la ciudad de Santa Fe;

Características físicas de la zona de Santa Fe

Santa Fe es una ciudad de costas. Ubicada en un lugar geográficamente apto pero climáticamente inadecuado. Su conformación topográfica

es angosta en el sur, de islas de tierras húmedas y se va ensanchando hacia el norte en extensas llanuras propicias a las tareas agropecuarias.

Las aguas que la rodean corresponden:

- En el noreste a la laguna Setúbal
- En el este al río Santa Fe
- En el sur, al comienzo, al Canelón río de pujante corriente y más adelante, al río Grande o Coronda.
- En el oeste, al río Salado.

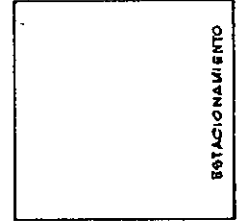
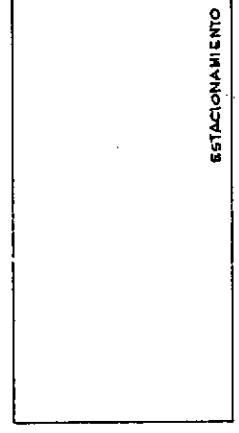
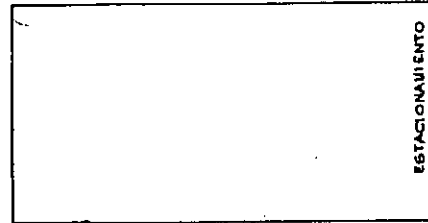
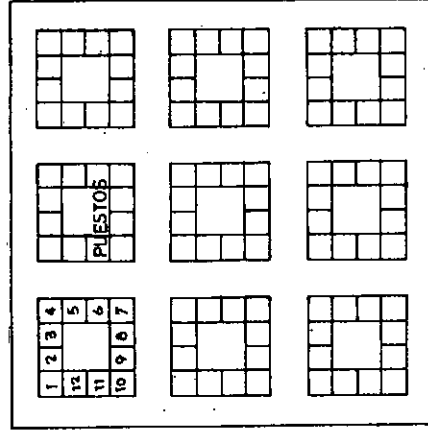
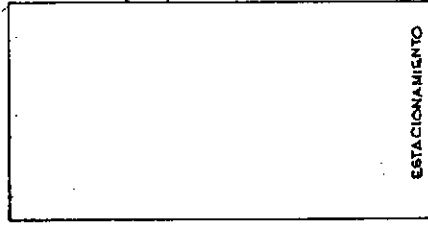
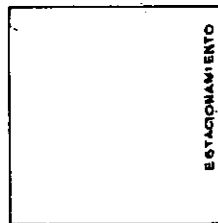
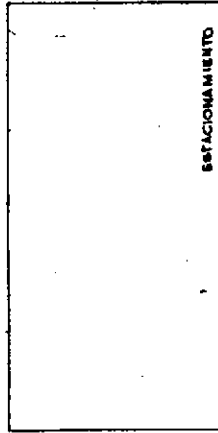
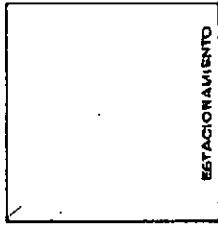
Se señala el lado norte como única puerta abierta.

Muchos kilómetros de costa son el límite natural. La playa de Guadalupe bordea en semicírculo un gran trecho de la ciudad hasta la confluencia con los bañados que cierra el río, cruzado por el puente Colgante. Entonces la costa se vuelve algo empinada, de tierra rojiza y en gran parte las barrancas tienen recubrimiento de cemento para defensa de las crecientes. Después es puerto y más adelante naturaleza viva, con costas verdes por la vegetación isleña, de un lado, y con edificación de ciudad por el otro.

En el sur el río traza una pronunciada curva y su corriente se vuelca en dos bocas que engrosan el caudal del río Salado, límite oeste de la ciudad. Este último muere en las aguas del Paraná luego de atravesar el puente Carretero que une a Santo Tomé y los puentes ferroviarios.

La necesidad de una permanente vinculación con zonas limítrofes, ha determinado la construcción de puentes de todo tipo y distintas aplicaciones. Entre los que están sobre el agua pueden citarse:

ESQUEMA TIPO A



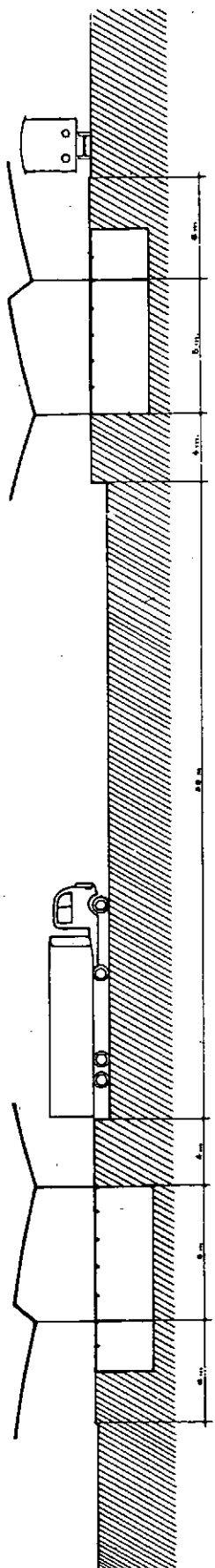
MERCADO TIPO PABELLON

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

Estudio de la:

COMERCIALIZACION DE LOS PRODUCTOS PARA LA ALIMENTACION

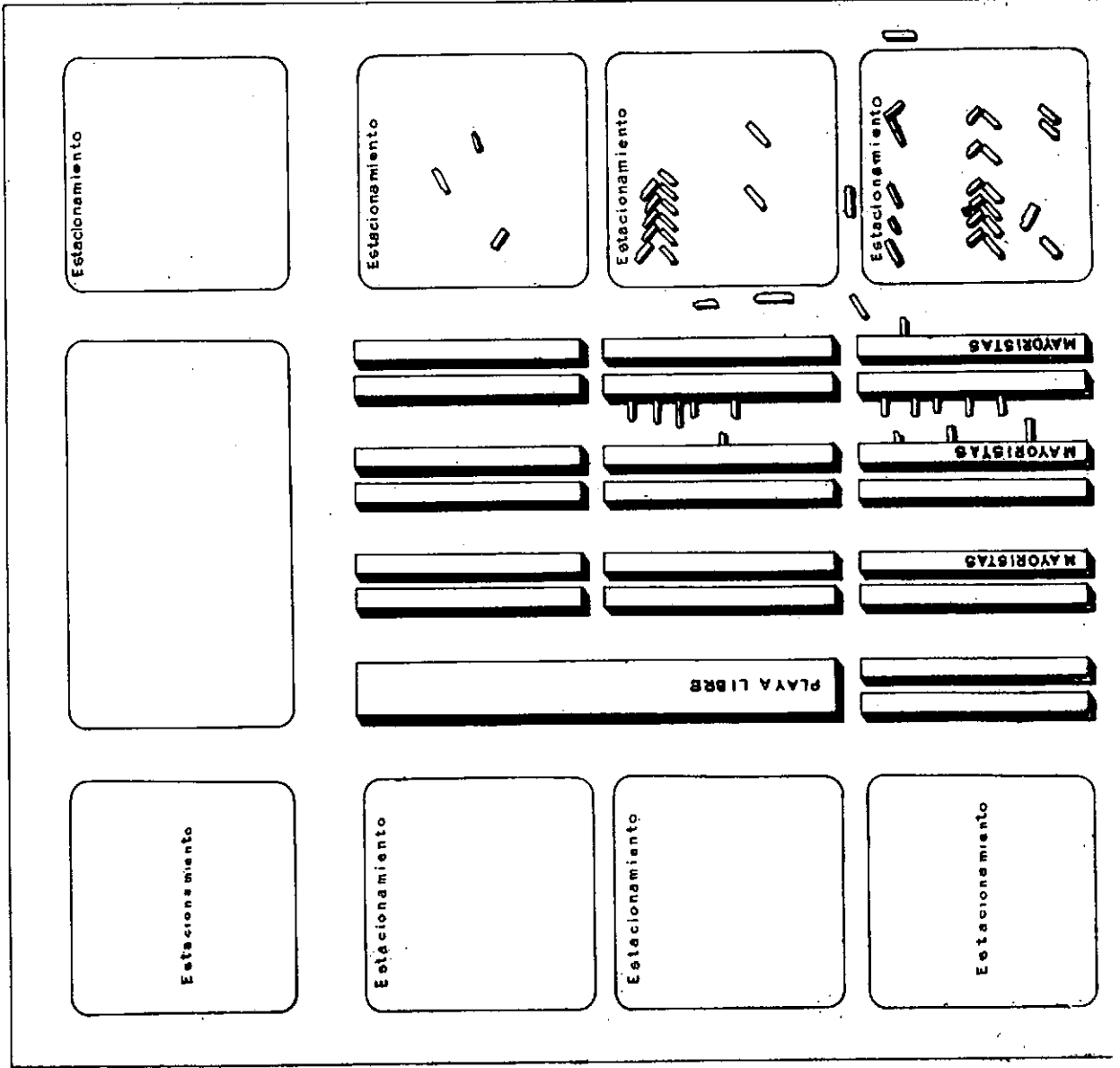
ESQUEMA	PRIMERA ETAPA : Analisis
----------------	---------------------------------



CORTE ESQUEMATICO DE UN GALPON PARA MAYORISTAS

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

ESQUEMA TIPO B



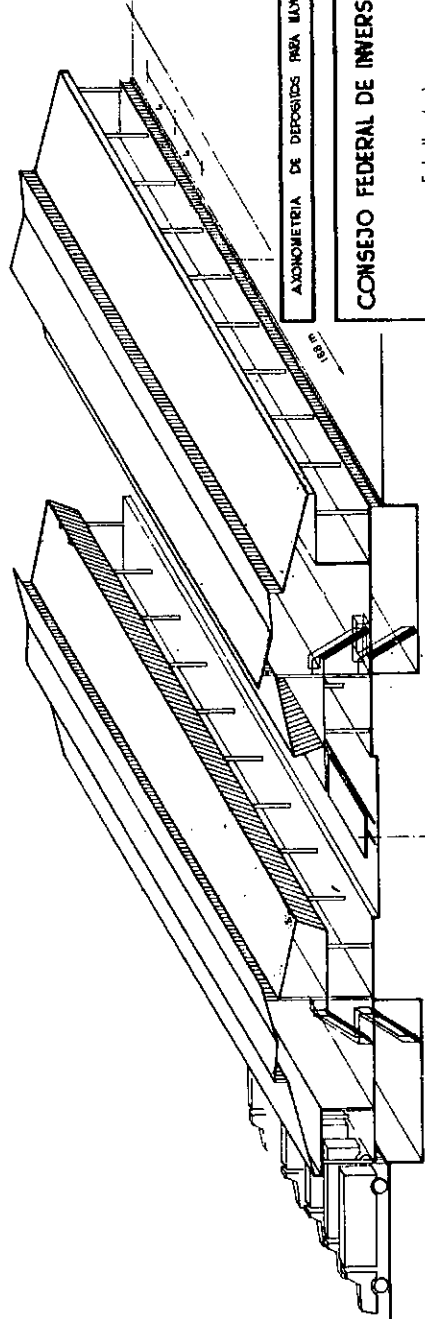
MERCADO TIPO LINEAL

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

Estudio de la:

COMERCIALIZACION DE LOS PRODUCTOS PARA LA ALIMENTACION

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



AXONOMETRIA DE DEPOSITOS PARA ELVORISING

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

Estudio de la:
 COMERCIALIZACION DE LOS PRODUCTOS
 PARA LA ALIMENTACION

ESQUEMA
 PRIMERA ETAPA: Auditoria

- En el este se ubica el puente Colgante, al terminar el Boulevard Gálvez. Este puente cumple doble función: la propia de comunicación y como acueducto, siendo soporte de tuberías para proveer a la ciudad de agua.

En la zona de la costanera, sobre la laguna Setúbal, varios otros puentes ferroviarios y camineros fueron tendidos pero no subsisten.

A corta distancia del parque Oroño se ha completado el puente de madera de 80 metros que une la ciudad con Alto Verde, por la isla Aicardi.

Actualmente hay un proyecto de Vialidad Nacional para construir un puente caminero al sur del Colgante.

- El puente sobre el río Colastiné es una obra de importancia fundamental que se está construyendo para integrar el sistema de comunicaciones con la mesopotamia.

- El túnel subfluvial Santa Fe - Paraná es otra obra a concretarse.

En el Oeste se levanta el puente Carretero que cruza el río Salado como parte de la ruta nacional número 11. Próximo a él y sobre la misma corriente de agua se tienden dos puentes ferroviarios, uno del Mitre y otro del Belgrano.

- En el límite norte del municipio también sobre el río Salado, hay otro puente perteneciente al ferrocarril Belgrano, utilizado para el tramo de línea "a las colonias" del ex - ferrocarril Santa Fe.

Podrían también enumerarse muchos otros puentes de línea a alto nivel del ferrocarril Mitre, pero ellos si bien facilitan la comunica-

ción sus extremos se apoyan en el terraplén que hasta ese entonces era el obstáculo.

En cuanto a las características de su interior, se aprecia que su tierra es chata, baja, soportando sus orillas el embate de las aguas que le dan características variables según las épocas.

Tiene su conformación regularmente plana porque es punta terminal de la gran llanura del sur santafesino. Es puerta marítima por la vía del Paraná, la más mediterránea de Sud América y centro clave de comunicaciones con extensos territorios norteros.

La zona de explotación que ocupa el puerto de ultramar de la ciudad de Santa Fe alcanza a una superficie total de más de un millón de metros.

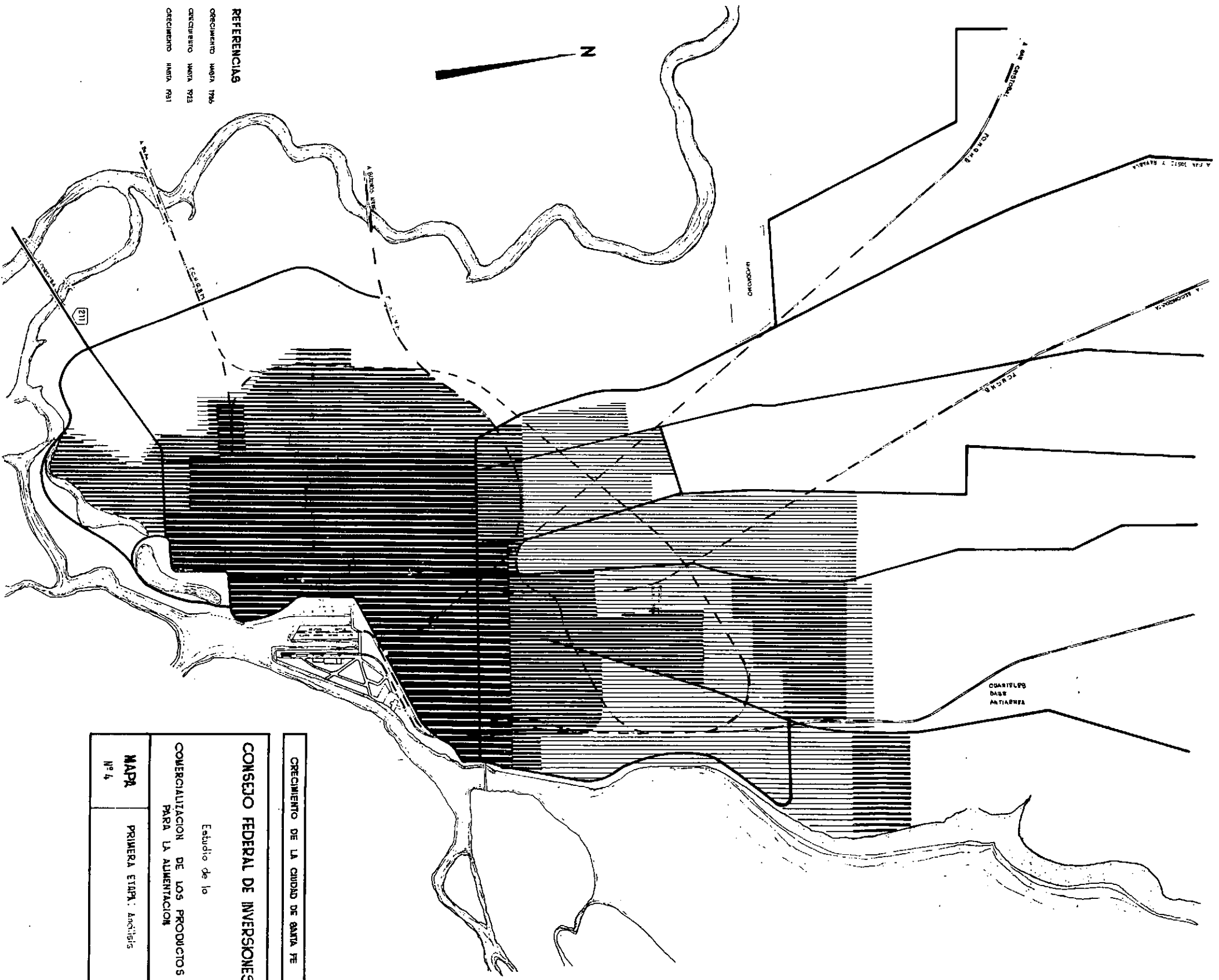
Se acompaña un plano de la ciudad donde se ha marcado el límite de expansión urbana en distintas etapas de su evolución.

Año 1906. La ciudad contaba entonces con 37.122 habitantes. Había dos estaciones ferroviarias, cuya misión actual no es la misma, y eran la del Ferrocarril Buenos Aires (actual Bartolomé Mitre) y la del Ferrocarril Francés (actualmente en demolición). En el plano las mismas se destacan con los N° 1 y 2 respectivamente y con el número 4 la estación de carga del Ferrocarril Francés.

Año 1923. La población ha crecido en un 173% alcanzando a tener la ciudad 101.394 habitantes.

Nacen tres barrios: al sur Centenario y al norte Freyre (actual Villa María Selva) y Guadalupe.

- REFERENCIAS**
- CRECIMIENTO HASTA 1966
 - CRECIMIENTO HASTA 1973
 - CRECIMIENTO HASTA 1991



CRECIMIENTO DE LA CIUDAD DE SANTA FE

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

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

MAPA
 N° 4

PRIMERA ETAPA: Analisis

Hay tres estaciones ferroviarias: Ferrocarril Central Argentino (actual Mitre); Ferrocarril Santa Fe (en demolición) y Ferrocarril Central Norte Argentino (actual Belgrano).

Año 1931. La población totaliza 125.295 habitantes es decir, se registra un incremento del 24% respecto a ocho años antes.

Se han urbanizado las superficies que separaban los barrios Freyre y Guadalupe.

Se instala la Sociedad Rural y el Hipódromo desde el sur se traslada a su actual ubicación.

El acceso a Santo Tomé todavía se efectúa utilizando el puente viejo.

Se ve perfectamente, en este plano la tendencia muy neta de la ciudad a extenderse hacia el Norte, aunque se nota también un pequeño desarrollo hacia el Oeste. Este crecimiento es evidentemente explicable dado las fronteras naturales constituídas por las diversas aguas ya mencionadas.

Económicamente puede considerarse la ciudad en dos grandes sectores, cuya división la determina el Boulevard Gálvez y su continuación Boulevard Pellegrini. Esta división no es ocasional ni arbitraria pues tiene un fundamento histórico y demográfico:

- Al sur de esta línea se ubica la zona centro y más antigua de la ciudad y tres sectores adyacentes, a saber:

- General López hacia la costa, comprendiendo los barrios Centenario y Sur y el parque Manuel Belgrano.

- Avenida Freyre hacia el Sudoeste alcanzando parque Garay, barrio Roma, zona del Regimiento 12 y ferrocarril Mitre.

- Rivadavia al este, tomando barrio Candiotti y zona portuaria, aislado por vías ferroviarias sin paso a nivel.

- Al norte de la misma línea, la continuación demográfica de la ciudad. Comprende varios centros de interés, o sea:

Arteria Avenida General Paz con dos puntos principales: Salvador del Carril (centro comercial) y Javier de la Rosa (zona residencial, veraniega y vivienda de empleados y obreros).

Arteria Avenida Aristóbulo del Valle. La actividad económica de la misma es uniforme en todo su recorrido hasta Avenida Galicia.

En su comienzo, a la altura del 3600 hay un apeadero ferroviario para trenes de pasajeros.

Cuenta con feria dos veces por semana.

En su prolongación, al norte de Avenida Galicia, en zonas de quintas y aproximadamente a la altura del 9000, tiene instalado su depósito la Cooperativa de Quinteros de Santa Fe Ltda.

- Arteria Avenida Facundo Zuviría. Tiene dos sectores bien delimitados:

Cuatro vías y un radio de influencia de cinco cuadras al norte, es zona comercial. Está instalada la feria más importante de la ciudad.

Desde allí al norte, empalmando con la carretera Simón de Iriondo hasta Don Bosco, ensamblando con Estanislao Zeballos hasta Blas Parera, es zo-

na de radicación de establecimientos industriales, preferentemente metalúrgicos.

- Arterias: Avenida López y Planes, Fray Cayetano Rodríguez y Blas Parera. La primera es zona de gran crecimiento comercial con una sucursal bancaria, característica que conserva hasta ensamblar con la segunda y que pierde al llegar al Cementerio.

Más adelante se ubica la instalación de una cervecería y sigue una zona inactiva comercialmente (la del hipódromo).

Se concreta un incipiente movimiento comercial en la Curva Roce (Blás Parera y Estanislao Zeballos), terminal de dos líneas de colectivos, ferias y a pocas cuadras, un reciente mercadito particular.

A todo lo largo de Blás Parera, que a su vez es ruta de salida al norte, hay comercios y restaurantes, siendo futuro centro de concentración la parte donde está instalado el Liceo Militar.

Conviene observar que Santa Fe no cuenta en el orden provincial y Municipal con plan orgánico urbanístico, económico y de expansión. El crecimiento de la misma ha sido espontáneo y natural, interviniendo factores como la creación de nuevas industrias, el loteo barato, etc.

A excepción de la parte antigua de la ciudad, el resto carece de sistema de obras sanitarias en general.

Hay una deficiente conformación en el trazado de las calles y contribuye a este mal el cruce de las vías del ferrocarril con numerosos pasos a nivel. Es de hacer notar sobre este punto que EFEA ha proyectado alejar del centro de la ciudad todas las vías férreas, ubicando las estaciou

nes en la frontera del radio urbano.

Otro factor de freno a la expansión de Santa Fe es la presencia de seis curvas ubicadas en distintos puestos del sector norte.

III - Mercado-estación Mayorista de Santa Fe

A - Elección del lugar

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

1) Estar fuera del perímetro urbano formado por el núcleo estudiado durante el plazo de amortización del Mercado (15 a 20 años).

2) Estar al lado de una ruta importante conectada con la red de caminos por los cuales la mercadería llegaría al centro consumidor o se despacharía hacia los comercios minoristas de la misma.

3) Estar cerca de la o las vías ferreas más importantes (en nuestro caso el ferrocarril Mitre y Belgrano, de manera de permitir la creación de un empalme férreo hacia el mercado.

4) Si es posible que esté ubicado cerca del centro de gravedad 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 minoristas.

5) Permitir una llegada fácil a los quinteros del cinturón verde.

6) Tener posibilidades de suministrar electricidad y agua potable, teléfono y evacuación de aguas servidas y de las de lluvia.

Hay entonces que evitar de ubicarse al Norte de la ciudad, eje de desarrollo privilegiado de la ciudad. Lo ideal sería elegir un lugar situado al lado de un obstáculo natural, es decir, en el caso de Santa Fe, una extensión de agua.

El lado Este no puede convenir, ya que no hay terrenos. Solos quedan al oeste y al sud.

La mayor parte del oeste tiene también que ser descartada, porque son terrenos reservados a las instalaciones vinculadas al canal del Río Bermejo. Quedan solamente en definitiva la zona norte-noroeste o la zona sudoeste.

La primera está mejor ubicada con respecto al centro de gravedad de la población abastecida y más cerca de los quinteros de la zona norte.

La segunda está mejor ubicada con respecto a la llegada de mercancías de otros centros de producción, a la salida de los productos de la zona hacia otros centros consumidores, y también del punto de vista ferrocarriles. Es ella que elegiremos y más precisamente el terreno indicado sobre el plano adjunto. El único inconveniente que presenta, efectivamente es en definitiva poco importante. Alarga de 4 km., distancia pequeña, el recorrido de los quinteros del Norte. Sin embargo, queremos subrayar que dicha ubicación está simplemente dada a título de ejemplo y que convendría estudiar el problema un poco más en detalle.

Es de hacer notar que es un terreno conquistado a las aguas, dado que se trata de un bajo recién rellenado. Se presentarán sin duda problemas de

cimientos.

B - Dimensionamiento de los distintos elementos del Mercado

Suponemos, como hipótesis básica, que el Mercado se amortiza en 17 años, o sea en 1980. Conviene en consecuencia dimensionarlo para esta fecha. Es evidente que no se puede decir nada seguro sobre la evolución de los dos tipos de comercio, el mayorista y el minorista, durante este plazo; evolución que condiciona en particular el número futuro de mayoristas y minoristas y como consecuencia el número de camiones abastecedores y desabastecedores.

Para simplificar nuestra tarea, supondremos simplemente que hecho el dimensionamiento en 1964, con los datos que tenemos, obtendremos el dimensionamiento necesario en 1980, multiplicando las dimensiones de 1963 por el coeficiente de crecimiento de la población abastecida de 63 a 80, o sea:

$$\frac{377.672}{302.351} \approx 1,27$$

Sin embargo, para los ferrocarriles y dado la procedencia de la mercadería, supondremos que, en 1980, 25 % de ella llegará por vagones.

1 - Galpones mayoristas y playa libre

Pensamos que conviene ubicar en forma diferente a los pequeños mayoristas, a los medianos y a los grandes. Proponemos ubicar los primeros en la playa libre, con los quinteros, pero con puestos fijos. Para hacer nues-

tros cálculos, partiremos de las categorías definidas en la encuesta mayorista, tomando los volúmenes de comercialización reales, es decir, suponiendo que las reventas entre mayoristas desaparezcan. No tomaremos en cuenta, en este momento, la posibilidad de hacer funcionar el Mercado de Santa Fe, también como expedidor hacia otros centros de todos los productos de la zona. Nos limitaremos a encarar el tonelaje actualmente redespachado en esta condición (25.000 T).

Las cifras de comercialización al metro cuadrado son los indicados en el capítulo "Generalidades para la definición física de un Mercado Estación" o sea:

34,7 T/m². para el grupo M_{HE}

18,0 T/m². para el grupo M_{HG}

24,6 T/m². para el grupo M_F y dos cuatro grupos M_M

Esto nos da:

Grupo M_{HG}

a) Playa libre	<u>2000 T o sea</u>	<u>2000 x 1,27</u>	~	150 m ²
		18		
b) Galpones	<u>2300 T o sea</u>	<u>2300 x 1,27</u>	~	200 m ²
		18		

Grupo M_{HE}

a) Playa libre	<u>1000 T o sea</u>	<u>1000 x 1,27</u>	~	50 m ²
		34,7		
b) Galpones	<u>28000 T o sea</u>	<u>28000 x 1,27</u>	~	1300 m ²
		34,7		

Grupo M_F

a) Playa libre	<u>5000 T o sea</u>	<u>5000 x 1,27</u>	~	300 m ²
		24,6		

b) Galpones $\frac{14000 \text{ T o sea } 14000 \times 1,27}{24,6} \sim 1000 \text{ m}^2$

Grupo M_M

a) Playa libre $\frac{5000 \text{ T o sea } 5000 \times 1,27}{24,6} \sim 300 \text{ m}^2$

b) Galpones $\frac{22000 \text{ T o sea } 22000 \times 1,27}{24,6} \sim 1500 \text{ m}^2$

Hay por otra parte que tener en cuenta las 13.000 T comercializadas por quinteros o sea:

$\frac{13.000 \text{ toneladas}}{20} = 650 \text{ m}^2 \text{ de playa libre}$

En total llegamos a:

Playa libre

1500 m²

Galpones frutas y hortalizas

4000 m²

2 - Playas de estacionamiento de vehículos

Con 510 vehículos de minoristas en 1963, necesitamos un total de:

$510 \times 1,27 \times 75 \text{ m}^2 \sim 50.000 \text{ m}^2$

3 - Ferrocarriles

Teniendo en cuenta que, como explicamos, el ferrocarril puede desarrollar más que el ritmo previsto, tenemos las llegadas pico de vagones en 1980:

Belgrano $\frac{29}{13} \times \frac{10}{15} \times 1,27 \times \frac{25}{15} \sim 50 \text{ vagones}$

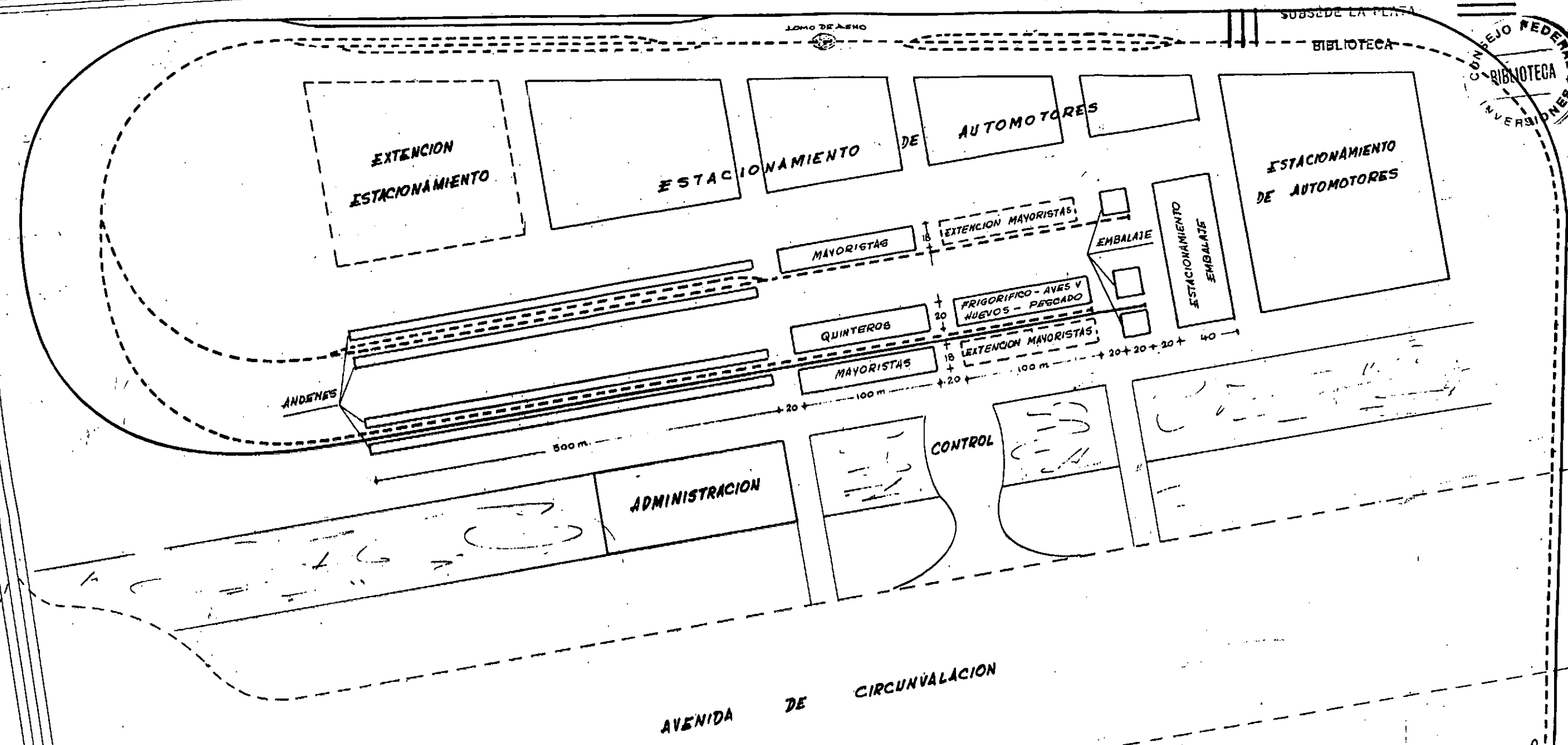
Mitre $29 \times \frac{3}{13} \times 1,27 \times \frac{25}{15} \sim 15 \text{ vagones}$

o sea:

1,40 x 50 x 12
1,40 x 15 x 12

850 metros de vías para el Belgrano
250 metros de vías para el Mitre

y un largo más o menos idéntico para los andenes camiones vagones.



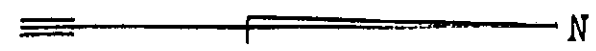
ESQUEMA DEL MERCADO ESTACION DE SANTA FE

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

Estudio de la:

COMERCIALIZACION DE LOS PRODUCTOS PARA LA ALIMENTACION

MAPA	PRIMERA ETAPA: Analisis
------	-------------------------



F.C.C. BELGRANO
F.C.C. B. MITRE

ANEXO

PRECIOS PROMEDIOS MENSUALES MAXIMOS Y MINIMOS

Para dar una semblanza de las cotizaciones registradas, hemos elaborado promedios mensuales (máximo y mínimo) de los precios mayoristas abonados en el Mercado de Abasto y los Minoristas que el público ha hecho efectivos al adquirir los productos en ferias.

Las tabulaciones que se agregan corresponden a los únicos antecedentes más recientes que disponían las oficinas municipales.

(continuación)

Concepto	Unidad Medida	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Melones	Docena	115	130	150	180	-	-	-	-	-	-	-	125 185
Melones	Jl.	165	190	125	155	130	165	320	390	125	275	-	175 245
Naranjas Vitto C	CO.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	230 295 315 360
Nar.tipo brasil.	100 U.	110	135	100	120	-	-	-	-	-	100	150	85 175 80 180
Nar.tipo brasil.	CO.	355	370	375	395	-	-	-	-	-	-	-	-
Naranjas Rodeles CO.	CO.	-	-	-	-	-	90	110	75	100	85	115	150 165 190 190
Naranjas comun. CO.	CO.	210	225	-	-	-	40	65	45	75	55	95	70 125 105 155
Nar.correntinas 100 U.	CO.	-	200	225	90	110	75	110	65	95	80	100	70 130 110 150 125 175 145 170
Nar.misioneras 100 U.	CO.	-	105	120	95	105	-	-	-	-	-	-	-
Nar.Leghinton CO.	CO.	255	330	202	220	-	-	-	-	-	-	-	-
Nar.de ombiligo CO.	CO.	-	-	-	-	-	-	-	-	140	175	-	-
Nar.de ombiligo Bdja.	Bdja.	-	-	-	-	-	-	-	-	150	290	-	-
Nar.de ombiligo 100 U.	100 U.	-	-	-	-	160	180	100	180	110	165	110	140 115 160
Peras	CO.	230	280	340	280	265	350	300	345	205	350	340	350 340 350 410 400
Peras	Bdja.	250	300	260	300	-	-	290	300	-	-	-	-
Peras	CA.	165	175	-	-	-	-	170	180	170	180	-	400 435
Peras	Jl.	255	290	260	300	305	370	320	-	255	280	-	160 190
Pomelos	100 U.	360	440	320	380	210	270	165	220	100	170	80	150 70 170 70 195 105 265 225 425 575 700 750 800
Pomelos	CO.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	250 265
Pomelos	Jl.	-	-	-	-	220	240	-	-	-	-	-	-
Sandias	Docena	95	170	60	120	195	230	180	200	-	-	-	190 320
Quinetos (Kancun) Kg.	kg.	-	-	-	-	-	-	-	-	6	7	8	-
Uvas blancas	Bdja.	-	-	-	-	-	-	315	340	315	340	-	-
Uvas moscatel	CO.	310	330	240	295	260	280	-	-	-	-	-	-
Uvas moscatel	CA.	-	-	-	-	120	140	-	-	-	-	-	-
Uvas moscatel	Bdja.	260	290	230	270	260	285	280	320	390	410	-	-
Uvas rosada	Bdja.	-	300	-	215	275	-	290	320	330	340	-	-
Uvas rosada	CO.	-	270	290	290	320	375	390	-	-	-	-	-
Uvas negras	Bdja.	280	305	230	290	255	265	250	310	345	370	-	-
Uvas negras	CA.	-	140	150	-	-	-	-	250	-	-	-	-
Uvas negras	CO.	320	350	275	330	300	320	320	360	430	430	-	-
Uvas pistingallo	CA.	-	-	-	-	-	-	130	150	190	200	180	200
Uvas pistingallo	CO.	-	-	-	-	-	-	270	280	-	-	-	-
Uvas pistingallo	Bdja.	-	-	-	-	-	-	280	290	300	335	190	215

CUADRO Nro. 29

Mercado de Abasto

Promedios mensuales de precios

Año 1963

Concepto	Unidad Medida	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre
Acelga	12 Ptes.	80	115	40	60	70	45	70	45	50
Achicoria	CO.	30	35	25	35	40	60	60	30	35
Achicoria	12 Ptes.	30	40	25	30	30	50	20	30	35
Ajo	RI.	60	225	40	257	80	310	70	300	170
Aucañil	Docena	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Apio 12 Ptes.	12 Ptes.	50	80	55	110	40	120	45	135	140
Arvejas	10 Kg.	130	150	-	200	210	240	160	200	180
Batata	BO.	150	250	270	150	180	200	230	180	250
Berenjena	Docena	25	80	15	30	16	40	30	40	40
Brócoli	12 Ptes.	-	-	80	85	70	-	80	100	50
Cardo	Planta	-	-	-	-	-	20	30	-	30
Cebollas	BO.	220	300	240	305	300	320	280	310	280
Cebollas	10 Kg.	60	70	80	65	70	70	80	80	75
Cebolla	RI	30	60	35	60	30	60	19	30	30
Cebolla de verdeo	Pte.	-	-	16	20	15	20	15	20	15
Coliflor	Docena	-	-	-	-	-	130	140	120	145
Chaucho	10 Kg.	180	200	190	230	130	170	110	140	130
Choclos	100 U.	70	100	80	120	100	150	100	160	130
Escarola	CO.	60	70	30	60	-	-	-	-	-
Espinaca	12 Ptes.	70	80	45	56	45	50	70	80	60
Hinojo	12 Ptes.	-	-	-	-	-	40	50	30	35
Lechuga	CO.	70	120	60	70	70	80	150	170	60
Nabo	Pte.	13	14	13	15	10	12	10	15	8
Papa Mar del Plata	10 Kg.	80	90	70	80	60	65	65	70	80
Papa Rosario	10 Kg.	70	80	75	85	55	65	55	-	75
Papa Santa Fe	10 Kg.	80	100	-	-	-	-	-	-	85
Papa Córdoba	10 Kg.	80	90	-	-	-	-	-	-	90
Papa Mendoza	10 Kg.	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Papa Bélgica	10 Kg.	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Pepinos	Docena	20	25	30	25	30	15	25	20	20
Perejil	12 Ptes.	70	100	90	130	90	120	90	120	80
Pimientos	100 U.	50	120	40	120	40	130	50	140	80
Pimientos morrones	100 U.	150	200	160	230	160	180	190	250	260
Porotos	10 Kg.	-	130	150	170	160	190	-	-	390
Puerro	Pte.	10	15	10	15	10	15	15	20	20
Rabanito	12 Ptes.	40	50	40	60	40	60	40	35	50
Radicha	Pte.	7	10	7	9	7	9	7	9	10
Remolacha	Pte.	20	25	20	30	15	35	15	20	15
Repollo	Docena	50	80	45	75	45	100	40	100	30
Tomate Jujuy	CO.	-	-	-	-	-	300	400	250	290
Tomate Santa Fe	CO.	150	250	210	230	-	-	-	-	-
Tomate La Plata	CO.	160	190	220	260	-	-	-	-	-
Tomate La Rioja	CO.	150	170	220	300	200	240	-	-	230
Tomate San Juan	CO.	210	260	200	260	170	240	-	-	300
Tomate Mendoza	CO.	250	290	269	350	230	310	-	-	-
Tomate Río Negro y Salta	CO.	-	290	430	240	290	210	320	240	500

Concepto	Unidad Medida	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre			
Zanahoria	BO.	210	220	235	280	310	360	270	340	250	270	200	220
Zapallito	Docena	5	10	15	15	10	15	6	10	15	20	15	25
Zapallo	Kg.	5	7	5	7	5	7	5	7	5	7	6	9
Ananá brasileño	CO.	450	480	330	400	320	400	-	-	-	-	600	650
Ananá paraguayo	CO.	190	250	260	310	260	300	-	-	-	-	-	-
Banana	Docena	18	20	15	18	13	15	15	17	15	20	15	25
Banana	CO.	330	370	290	310	280	320	300	320	315	350	360	400
Cerezas	CA.	-	160	220	240	270	-	-	-	-	-	-	-
Ciruela	CO.	250	300	250	300	-	200	210	-	-	-	-	-
Ciruela	GA.	160	230	160	220	190	200	-	-	-	-	-	-
Coco	c/u.	14	16	12	14	-	-	-	-	-	-	-	-
Damasco	CO.	180	220	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Damasco	Bat'á	210	250	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Durazno	CA.	200	250	200	260	250	310	380	400	-	-	-	-
Durazno	CO.	280	390	330	430	345	400	-	-	-	-	-	-
Fruítilla	Kg.	50	55	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Limón	100 U.	230	350	150	260	120	230	80	140	70	130	60	110
Mandarina	CO.	-	-	-	-	120	290	100	230	70	200	90	240
Manzana deliciosa	CO.	250	270	270	280	220	250	240	280	260	290	260	360
Manzana redeliciosa	Jl.	-	290	340	320	370	340	390	320	340	380	330	380
Manzana redeliciosa	CO.	260	280	310	370	240	270	290	340	300	330	320	340
Manzana redelc. exp.	CO.	300	310	400	420	-	-	-	-	-	-	300	310
Manzana varias	Jl.	-	-	-	-	240	290	-	-	-	-	260	290
Manzana varias	CO.	200	230	180	240	160	240	190	260	220	270	220	290
Manzana	BO.	-	-	280	330	210	260	210	260	-	-	-	-
Manzana	Jl.	230	270	300	360	260	290	300	330	320	380	-	-
Melón	Docena	120	140	160	180	-	90	120	-	-	-	-	-
Naranja brasileñas	100 U.	110	140	110	130	-	-	-	-	-	-	-	-
Naranjas comunes	CO.	-	-	-	-	-	-	100	120	80	100	80	110
Naranja correntina	CO.	-	-	-	-	-	-	60	80	50	70	50	70
Naranja misionera	100 U.	260	370	100	120	100	110	60	100	60	90	60	90
Naranja ombiligo	CO.	-	-	110	130	100	110	-	-	-	-	-	-
Naranja ombiligo	CO.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	150	190
Pera	100 U.	-	-	-	-	-	-	110	190	120	170	120	160
Pera	CO.	240	280	250	290	-	300	350	340	300	330	350	360
Pera	Bdja.	250	300	270	300	-	290	300	340	-	-	-	-
Pera	CA.	170	180	-	-	180	190	180	190	-	-	-	-
Pomelo	100 U.	370	460	330	390	230	-	180	240	120	190	90	150
Pomelo	Jl.	-	-	230	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Sandía	Docena	100	180	70	140	200	-	190	220	-	-	-	-
Kinoto (Kuncua)	Kg.	320	340	250	300	-	-	7	9	7	9	7	10
Uva moscatel	CO.	-	-	270	290	-	-	-	-	-	-	-	-
Uva moscatel	CA.	-	-	120	150	-	-	-	-	-	-	-	-
Uva rosada	Bdja.	-	-	320	330	300	320	240	360	-	-	-	-
Uva rosada	CO.	-	-	290	290	220	290	380	390	-	-	-	-
Uva negra	Bdja.	290	320	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Uva negra	CA.	-	-	150	180	-	-	-	-	-	-	-	-
Uva pisingallo	CO.	320	360	280	340	300	330	350	390	400	450	-	-
Uva pisingallo	CA.	-	-	-	-	140	190	190	210	190	220	-	-
Uva pisingallo	CO.	-	-	-	-	270	295	-	-	-	-	-	-
Uva pisingallo	Bdja.	-	-	-	-	300	320	300	340	250	270	-	-
Uva blanca	Bdja.	-	-	-	-	-	-	320	390	315	170	-	-

CUADRO Nro. 30

Ferías francas

Promedios mensuales máximos y mínimos de precios minoristas

AÑO 1962

Concepto	Unidad medida	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre				
Acelga	Pte.	3,60	4,90	6,00	5,60	6,85	4,20	5,30	4,70	5,70
Achicoria.	Pte.	3,10	3,90	4,20	2,90	4,00	4,00	4,00	3,00	4,00
Ajo	c/u.	4,85	-	10,00	3,30	5,00	3,30	2,50	5,00	3,30
Apio	c/u.	3,30	6,40	7,00	4,20	7,10	-	-	-	-
Arvejas	Kg.	16,60	20,90	11,15	14,25	10,50	-	-	-	19,00
Batata	Kg.	9,00	10,00	14,65	16,55	-	-	-	-	-
Brócoli	Pte.	4,15	6,00	4,50	7,10	8,00	6,00	8,00	7,50	6,00
Cebollas en bolsa	Kg.	10,60	12,50	16,00	19,70	17,35	15,00	17,35	1,00	9,90
Cebolla de verdeo	c/u.	0,65	1,40	1,00	2,00	2,00	1,00	2,00	12,75	11,70
Chauchas	Kg.	-	-	-	-	-	-	-	2,50	2,50
Choclos	c/u.	-	-	-	-	-	-	-	3,30	3,30
Espárragos.	Pte.	-	-	12,00	17,60	20,10	17,60	17,60	20,00	20,00
Espinaca criolla	Kg.	8,35	10,65	14,30	17,40	12,00	10,00	10,00	12,00	12,00
Espinaca francesa	Pte.	4,00	-	5,00	6,00	6,00	6,00	5,00	6,00	6,00
Habas	Kg.	-	-	10,00	12,00	10,60	8,10	10,60	7,00	10,00
Hinojos	c/u.	2,90	3,75	3,00	4,00	4,00	3,10	4,00	3,00	4,00
Lechuga	Kg.	11,50	11,65	10,00	15,00	12,00	10,00	12,00	11,10	12,55
Nabos	c/u.	0,50	1,00	0,60	1,30	2,00	1,00	2,00	1,00	2,00
Papas	Kg.	16,15	18,25	21,65	23,05	25,90	24,00	25,90	10,90	13,40
Pimientos	c/u.	1,30	4,40	2,10	5,00	2,50	-	2,50	3,30	3,30
Puerro	c/u.	0,90	1,40	1,00	2,00	2,00	1,00	2,00	1,00	1,00
Rabanitos	Pte.	3,25	4,25	4,25	5,00	5,00	4,00	4,00	4,00	5,00
Radicha	c/u.	0,70	1,05	1,00	1,50	2,00	1,00	1,50	2,00	2,00
Remolacha	c/u.	0,80	1,70	1,50	2,00	2,00	1,50	2,00	1,50	2,00
Repollos	c/u.	3,15	5,55	4,00	6,00	6,00	4,00	4,00	6,00	6,00
Tomates	Kg.	7,35	12,25	16,00	21,60	27,50	19,05	27,50	10,55	22,00
Zanahorias	c/u.	0,60	1,80	1,00	2,00	2,00	1,00	2,00	2,00	2,00
Zapallo	Kg.	7,40	9,35	12,00	15,00	15,00	12,00	15,00	12,00	15,00
Ananás	c/u.	-	-	-	35,00	-	-	-	30,00	35,00
Bananas	Docena	15,00	22,00	19,60	23,10	23,50	18,90	23,50	10,35	19,40
Damascos	Kg.	-	-	-	-	-	-	-	20,00	36,00
Duraznos	Kg.	-	-	-	-	-	-	-	14,80	22,10
Frutilla	Kg.	-	-	-	-	-	45,00	60,00	50,00	60,00
Limones	Kg.	0,50	1,50	0,50	2,00	2,00	0,50	2,00	2,00	2,00
Mandarinas	c/u.	0,30	0,50	0,20	0,60	1,00	-	-	-	-
Manzanas redeliciosas	Kg.	15,00	16,10	16,70	19,40	20,00	18,00	20,00	18,00	26,35
Manzanas Romey	Kg.	10,80	13,15	14,40	15,60	16,00	15,00	16,00	15,00	17,00
Naranjas	Kg.	0,30	1,00	0,50	1,25	1,65	0,40	1,65	0,50	1,70
Pomelos	c/u.	1,80	2,50	1,50	2,50	2,50	1,00	2,50	1,50	5,00



Concepto	Unidad Medida	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre
Aceña	Pte.	6,70 10,85,	6,40 9,80	3,35 6,50	2,40 3,10	3,20 4,35	3,50 4,60	4,30 5,60	6,10 7,35
Achicoria	Pte.	4,05 5,40	3,20 4,35	2,65 3,70	2,15 3,10	2,40 3,40	2,50 3,50	2,80 3,80	3,50 5,50
Ajo	c/u.	3,00 7,50	3,00 5,00	2,50 5,00	2,95 7,00	4,00 8,00	3,00 8,00	3,00 8,00	3,00 8,00
Apio	c/u.	-	-	6,50 8,40	4,40 9,00	4,70 9,45	5,00 8,00	4,20 6,60	6,00 13,70
Arvejas	Kg.	-	12,00 20,00	12,60 16,20	13,00 17,35	20,60 24,00	20,00 22,00	15,60 22,00	17,70 22,00
Batata	Kg.	9,70 10,85	7,90 10,00	7,40 9,45	6,45 7,55	6,15 7,45	7,00 9,00	7,00 9,00	7,00 10,00
Brócoli	Pte.	-	7,40 9,15	6,35 9,10	7,30 9,15	7,85 8,65	6,75 8,35	-	-
Cebolla en bolsa	Kg.	6,35 7,85	7,40 9,15	7,90 9,80	9,75 11,75	11,90 15,15	12,90 15,50	20,20 24,40	18,70 21,35
Cebolla de verdeo	c/u.	0,50 1,00	0,95 1,95	0,50 2,00	1,25 -	1,25 -	1,25 -	1,25 -	1,25 -
Coliflor	c/u.	-	-	7,40 11,15	5,45 8,45	-	-	-	-
Chaucho	Kg.	12,55 18,55	13,25 17,90	10,15 14,80	-	20,00 -	-	-	-
Choclo	c/u.	1,75 2,50	1,35 2,30	1,00 2,00	-	-	-	-	-
Espinaca criolla	Kg.	10,70 13,50	14,25 19,25	9,60 11,60	9,00 11,35	10,00 12,00	10,60 12,60	15,20 17,00	-
Espinaca francesa	Kg.	8,50 10,00	6,85 8,05	5,65 7,30	3,00 3,50	6,00 -	6,00 -	3,35 4,00	8,00 -
Hinojo	c/u.	-	-	-	8,85 11,60	8,00 11,60	2,90 3,50	8,00 10,00	3,50 4,00
Lechuga	1/4 Kg.	7,50 11,50	10,00 12,05	6,20 6,85	8,85 11,60	8,00 11,60	8,00 10,00	5,00 -	5,00 -
Nabo	c/u.	-	1,00 2,00	1,00 2,30	0,80 -	0,80 -	0,80 -	0,80 -	0,80 -
Papas	Kg.	9,85 11,25	9,60 10,60	8,15 9,30	10,80 11,85	12,00 13,10	11,85 14,40	11,50 16,00	15,70 18,50
Pepino	c/u.	2,25 3,00	2,60 3,60	2,20 3,20	-	-	-	-	-
Pimiento	c/u.	0,60 -	0,60 -	0,75 -	0,60 -	0,60 -	0,60 1,20	0,60 1,25	0,60 -
Pimiento morrón	c/u.	-	-	-	1,65 3,30	1,65 4,50	3,00 4,30	3,30 6,65	-
Puerro	c/u.	0,50 2,00	1,50 2,00	1,85 2,50	1,25 -	1,25 -	1,25 -	1,25 -	1,25 -
Rabanito	Pte.	5,35 5,70	4,20 5,20	-	4,20 4,85	4,00 5,00	4,20 5,40	6,60 7,00	6,70 8,00
Radicha	c/u.	1,50 2,00	1,85 2,00	1,00 2,00	1,00 -	1,00 -	1,00 -	1,00 -	1,00 -
Remolacha	c/u.	1,80 2,80	1,95 2,00	1,30 2,60	1,65 -	1,65 -	1,65 -	1,65 -	1,65 -
Repollo	c/u.	-	7,90 13,25	5,90 10,45	3,40 6,00	4,25 7,35	3,00 6,00	3,00 5,20	8,00 13,00
Tomates	Kg.	9,50 15,00	14,75 21,90	20,00 26,50	12,00 20,65	11,90 18,40	19,10 26,10	24,40 30,00	18,00 33,35
Zanahoria	c/u.	1,10 2,50	1,50 3,00	1,65 3,45	1,65 -	1,65 -	1,65 -	1,65 -	1,65 -
Zapallito	c/u.	0,50 1,00	1,35 1,50	1,15 1,50	1,15 -	1,65 -	1,65 -	1,65 -	1,65 -
Zapallo	Kg.	10,00 -	10,00 12,00	8,55 10,60	5,00 5,85	5,00 6,70	5,00 -	5,00 -	5,00 -
Limones	c/u.	1,00 2,00	1,00 2,00	1,00 2,00	0,50 1,50	0,50 1,50	0,50 1,50	0,50 1,50	0,50 1,50
Bananas	Docena	15,30 24,30	20,40 29,30	20,85 25,35	11,80 22,50	12,15 23,00	13,50 22,00	13,20 22,00	15,00 22,00
Duraznos	Kg.	20,00 24,00	20,00 25,00	-	-	-	-	-	-
Mandarinas	c/u.	-	-	1,00 -	0,65 -	0,65 -	0,65 -	1,00 -	1,00 -
Manzanas redelc.	Kg.	11,00 17,85	15,80 25,00	20,00 25,20	18,50 21,80	19,35 23,20	18,90 22,00	20,80 22,80	20,00 22,00
Manzanas Romey	Kg.	-	12,20 14,85	14,30 15,35	15,40 16,95	17,00 18,25	18,00 19,00	18,00 19,00	17,35 18,35
Naranjas	c/u.	1,25 -	1,25 2,00	1,25 -	1,25 -	0,65 -	0,65 -	1,25 -	1,25 -
Peras	Kg.	16,30 24,00	15,30 21,60	18,15 25,40	-	-	-	-	-
Pomelos	c/u.	-	3,00 4,00	4,00 4,00	-	-	-	-	-
Uvas moscatel	Kg.	16,35 18,65	18,70 19,75	18,00 24,00	-	-	-	-	-
Uvas Negras	Kg.	12,40 16,30	15,20 18,30	20,50 25,75	-	-	-	-	-