

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

06002
CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

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

ANALISIS

SEGUNDA PARTE

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

TOMO 18

CIUDAD DE MAR DEL PLATA

1964

El presente tomo ha sido preparado por el Equipo "Estudio de la Comercialización de los Productos para la Alimentación", bajo la Coor
dinación del Ingeniero Jean HASDENTEUFEL y la Co-Dirección del In
geniero 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 Co -
operación Técnica del Gobierno Francés.

INDICE GENERAL

DEL TOMO 18

Página

CAPITULO I

INTRODUCCION

- | | | |
|----|--|---|
| I. | Objeto del Estudio. Metodología Empleada | 1 |
|----|--|---|

CAPITULO II

EVOLUCION

- | | | |
|------|--|----|
| I. | Origen. | 7 |
| II. | Formación. | 8 |
| III. | Factor Dinamizante. | 14 |
| IV. | Análisis de la Expansión Urbana Registrada en la Ciudad. | 16 |
| | A - La costa marítima. | 16 |
| | B - El ferrocarril. | 19 |
| V. | Barrios de la Ciudad. | 21 |
| VI. | Industrias. | 24 |
| | A - Industria hotelera. | 24 |
| | B - Industria de la construcción. | 26 |
| | C - Industria pesquera. | 30 |

CAPITULO III

ARTERIAS EJES, VIAS FERREAS Y RUTAS DE ACCESO

- | | | |
|------|-------------------------------------|----|
| I. | Arterias Principales. | 37 |
| | A - Arterias de tránsito intenso. | 37 |
| | B - Arterias de tránsito mediano. | 42 |
| | C - Arterias de tránsito común. | 47 |
| | D - Arterias de tránsito turístico. | 47 |
| II. | Vías Férreas. | 48 |
| III. | Rutas de Acceso. | 48 |
| | A - Principales. | 48 |
| | B - Secundarias. | 49 |

CAPITULO IV

DEMOGRAFIA

I.	Población.	55
	A - Natalidad, mortalidad y crecimiento vegetativo.	56
	B - Migración, crecimiento absoluto, crecimiento vegetativo y saldo migratorio.	59
	C - Población turística.	65
II.	Consumo.	71

CAPITULO V

PRODUCCION

I.	Zona de Producción Hortícola de Mar del Plata.	73
	A - Superficie cultivada y número de quintas.	73
	B - La zona señalada para el desarrollo de la horticultura en el futuro.	74
	C - Epocas de producción y toneladas producidas.	78

CAPITULO VI

COMERCIALIZACION MAYORISTA

I.	Generalidades.	83
II.	Mercado de Frutas y Verduras.	87
	A - Depósitos externos.	88
	B - Asociaciones gremiales.	88
	C - Transportes.	91
	D - Volumen de ventas.	92
	E - Personal ocupado	92
	F - Exigencias mínimas.	93
III.	Nuevo Mercado de Concentración de Frutas y Verduras.	93
IV.	Análisis de la Encuesta Mayorista.	95
	A - Frutas y Verduras.	95
	B - Especialidades de productos vendidos.	99
	C - Localización de las compras.	100
	D - Tonelaje y superficie.	104
	E - Conclusiones.	112
V.	Informe sobre la Cooperativa de Pesca e Industrialización Limitada.	117

	<u>Página</u>
VI. Mayoristas de Pescado en el Puerto y Frigoríficos.	119
VII. Mayoristas de Pescado fuera del Puerto.	123
VIII. Frigoríficos.	124
IX. Mayoristas de Aves y Huevos.	125
X. Conclusiones.	126
INDICE DE MAPAS.	167
INDICE DE PLANOS.	167
INDICE DE GRAFICOS .	167
INDICE DE CUADROS.	167
INDICE DE ANEXOS.	168

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 impiden -por lo menos para una parte de ellos- un prolongado almacenamiento, podrán apreciarse las dificultades y complejidad del estudio encarado. Por otra parte debe considerarse que el proceso se realiza en un medio en constante evolución, al que se agregan otros factores tales como: el estado de los caminos, la importancia de las cosechas, los cambios en los gustos del consumidor y especialmente en la ciudad de Mar del Plata los movimientos imprevisibles de la población turística, que supera en número el total de la población residente.

Se contó con los siguientes elementos de información:

Estadísticas

- De producción, por zona de producción y por producto.
- De transporte ferroviario por producto, líneas y estaciones;
- De movimiento de mercaderías de algunos mercados -en general oficiales- (debe consignarse que estos datos casi siempre son in completos).
- 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, CFI - 1960.
- La primera y segunda parte del presente trabajo.
- Barili Roberto T., Génesis de Mar del Plata 1962. Publicación fs. 1, 2, 3.
- Intelangelo Herberto R. Cont. I.M.E.S. 1961, mimeografiado fs. 9 - 10 Industria de la Construcción.
- Ortiz Ricardo M. Ing° U.C.I.P. Publicación. Cuaderno Economía Nro. 7 - 11-12-13.
- Recci Amalia B. de "Economía Regional Marplatense". Estudio sobre demografía. Instituto Municipal de Estudios Superiores. 1961 (Estudio mimeografiado).
- Ortiz Ricardo Ing°. U.C.I.P. Cuaderno de Economía Nro. 7.

Metodología Empleada

Existen varias formas de llegar al conocimiento del consumo total anual de una ciudad. Una de ellas, es la de realizar un muestreo

en base a encuestas directas a familias de consumidores.

Sin embargo ello no estaba al alcance de las posibilidades, tanto materiales como humanas, que teníamos a nuestra disposición. Debe pensarse que nuestro trabajo comprende a once localidades, en todos los casos con una población que supera las 25.000 familias. Una encuesta que cubra los mínimos requisitos técnicos para poder considerarla un "muestreo" satisfactorio, hubiese exigido interrogar en cada ciudad a un número de familias que varia 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 mercaderías de la ciudad considerada, ubicando puesto de control en los caminos principales para certificar la naturaleza y el peso de la carga transportada, -

Este método sin embargo no pudo realizarse en la ciudad de Mar del Plata por varias razones que se detallan en la conclusión de este informe. Dado las características de la población de Mar del Plata que se estudia ampliamente a continuación, reiteramos la necesidad de efectuar esta forma de encuesta de "Cierre de Ciudad", como único medio para llegar a conocer con exactitud tanto el volumen global del consumo y su repartición por producto, como los altibajos registrados como consecuencia de los movimientos variables de la población turística. Será imposible planificar la estructura del abastecimiento hasta que no se disponga de esta información básica. Se acompaña en el anexo una metodo

dología apropiada que puede ser aprovechada en caso de realizarse dicha encuesta.

Otro aspecto fundamental desarrollado en este trabajo, es el estudio de la situación física y humana de la ciudad. Esta parte incluye a todas las estructuras que participan del urbanismo, tales como caminos, vías ferreas y edificaciones. La evolución histórica como así también los factores actuales que inciden en la evolución futura -particularmente riqueza natural, industria y comercio local- merecen una exposición más exhaustiva.

En efecto, la magnitud de los problemas del abastecimiento está condicionada por la expansión de la evolución humana de la ciudad que se debe preveer. El detalle de la dieta y las exigencias de los consumidores están directamente vinculadas al desarrollo económico y al nivel social de la población. En fin, la forma como se debe distribuir el abastecimiento en el ciclo de la vida de los habitantes y en los espacios a los que ellos concurren, depende directamente del conocimiento de la vida urbana.

Esta parte del trabajo fué desarrollada en forma correcta gracias a la abundante documentación existente y a los numerosos estudios del planeamiento urbano realizados en el ámbito municipal.

Con respecto a la comercialización propiamente dicha, debemos considerar los dos grandes rubros en que se divide: mayorista y minorista. La minorista ya fué analizada en el tomo sexto del presente

trabajo y el estudio de la comercialización mayorista se hizo sobre la base de entrevistas que en cada ciudad comprendieron por lo menos el 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.

CAPITULO II

EVOLUCION

I - Origen :

El 13 de Agosto de 1856 el estanciero José Gregorio Lezama vendió a un consorcio portugués que integraba José Coelho de Meyrelles y otros, las estancias: laguna de los Padres, La Armonía y San Julián de Vivoratá; los adquirentes se proponían fundar un establecimiento saladero, financiado por la Sociedad Rural, que constituyen con ese objeto.

El señor Meyrelles, que tenía parte en el negocio y la dirección del mismo, compró en 1857 la parte de sus asociados. Puede considerarse al señor Meyrelles el primer poblador virtual de Mar del Plata.

Al establecerse en estas zonas el señor Meyrelles trajo consigo los materiales y elementos necesarios para desarrollar sus actividades. El personal era brasileño.

El saladero y corrales fueron instalados: en lo que hoy es Avenida Luro hacia 25 de Mayo y de San Luis a Santiago del Estero. Comenzó a construir también un muelle de hierro para embarcadero en la desembocadura del Arroyo San Ignacio (hoy Las Chacras - entubado) denomi-

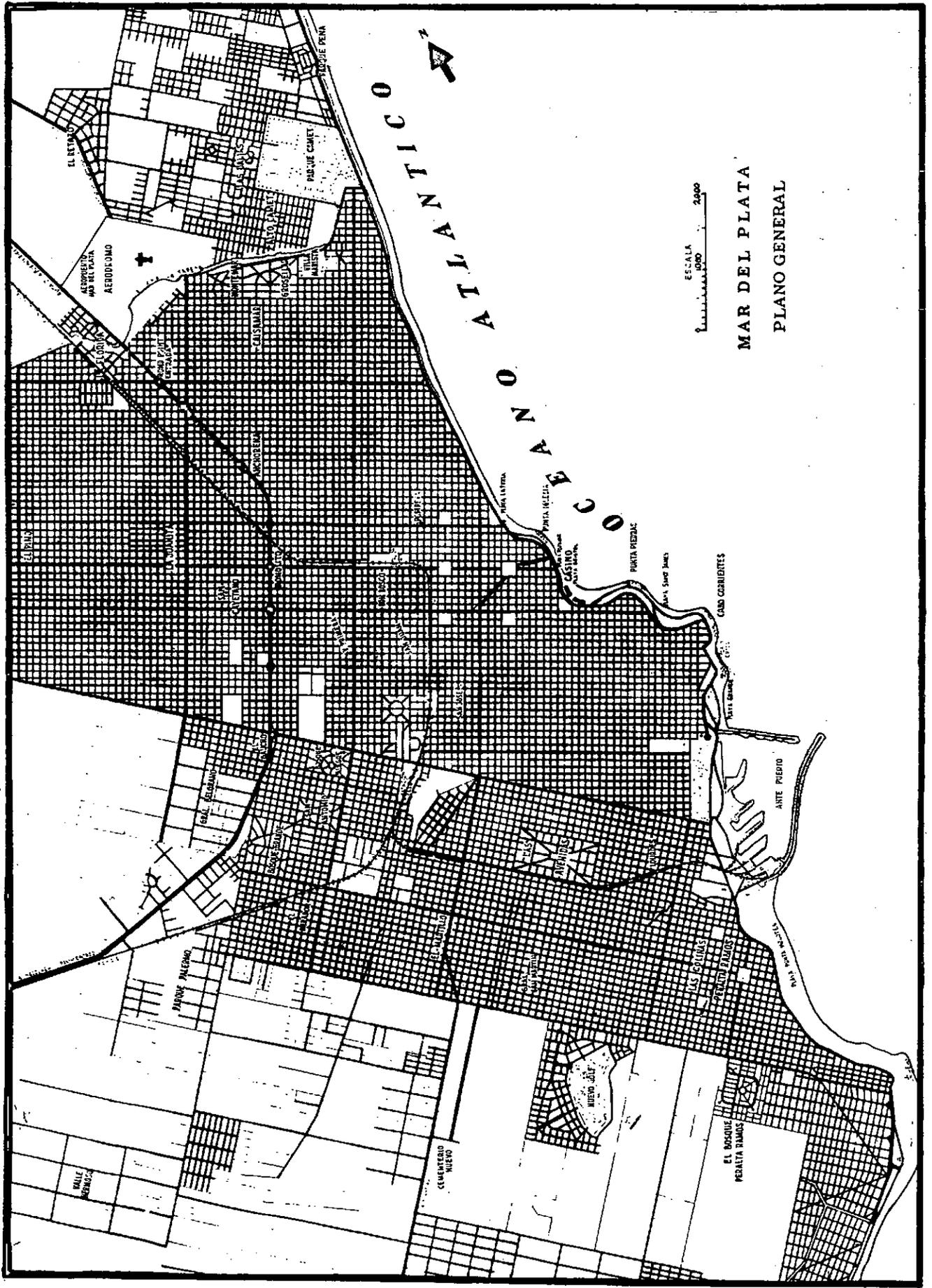
nándose actualmente el paraje Punta Iglesia. El puerto se llamó en ese entonces Puerto de la Laguna de los Padres.

II - Formación

El 26 de Septiembre de 1860 el señor Coelho de Meyrelles vendió sus campos y el saladero a don Patricio Peralta Ramos, considerado el verdadero fundador y propulsor de Mar del Plata. Este adquiere tres barcos de alto bordo, la barca "La Armonía", el bergantín "Eduardo" y el peilebote "Lobería Chica", terminando de construir el muelle de hierro que existía en Punta Iglesia, para dar impulso a las actividades del saladero.

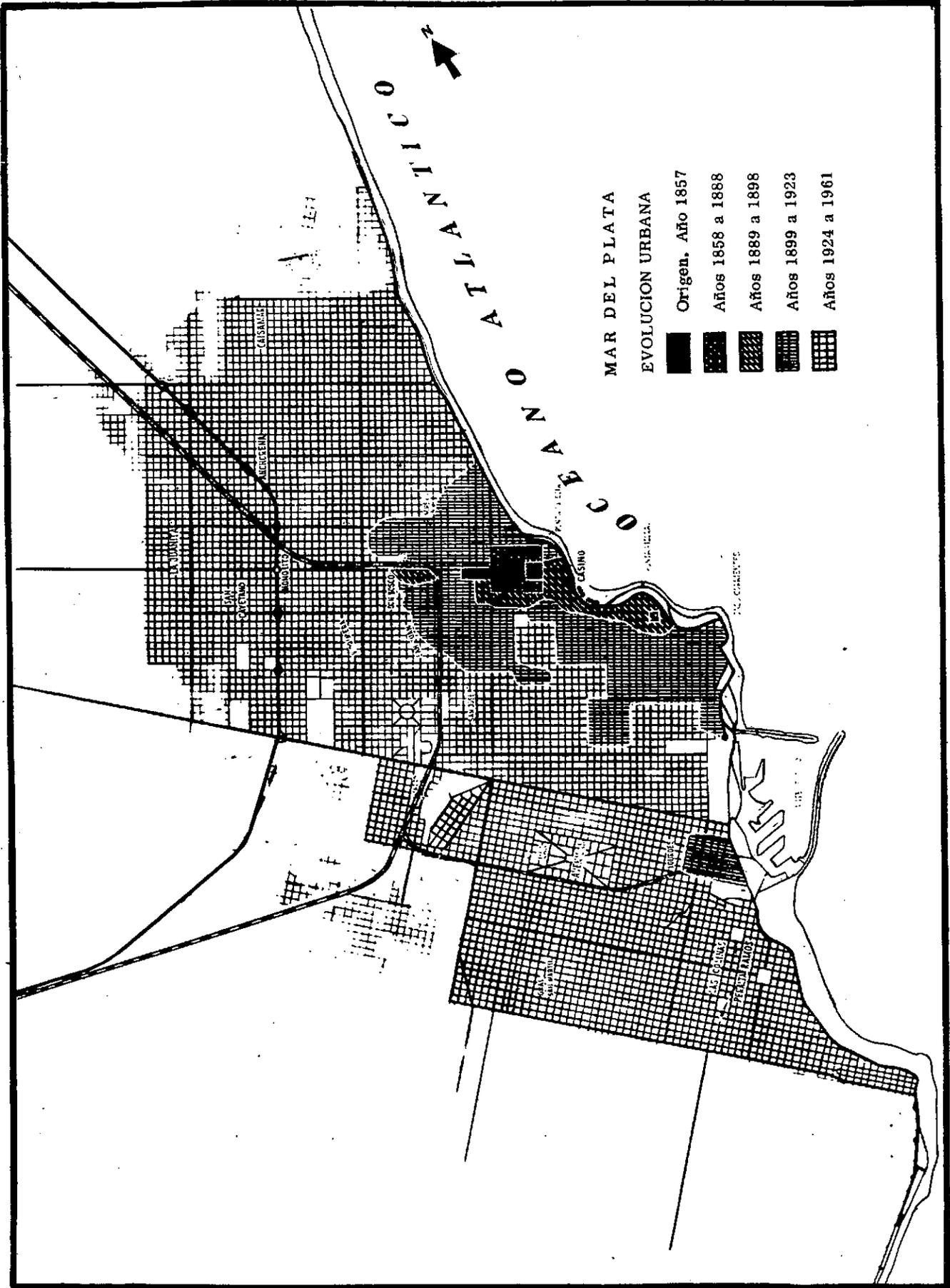
El 14 de Noviembre de 1873 solicita autorización al gobernador de la Provincia de Buenos Aires, Don Mariano Acosta, para fundar un pueblo en el partido de Balcarce, en terrenos de su propiedad, sobre el puerto conocido por Laguna de los Padres, proporcionando toda clase de referencias sobre el lugar y su progreso.

"Este punto - sostiene textualmente el señor Peralta Ramos en "su presentación- llamado a tan gran desenvolvimiento, es ya un pueblo, "hay en él un gran saladero cuyo costo primitivo fué de \$ 4.000.000.-m. "c., aproximadamente, hay un muelle de hierro que costó 30.000.-duros, "hay un molino de agua que puede elaborar la harina suficiente para las "necesidades de la localidad, hay una iglesia de piedra y cal con todo "cuanto es requerido, que puede contener 400 personas, que fué erigida



ESCALA 1:2000

MAR DEL PLATA
PLANO GENERAL



MAR DEL ATLANTICO

EVOLUCION URBANA

[Solid black box]	Origen. Año 1857
[Dotted box]	Años 1858 a 1888
[Diagonal lines box]	Años 1889 a 1898
[Horizontal lines box]	Años 1899 a 1923
[Vertical lines box]	Años 1924 a 1961

"recientemente en parroquia provisoria, y está allí el sacerdote para re-
"gentearla; hay botica, panadería, herrería, zapatería y otros ramos in-
"dustriales, estando listo el colegio municipal y hay además, más de 20
"casas de piedra, madera y ranchos ocupados por negocios de diversos gé-
"neros".

"Si S.E. me permite me propongo delinear, amojonar y nivelar
"convenientemente un pueblo de 100 manzanas, de 100 varas por cada una
"dividida una de otra por calles de 20 varas de ancho las comunes, las
"principales de 40 y del mismo ancho la de circunvalación, cuyo pueblo es
"tá rodeado por quintas y chacras de conveniente extensión formando en
"su totalidad un área de dos leguas y un quinto de otra. Habrá siete pla-
"zas de 200 varas de costado cada una. Donaré gratuitamente otorgando
"la correspondiente escritura, el terreno necesario para edificios públi-
"cos, a saber: Cementerio, Iglesia, Hospital, Escuela Municipal y Juzga-
"do, no pudiendo en ningún tiempo ni caso darle otra aplicación y cuya
"toma de posesión deberá tener lugar antes de un año por la Municipali-
"dad del partido.

"La localidad de este pueblo irá sobre el puerto llevando su nom-
"bre: Mar del Plata". etc.etc."

El 5 de Diciembre de 1873 el departamento Topográfico de la Pro-
vincia de Buenos Aires se expide favorablemente al pedido; el 10 de fe-
brero de 1874, por Decreto del P.E. de la Provincia, se aprueba la fun-
dación de Mar del Plata. La traza del pueblo se hizo tomando como base

la iglesia existente SANTA CECILIA, construída en la loma que lleva su mismo nombre.

El 13 de Diciembre de 1880 el P.E. de la Provincia le dá el nombre de Mar del Plata, Cabeza del Partido General Pueyrredón.

El año 1881 el Gobernador de la Provincia, Dr. Dardo Rocha, realiza una visita a la localidad donde se le presentó el primer censo de la población que ascendía a 3.498 habitantes. Dicho Gobernador se interesó por Mar del Plata y prometió que haría llegar el FF.CC. a esta zona. Por Ley del 21 de Julio de 1881 se autoriza al F.C.O. para que construya la línea telegráfica de San José de Balcarce a Mar del Plata.

El 22 de Diciembre de 1883, el Gobernador Dardo Rocha envía un mensaje a la Legislatura de la Provincia adjuntando una propuesta del F.C.Sud para construir dos ramales que, partiendo de Maipú o Ayacucho a elección del P.E. llegue a Mar del Plata y otro de Juárez a Tres Arroyos.

III - Factor dinamizante

El 26 de Diciembre de 1886 se habilitó al servicio público el ramal de Maipú a Mar del Plata por el F.C.Sud. Tenía una extensión de 129 km. y, por consiguiente 400 Km. de la Capital Federal. Este acontecimiento, no deja la menor duda, fué el factor dinamizante que hizo posible el progreso de Mar del Plata, contribuyó a la incrementación de las corrientes turísticas, al fomento de la agricultura regional, al fomento

En ese año se solicitaron 18 permisos para construcción, dentro del éjido urbano, es decir de la costa hacia el oeste ó sea donde se había instalado la Estación del F.C.Sud. Se construyeron dos hoteles: El Grand Hotel y el Hotel Bristol, que se inauguró el 8 de enero de 1888, y que fué el lugar preferido durante muchos años por la sociedad porteña y los grandes personajes de la época. Todavía existe parte del mismo convertido en galería comercial en la manzana comprendida entre las calles: Buenos Aires, Rivadavia y San Martín. También entonces comenzaron a hacerse las primeras construcciones tipo chalets en la loma, hoy Stella Maris cerca de las costas del mar.

Ese mismo año se inauguró la primera temporada veraniega de Mar del Plata.

El servicio telefónico se inauguró el 9 de enero de 1889 habilitándose 50 líneas.

El servicio tranviario a caballo tuvo su inicio en abril de 1889. En 1890 se inaugura el Palacio Municipal (Luro e H.Irigoyen) e Iglesia (Parroquial). La Catedral San Pedro el 6 de febrero de 1898, Luz Eléctrica en Diciembre de 1898.

La construcción del Puerto de Mar del Plata fué autorizada por Ley 6499 del 11 de Octubre de 1909; el 24 de febrero de 1913 se colocó la piedra fundamental, encargándose de los trabajos la Cía Societé Nationale de Travaux Publics de Paris.

En Octubre de 1938, se concreta la ruta 2, que une la ciudad con la Capital Federal. Esta obra le dió otro grande y extraordinario impulso a la ciudad.

El 19 de Julio de 1907, por Ley de la Provincia, Mar del Plata fué declarada ciudad.

IV - Análisis de la expansión urbana registrada en la ciudad:

Para poder analizar mejor este punto, deben considerarse dos situaciones: a) La costa Marítima, y, b) el FF.CC. Ambos aspectos fueron, indiscutiblemente, los factores preponderantes, para que Mar del Plata obtuviera el lugar de privilegio que ostenta actualmente.

A - La Costa Marítima

La Ciudad de Mar del Plata, ubicada en un lugar privilegiado y a escasos 400 km. de la Capital Federal, con un clima excelente, y bordeada por el este por hermosas playas, indudablemente tenía que llegar a convertirse en un lugar prominente como zona turística dentro y fuera de los límites del país. Analizaremos su expansión en este aspecto tomando sus costas desde el norte al sur, es decir desde Parque Ca-met hasta El Faro.

El sector correspondiente desde Parque Camet hasta la calle 25 de Mayo, comprende los barrios: Parque Camet, Constitución, Par-que Luro y La Perla. Es una zona turística residencial que no ha to-mado el impulso edilicio como la zona central, debido a que las ordenan

zas municipales no permiten construcciones en propiedad horizontal, con el objeto de mantener una zona residencial de chalets y al mismo tiempo, un desahogo para la ciudad. La más importante es La Perla que se encuentra en plena zona céntrica, ya que limita al sur con la calle 25 de Mayo; en ella está ubicada la Iglesia Santa Cecilia - Patrona de la Ciudad - y punto de partida de la Ciudad de Mar del Plata; es un lugar que prefieren muchos turistas por ser de mayor tranquilidad y, por consiguiente, de mejor descanso.

En segundo lugar, tenemos la zona céntrica, que corresponde desde la calle 25 de Mayo hasta Avenida Colón (Costa) que corren de este a oeste y hasta Buenos Aires (norte a sur), y forman las playas: Popular, Bristol, Punta Piedras (Torreón), es donde se inicia la gran corriente turística de la ciudad, ubicada cerca del lugar de origen, de hermosas playas naturales de extraordinaria belleza. Este punto comienza - prácticamente en 1888 con el Hotel Bristol y los primeros chalets habiendo llegado a convertirse actualmente en una zona residencial de gran categoría por las mansiones construídas en su zona. Es la parte de mayor urbanización (se encuentran los casinos, hoteles de mayor jerarquía, etc) Hasta el año 1950 se mantuvo el estado señorial y privilegiado en esta zona, después comenzó la construcción de monumentales edificios en propiedad horizontal, que obligaron a demoler las grandes mansiones y chalets y cambiaron fundamentalmente el aspecto edilicio del sector, convirtiéndolo en una verdadera mole de cemento, con muchos edificios que os

cilan entre los 8 y 30 pisos. Puede asegurarse sin temor que en la temporada veraniega es una de las zonas de mayor población del país.

En tercer lugar, la zona comprendida desde Colón a Almafuerte al sur y limitada al oeste por Buenos Aires, en la cual se encuentran la Loma de Stella Maris, la Estación Terminal de Micros, el Barrio Playa Grande, etc. conserva todavía mansiones de la primera época. Es zona exclusivamente residencial y veraniega. Sobre la costa también hay edificios en propiedad horizontal, pero bastante raleados, en el perímetro del Bvard. San Martín.

En cuarto lugar, desde Almafuerte, siempre al sur, hasta Juan B. Justo, cambia fundamentalmente el aspecto, ya que su costa se mantiene prácticamente sin edificación, por cuanto los campos del Golf Club ocupan toda la zona costera, la edificación es muy raleada y en sus proximidades se encuentra el Cementerio de la ciudad. En sus alrededores hay casillas de madera y edificación de segunda o tercera categoría, perteneciente a gente obrera que trabaja en el puerto y sus alrededores. Además, en esta zona, sobre el puerto está la base de Submarinos y Casino de Oficiales, de manera tal que el turismo se anula totalmente en estas playas.

En quinto lugar, tomamos el puerto y su zona el barrio del Puerto. Es característico de Mar del Plata, por su edificación variada y sin llevar una línea precisa. Tiene una importancia relevante en la ciudad por sus industrias, derivadas del pescado, en el puerto y fuera de él.

La producción pesquera se debe a los habitantes de ese barrio, que son estables, y en su mayoría son de nacionalidad italiana. Tiene comercio propio, con tres sucursales bancarias, y tanto el puerto como el barrio en la temporada veraniega son muy visitados por el turista.

En sexto lugar, siempre al sur y costeano, llegamos a la zona de los barrios de Peralta Ramos y Punta Mogotes. Es una zona residencial para turistas, pero de menor categoría que las anteriores; son barrios de una línea de construcción homogénea tipo chalet; tiene sus negocios propios en la temporada veraniega y sus playas son muy visitadas por el turista que se aleja del centro en búsqueda de descanso tranquilizador. Sus playas no están urbanizadas, pero hay comodidad para el bañista por una serie de balnearios particulares, destinados a tal fin.

Siguiendo siempre hacia el sur, sobre la costa, tenemos el Faro, Playa Serena, Chapadmalal, etc. pero su urbanización está muy alejada de los anteriores. La zona turística tiende, sin lugar a dudas, para ese lado.

B - El ferrocarril

Para considerar este punto debemos comenzar analizando el origen de la ciudad que, desde 1857 hasta 1886, urbanísticamente considerada comprendía las actuales calles (aproximado) de 3 de Febrero a Belgrano (de este a oeste) y de Santiago del Estero hasta Independencia (norte a sur). Luego se fué extendiendo siempre hacia el oeste sobre su calle principal Colón (hoy Avenida Luro); posteriormente, dada la importanta

cia que iba adquiriendo la población, el centro comercial propiamente dicho se agrandó y tomó todo el sector comprendido entre las calles Buenos Aires (costa) hasta Independencia (oeste) que corren de norte a sur, y las calles: Avda. Luro y Colón (este a oeste); aquí se instalaron y funcionan filiales de los Bancos más importantes del país ya sean públicos o privados, de oficinas públicas nacionales, provinciales y municipales, etc. y el gran centro comercial de Mar del Plata, que en plena temporada veraniega se confunde prácticamente como zona turística por la - gran afluencia de público.

Desde la Avda. Independencia para el oeste, tomando la Avda Luro, vemos que ésta ha tomado incremento extraordinario hasta la Av. Champagnant, que es la calle que corre de sur a norte uniendo las rutas de Buenos Aires y Necochea respectivamente. La Avda. Luro tiene grandes edificios y comercios, además está la Estación del FF.CC., Molinos Harineros, grandes corralones de maderas y materiales para la construcción y en la estación, sobre la calle 25 de Mayo y Chile se encuentra el Mercado de Horticultores, con los más importantes mayoristas de frutas y verduras. Sobre la zona del FF.CC. se han conformado los barrios (según plano): Don Bosco Nro. 2, San Juan Nro. 6, Los Andes Nro. 17, Est. Norte Nro. 12 y Villa Primera Nro. 14, que son ba-rrios obreros y comerciantes, habitados en forma permanente; su cons-trucción es de carácter variado, de acuerdo a la situación económica de sus pobladores. -

El Barrio Nueva Rivadavia Nro. 21 se movilizó debido a la instalación en esa zona del Matadero Municipal y la Maestranza. Actualmente se encuentra el Nuevo Mercado de Concentración de Frutas y Verduras en la calle Alberti y Av. Champagnant.

Por otro lado, la ciudad tiene también sus barrios habitados todo el año y que se consideran residenciales. Ocupados por profesionales y gente de medios económicos suficientes. Ellos son: Plaza Mitre Nro. 9, San José Nro. 5, Primera Junta Nro. 28, General Roca Nro. 34, parte de Parque Luro Nro. 13, Nueva Pompeya Nro. 3, los barrios ubicados al oeste, pasando la Avda. Champagnant, son en formación, al igual que los que están al sur, después de la Avda. Juan B. Justo. Prácticamente estas dos avenidas, con la Avda. Constitución, delimitan la zona más poblada de la ciudad.-

V - Barrios de la ciudad

Considerando exclusivamente la división de los barrios realizados por la Municipalidad con la Dirección de Planeamiento, a los fines del estudio del Plan Regulador de la Ciudad, vemos que la parte central u original de la misma no se ha tomado en este aspecto de acuerdo al plano que se acompaña. Si bien no vamos a tener una evolución exacta de acuerdo a sus orígenes, vamos por lo menos a tener una idea aproximada de la urbanización de acuerdo a las ordenanzas que crean las distintas comisiones de fomento:

Nro. 1	Barrio Puerto	Ordenanza Nro. 314/42
Nro. 2	" Don Bosco	" " " "
Nro. 3	" Nueva Pompeya	" " " "
Nro. 4	" La Perla	" " " "
Nro. 5	" San José	" " " "
Nro. 6	" San Juan	" " " "
Nro. 7	" Peralta Ramos	" " " "
Nro. 8	" Playa Grande	" " 419/48
Nro. 9	" Plaza Mitre	" " 420/48
Nro.10	" Punta Mogotes	" " 421/48
Nro.11	" El Martillo	" " 482/49
Nro.12	" Estación Norte	" " 486/49
Nro.13	" Parque Luro	" " 506/49
Nro.14	" Villa Primera	" " 506/49
Nro.15	" San Cayetano	" " 40/51
Nro.16	" Las Avenidas	" " 80/51
Nro.17	" Los Andes	" " 673/52
Nro.18	" Gral.San Martín	" " 689/52
Nro.19	" D.F.Sarmiento	" " 675/52
Nro.20	" Villa Lourdes	" " 688/52
Nro.21	" La Nueva	" " 642/52
Nro.22	" 9 de Julio	" " 674/52
Nro.23	" 180	" " 857/55

Nro.24	Barrio Santa Mónica	Ordenanza Nro.839/55
Nro.25	" Cnel.Dorrego	" " 338/57
Nro.26	" Bosque Alegre	" " 911/58
Nro.27	" Gral.Belgrano	" " 912/58
Nro.28	" Primera Junta	" " 913/58
Nro.29	" Termas Huinco	" " 917/58
Nro.30	" J.M.Estrada	" " 947/58
Nro.31	" San Carlos	" " 951/58
Nro.32	" Funes y S.Lorenzo	" " 997/58
Nro.33	" Juramento	" " 1019/58
Nro.34	" Parque Gral.Roca	" " 1103/59
Nro.35	" El Progreso	" " 1105/59
Nro.36	" Constitución	" " 1139/59
Nro.38	" Parque Camet	" " 1180/59
Nro.39	" Cerrito y S.Salvador	" " 1306/59
Nro.40	" F.de la Plaza	" " 1397/59
Nro.41	" Faro Norte	" " 1387/60
Nro.43	" F.Ameghino	" " 1663/61
Nro.44	" Camino a Necochea	" " 1696/61
Nro.45	" Colinas de P.Ramos	" " 1856/61
Nro.48	" Libertad	" "
Nro.49	" Pque.Anchorena	" "
Nro.50	" Los Pinares	" "

VI - Industrias

La Ciudad de Mar del Plata tiene tres industrias básicas: la Industria Pesquera, la Hotelera y la de la Construcción.

A - Industria Hotelera

Una de las más importantes, ha comenzado a declinar en parte. Se ha podido constatar que, a partir del año 1952, ha disminuído la construcción de hoteles hasta quedar prácticamente anulada. La falta de los mismos en una Ciudad turística como Mar del Plata, en la que el turismo crece día a día, ha sido compensada con la gran evolución que experimenta la construcción de departamentos en propiedad horizontal y la transformación de las casas particulares en lugares de hospedaje.

Es muy probable que una de las causas de la falta de inversión en la materia, sea que el capital no es muy redituable de acuerdo al monto necesario para su instalación, como consecuencia de las tarifas máximas que establece la Dirección de Turismo. Otra puede ser la brevedad de la temporada veraniega, ya que los hoteles trabajan aproximadamente tan solo unos sesenta días en forma completa. De allí que se estima necesario tomar medidas adecuadas para poder extender la temporada por lo menos a cuatro meses.

Otros factores que también influyen son: el exceso en los impuestos de Obras Sanitarias, Lucrativas, etc.; el cobro elevado de las

tarifas telefónicas para hoteles que tienen centrales con varios teléfonos, la falta de créditos bancarios, ya que, con la forma de operar de los hoteles, al término de la temporada dejan prácticamente de trabajar y han cobrado la totalidad de los servicios y no pueden hacer movilizar las cuentas bancarias motivando la negativa de créditos por parte de las Instituciones etc.. Prácticamente los hoteleros se endeudan antes de la temporada y trabajan en la temporada para pagar esas deudas. Últimamente la mayoría de los hoteles tratan de dar habitación solamente, anulando todo lo que sea cocina, por cuanto el servicio es muy caro, principalmente en lo que se refiere al personal, por ejemp.: encargados de cocina, cocineros, mozos, etc., cobran sumas astronómicas, que a los propietarios les resulta muy difícil de cumplir.

La estadística de Hoteles en Mar del Plata, para el año 1956 arroja las cifras siguientes:

CUADRO Nro. 1

Categoría	Cantidad	Nro. Habitaciones
Hoteles de Gran Turismo "A"	12	1.846
Hoteles de Gran Turismo "B"	16	740
Hoteles de Turismo Medio "C"	51	2.960
Hoteles de Turismo Medio "D"	117	3.643
Hoteles de Turismo Económico	897	11.952
Pensiones	85	298
Casas de Hospedaje	87	753
Totales	1.300	23.176

En las últimas veinte temporadas 39/40 a la del 58/59, ha entrado por todos los medios hábiles, 15.666.794 turistas, de los cuales:

En trenes 4.600.490

En autos 6.019.675

En ómnibus 4.963.615

En aviones 83.014

Se puede asegurar de una manera más o menos rigurosa que los viajeros que lo han hecho en ómnibus o trenes (en su absoluta mayoría) son los concurrentes a los hoteles y que se proponen permanecer siete de los diez días de sus vacaciones (representan el 61 %). Los que vienen en automóvil mayormente son los que vienen a ocupar sus viviendas privadas en la ciudad.

B - Industria de la construcción

Sin lugar a dudas, la industria de la construcción en Mar del Plata es la más importante del país. Tan es así que ha rebasado nuestros límites tal aseveración, habiéndose comentado en un diario local el 25 de Mayo de 1961, por ejemplo, en E.E.U.U. en una audición de preguntas y respuestas al preguntarse cuál es la ciudad que más crecía en materia de construcción se consideró contestación correcta que era Mar del Plata - República Argentina. Esto sirve, tal vez, para darnos una idea de su importancia mundial.

El desarrollo de esta industria comienza a perfilarse en forma ágil a partir del año 1921, en que se construyeron 22.099,74 m2..

Desde aquí observamos un aumento considerable año a año hasta 1928, en que comienza a descender como consecuencia de la crisis que afectó al mundo entero y que, como es lógico, no podía sustraerse la industria de la construcción marplatense. La disminución continúa hasta el año 1932 en que se construyen 24.215,28 m²., cifra ésta muy inferior a la del año 1927 en que se construyeron 75.978.07 m². (o sea que se disminuye en más de un 67 %). En el año 1933 comienza la etapa ascendente y a un ritmo sumamente acelerado hasta alcanzar en 1952 su tope máximo con 473.038,78 m².. En 1958 se produce un pequeño descenso; en -- 1959 y 1960 desciende también a más de la mitad. La disminución del año 1958 se debió en gran parte a la huelga de los obreros por mejoras salariales (los de la construcción pararon durante 1 mes y 19 días; los colocadores de mosaicos pararon durante 20 días, los sanitarios 30 días y los carpinteros 20 días). A esto debemos agregar la falta de cemento portland y la huelga bancaria que duró dos meses.

La construcción en Mar del Plata hasta el año 1950 aproximadamente se caracterizó por la construcción tipo chalet y obras de no más de tres pisos, hasta operarse en esta época la transformación hacia casas de departamentos de varios pisos. Actualmente se está construyendo el Edificio Cosmos en las calles Colón y Corrientes, de 33 pisos. La existencia de materia prima es fundamental para determinar el tipo de construcción, así, al existir en la zona piedra en grandes proporciones ha hecho posible la construcción de chalets utilizándose esta úl

tima en los cimientos y frentes, dando lugar a extraordinarios trabajos de arquitectura. Asimismo, constituye una gran fuente de trabajo, no sólo por la cantidad de obreros que se emplean en la extracción, sino también en la preparación de la misma, habiéndose hecho de ello una especialidad, existiendo en la actualidad 36 canteras. Otro de los materiales de importante uso es la arena que, como se sabe, existen en grandes cantidades en sus largas playas, habiéndose extraído en el año 1960 109.016 m³.. Para la fabricación de ladrillos se cuenta con 86 fábricas de ladrillos de barro, 7 de ladrillos huecos y 15 de ladrillos de cemento portland. Mar del Plata cuenta también con dos fábricas de cal que fabrican los distintos tipos necesarios para la construcción; una de ellas fabrica aproximadamente 1.110.000 kg.; de cal y la otra 8.000.000 kg. anuales lo que hace una producción de 9.110.000 kg.; el resto proviene de Azul y Córdoba. El portland proviene de la ciudad de Loma Negra cercana a Mar del Plata. Vale decir, pues, que se cuenta con la generalidad de las materias primas necesarias para la industria.

La falta de hoteles por un lado, y el constante aumento de la población turística por el otro, trae como consecuencia la necesidad de seguir construyendo propiedades horizontales, haciendo que esta industria cuente con un futuro promisor. Es indudable que la construcción se ha ido a lo alto y tan es así que se considera que el 80% de las mismas son propiedades horizontales.

A continuación se exponen datos estadísticos sobre la evolución de la construcción en esta ciudad:

CUADRO Nro. 2

<u>Año</u>	<u>m2. Construídos</u>	<u>Año</u>	<u>m2. Construídos</u>
1921	22.099.74	1941	175.564.63
1922	30.000.76	1942	221.804.97
1923	41.026.51	1943	237.696.55
1924	36.926.51	1944	291.035.50
1925	47.314.31	1945	249.464.06
1926	59.939.--	1946	293.744.39
1927	78.230.66	1947	244.947.43
1928	75.978.07	1948	265.743.87
1929	65.587.44	1949	278.192.31
1930	42.130.55	1950	301.103.65
1931	38.336.52	1951	421.730.44
1932	24.415.88	1952	473.038.78
1933	26.382.99	1953	285.015.74
1934	37.941.05	1954	289.712.12
1935	58.061.31	1955	368.470.99
1936	58.108.72	1956	415.748.61
1937	107.006.55	1957	422.369.73
1938	120.774.23	1958	327.597.95
1939	134.466.61	1959	172.997.50
1940	152.079.33	1960	179.786.35

Los edificios de gran altura se han concentrado en sectores determinados cerca de la playa y el Casino. Así, si miramos la calle Colón a partir de Santa Fe hacia la costa, es una fila ininterrumpida de edi-

ficios que varían entre 8 y 12 pisos. Teniendo en cuenta la cantidad de gente en la temporada que habita estos edificios, surgen una serie de problemas de: alimentación, transporte, higiene, etc.

C - Industria pesquera

Entre los recursos naturales de Mar del Plata, constituye sin duda alguna la riqueza pesquera un factor importantísimo que puede desarrollarse en dimensiones extraordinarias. Aún cuando la economía marplatense actual no se apoya preferentemente en ella, sino en el turismo, hay que reconocer que, no obstante ello, debe buscar una base circunstancial de apoyo. Adherida exclusivamente a la fuente turística, que es, sin duda, profícua y debe ser resguardada por todos los medios Mar del Plata juega un papel similar al de las regiones caracterizadas por el monocultivo. Dependiendo sus actividades de un solo producto, en este caso el turismo, basta una fluctuación de la demanda, desfavorable, para que ocurran perjuicios difíciles de neutralizar.

No obstante encontrarse Mar del Plata en un lugar privilegiado para la extracción e industrialización del pescado, hasta el presente no se le ha dado la importancia ni el apoyo necesario para su incrementación. De acuerdo a la información del Ministerio de Agricultura, las especies más solicitadas en el mercado (el atún, corvina, abadejo, bonito, lenguado, anchoa, anchoita, merluza, etc) se hallan en su mayor parte entre los paralelos 35 y 47, y dentro de ella, aparece la mayor cantidad entre los paralelos 35 y 42, es decir, frente a Mar del

Plata y otras ciudades.

La extracción en Mar del Plata se realiza mediante unas 300 embarcaciones de pequeño porte, que logran su producción a profundidades inferiores a 200 metros; aunque en estos últimos años han aparecido barcos de empresas japonesas que se dedican a la pesca de altura pero no son suficientes.

El inconveniente principal de que no haya incrementado la pesca se debe indiscutiblemente, al sistema de alimentación que ha primado en nuestro país a través de todas las épocas, basado en el consumo de la carne vacuna facilitado por el hecho de que la zona del ganado se extiende en todo el país. El consumo de pescado ha permanecido prácticamente ignorado. Primero: porque el transporte no ha favorecido su difusión, ni envasado ni fresco, y, segundo: porque la zona de la pesca se halla limitada a la costa del mar y de hecho en un extremo del país; el resto se halla tan distanciado del mar como de sus productos. A fin de crear y ensanchar el mercado interior es, pues, necesario incrementar la industrialización del pescado en la forma más completa posible a fin de permitir el mayor acceso del mismo y el abaratamiento de su costo.-

El consumo de pescado se realiza fresco, envasado y salado. El primero comprende un proceso que comienza en la descarga en puerto, la carga en vagón o camión (predomina este último; casi todo el pescado se transporta en camiones) el transporte a Buenos Aires,

hacia donde se dirige la mayor cantidad del pescado obtenido en la zona, la entrega a consignatarios, a vendedores y minoristas, lo cual exige - hasta 48 horas, entre la pesca y la presentación al público. Si no existen frigoríficos suficientes en ambos extremos de la ruta y los medios adecuados que deben sustentar los medios de transporte, particularmente en el verano, el porcentaje de rechazo es elevado. La Estadística Municipal para el año 1959, informa que fueron rechazados por ineptos 783.000 kg. de pescado de altura, 64.000 kg. de mariscos y casi 1.000 kg. de pescado en conservas y envasado.

La industrialización de la pesca comprende las industrias:

a) Conserva de pescado y mariscos, y, b) fabricación de aceites, harina y guano. Predomina en Mar del Plata la primera, que ha producido últimamente casi 5.000 tn. de anchoita y 2.000 tn. de pescadilla, aunque se ha incrementado en estos últimos años la fabricación de harina y fileteado de merluza.

Según información de la Cámara de Industriales Pesqueros del 11/9/59, funcionan en Mar del Plata, 83 establecimientos destinados a la fabricación de conservas de pescado; 41 saladeros de anchoítas; 36 de conservas de pescado y mariscos; 4 de harina de pescado y aceite y 2 fábricas para la industrialización de los sub-productos del tiburón.

Los procesos de industrialización son similares a los usados en otros países, salvando lógicamente la distancia que media en el empleo de elementos técnicos modernos y maquinaria moderna (de los cua-

les nuestra industria carece por razones obvias). Por lo tanto sería necesaria la sustitución y modernización de los medios de producción.

Para darle a esta industria el lugar que se merece, habría que arbitrar los medios necesarios para facilitar el aumento de la producción, promoviendo simultáneamente su abaratamiento a través de la mejora y extensión de los medios de circulación. En otras palabras, al acrecentarse la producción y mejorarse los sistemas técnicos de conservación, industrialización y traslado, puede ampliarse extraordinariamente el mercado, originando un abaratamiento adecuado y un consumo generalizado no prohibitivo para muchos como hasta el presente.

En conclusión, para modificar la situación actual y facilitar la producción necesaria, tendrían que adoptarse las medidas siguientes:

a) Mantenimiento de la calidad de la materia prima, posibilitando la refrigeración de la pesca desde el momento que se logra;

b) Facilidades para la construcción o importación de barcos y equipos adecuados para la industria extractiva.

c) Construcción de frigoríficos en las zonas apropiadas para conservar el producto y regularizar la producción de las fábricas.

d) Estudio de la proposición formulada por los industriales en el sentido de suprimir el "pedido y Tarifa" en la pesca costera. Podría estudiarse la subasta a la baja, es decir la oferta a un precio inferior a cierto tope; como un recurso para abaratar la materia prima sin perjudicar al pescador, que podría destinar el excedente del pescado a la

fabricación de sub-productos.

e) Impulsar el establecimiento de transportes refrigerados para que el pescado pueda llegar, fileteado y congelado al interior del país.

f) Agilizar los trámites, disposiciones oficiales, impuestos, etc. que faciliten y abaraten la distribución de la pesca.-

g) Tipificación del tamaño y contenido de los envases.

h) Aplicación de un régimen crediticio para la industria del pescado.

i) Los productos de la pesca en estado fresco o conservado con destino al interior, podrían ser eximidos de entrar al mercado de concentración de pescado de la Capital Federal.

La industria pesquera de Mar del Plata, si se la fomenta como corresponde, será la industria del futuro de esta zona, claro está sin dejar de lado la del turismo, que hasta la fecha ocupa el lugar de privilegio.

Estadística de la producción pesquera de Mar del Plata:

; CUADRO Nro. 3

Años	Producción tn.
1944	19.806
1945	17.147
1946	16.194
1947	18.263
1948	25.498
1949	25.560
1950	21.344
1951	26.821
1952	28.657
1953	25.702
1954	29.110
1955	31.222
1956	26.500
1957	35.000
1958	36.699

Las 36.700 tn., que fué la producción marplatense en 1958, se distribuyeron de la siguiente manera: 6.100 tn. al Mercado de la Capital Federal, 19.400 de anchoíta y caballa adquiridas por las fábricas

locales además de unas 4.000 tn. de otras especies y unas 1.000 tn. destinadas a otros rubros y el resto, que representa unos 7.000.000 de kg. es el consumo de pescado fresco de la ciudad.

CAPITULO III

ARTERIAS EJES, VIAS FERREAS Y RUTAS DE ACCESO

I - Arterias Principales.

A - Arterias de Tránsito Intenso

Analizaremos todas las que corren de este a oeste, es decir desde la costa hasta la Av. Champagnant y de derecha a izquierda:

Avenida Libertad: De gran actividad comercial, en su zona hay corralones de materiales para la construcción, fábricas de mosaicos, etc., el tráfico de la ruta 2 se descongestiona por esta avenida, además es el paso obligado de los productores de verduras de la zonas: El Pino, Sierrras de los Padres y de la zona de Balcarce que llevan sus productos al Mercado de Horticultores.

Avenida Luro: Fué la calle central en los orígenes de la ciudad (antes Colón). Es, sin duda, arteria eje. Además del comercio minorista, que se encuentra distribuído en toda su extensión, están los grandes corralones de maderas y materiales de construcción, la Estación Norte de Pasajeros del F.C. Gral. Roca con sus galpones y playas, el Palacio de Correos y Telecomunicaciones, los Bancos: Hipotecario Na-

cional y Londres y América del Sud, Palacio Municipal, Estudios del Canal 8 de Televisión, Molinos Harineros, Usina de Pasteurización de Leche, Playas de Venta de Nafta y Camiones, Autos, etc., hoteles de todas las categorías, rascacielos, etc. Es el tránsito obligado de la mayoría de las líneas de Micros de la ciudad, trolebús, etc. y además, convergen en el Monolito la Ruta 2 y El Camino a Balcarce.

Juan Bautista Alberdi: Nace en la Plaza San Martín sobre la costa; es el entubamiento del Arroyo Las Chacras, en cuya desembocadura, originariamente se instaló el primer muelle del Puerto de Los Padres. Además de su valor histórico, en las pocas cuadras que atraviesa, hay rascacielos, hoteles de gran categoría y actualmente funciona en ella en forma provisoria el Banco de la Nación Argentina.

San Martín: Desde la calle Buenos Aires hasta Independencia, es el centro comercial permanente de la ciudad. En ella se encuentra concentrado el comercio minorista en gran escala, de modas, joyerías, etc., todos los negocios de gran categoría, al igual que rascacielos y grandes galerías comerciales, estudios profesionales, oficinas inmobiliarias, Bancos: Español, Provincia de Buenos Aires y Argentino del Atlántico, La Catedral San Pedro y oficinas públicas provinciales y nacionales. Es el paseo obligado de los habitantes de la ciudad y turistas.

Rivadavia: Con el mismo origen que la anterior, se desenvuelve en iguales condiciones que San Martín.

Belgrano: Es similar a las dos anteriores, formando entre

ellas la actividad central comercial permanente de la ciudad.

Colón (o la Gran Avenida Colón): Ofrece dos aspectos totalmente opuesto: 1) El primer tramo, de la Costa hasta Córdoba, presenta una edificación compacta de rascacielos de 8, 10, 15 y 33 pisos. Brinda un espectáculo impresionante en todos sus aspectos, sin exagerar, debe ser una de las arterias más importantes del país, siendo tránsito obligatorio tanto de los pobladores de la ciudad, como de los turistas, 2) en segundo lugar, desde Córdoba hasta Champagnat cambia considerablemente su aspecto, si bien la construcción de horizontales tiende a continuar hasta Independencia, por el momento están muy raleados, constituyendo una zona exclusivamente comercial. En todo su recorrido hay depósitos, talleres y comercios de toda índole, siendo la entrada obligada de las líneas de micros que llegan de la Capital Federal y La Plata, hasta Independencia.

Avenida Juan B. Justo: Recientemente pavimentada (es decir, ensanchada) tiene una importancia extraordinaria por su tránsito y comercio con el Puerto, es la entrada y salida obligatoria y más cómoda del tránsito pesado que llega a la ciudad. En casi toda su extensión hay comercios mayoristas, depósitos de materiales de toda índole, fábricas de pescados, etc. Al oeste converge en el Monumento al Caucho, con la Avenida Champagnat que es la unión de las rutas a Buenos Aires y Necochea, dado el incremento que está tomando esta arteria, llegará a ser una de las arterias más importantes de la ciudad. Además hacia ella

convergen barrios que están en continuo progreso. Es, sin duda, una arteria eje.

12 de Octubre: Es la arteria central del importantísimo barrio del Puerto, su edificación es de lo más variada y característica, conforme al medio ambiente de su población y de la dependencia casi exclusiva de la influencia del puerto y sus actividades. En ella se concentra toda o casi toda la actividad comercial que, prácticamente, podríamos decir sin temor a equivocarnos, está independizada del resto de la ciudad. Tal es su importancia comercial, que en ella y sus adyacencias se han instalado tres sucursales bancarias: Banco de la Provincia de Buenos Aires, de la Nación Argentina y Argentino del Atlántico. Comprende el tramo del Bv. Martínez de Hoz hasta Edison. Además, en la época veraniega es intensísima su actividad comercial con los turistas.

Pasaremos a analizar seguidamente las arterias que corren de norte a Sur:

Av. T.A. Edison: Es un pequeño tramo del barrio Puerto, que va de la Av. Juan B. Justo hasta 12 de Octubre. Si bien no tiene actividad comercial, es un factor importante como vía de enlace para el tránsito de toda índole de vehículos que se dirigen al centro de la actividad comercial de este barrio, tan característico y personal.

Buenos Aires, Entre Ríos, Corrientes, Santa Fe, Córdoba, San Luis, Bartolomé Mitre, Hipólito Irigoyen y Catamarca: hasta Independencia, y desde Av. Colón hasta Luro, son las calles que tienen una

característica comercial similar a las que cruzan San Martín, Belgrano y Rivadavia, formando el conglomerado comercial y central de Mar del Plata.

Avenida Independencia: Nace en el Bv. Patricio Peralta Ramos hasta Av. Juan B. Justo. Es una arteria eje importantísima, si bien su urbanismo edilicio no es del tipo de Colón o Av. Luro, tiene en su extensión, toda clase de actividad comercial, ya que en su recorrido está bordeada por barrios estables muy poblados que hacen de esta arteria su centro principal de aprovisionamiento tanto de artículos de primera necesidad, como en materia de modas, materiales para la construcción, automóviles, camiones, lugares de esparcimiento, Bancos: Popular Argentino, de la Nación Argentina y Provincia de Buenos Aires, frigoríficos, usina pasteurizadora de leche, escuelas, tránsito permanente de las principales líneas de micros, etc. Por último; es la calle que siguiendo al sur después de Juan B. Justo se transforma en la Av. J. P. Ramos, tomando una zona importante de población para comunicarse con el antiguo camino a Miramar, constituyéndose en la arteria principal de tránsito para los productos que se introducen en la ciudad procedente de esa zona.

Avenida Champagnant: Se inicia en el Rond Point de entrada a la ciudad de la Ruta 2, que viene de la Capital Federal, para llegar hasta el Monolito donde convergen la Av. Luro y su continuación al camino a Balcarce, Tandil, etc. En este tramo recibe la afluencia del tránsito en toda su intensidad. Además están instaladas en su influencia: Es-

taciones de Servicios para automotores de todas clases. Es el punto obligado del tránsito pesado y liviano que entra a la ciudad. Siguiendo hacia el sur, hasta el Gaucho, donde se une con la Ruta Provincial 88 a Necochea y con la Av. J. B. Justo, además del tránsito obligado del transporte de los productores de la zona del Cerenil y Hospital Regional que abastecen a la ciudad de verduras y que deben concurrir al Mercado de Horticultores por ser la vía más rápida y directa para llegar a la Avda. Libertad y de allí al centro de la comercialización de sus productos. Además en toda su extensión circulan varias líneas de Micro Omnibus de pasajeros de imprescindible necesidad que llegan hasta el Hospital Regional y Cerenil. Desde el Monolito hasta el Gaucho tiene una gran importancia, tanto comercial como industrial; en ese tramo se observa la instalación de frigoríficos, un matadero de carne de caballos para la exportación, fábrica de detergente, talleres, y por último, en la intersección con Alberdi, el nuevo Mercado de Concentración de Frutas y Verduras de Mar del Plata, habilitado al público en noviembre de este año. Sin duda alguna, es otra de las más importantes arterias ejes de la ciudad.

B - Arterias de Tránsito Mediano

Como las arterias de tránsito intenso, analizaremos su trazado de este a oeste y de derecha a izquierda:

Avenida Constitución: Que nace en Av. Félix Camet sobre la costa y termina en su importancia en el Rond Point, conectada con la Ruta 2, se utiliza con mucha asiduidad para entrar a la ciudad por la cos-

ta. Atraviesa en toda su extensión barrios de importancia turística, única de construcción moderna tipo chalet. Allí se encuentra instalada la única fábrica de papel que tiene la ciudad. Por esta vía se introduce la producción de los horticultores de la zona.

Avenida Luro: Desde el Monolito hasta el Pino, que luego conecta con la Ruta Nacional 226 a Balcarce, Tandil, Sierra de los Padres y Laguna de los Padres. Dentro del éjido urbano que atraviesa es de mucha importancia por cuanto hay numerosas casas comerciales que abastecen a una población numerosa y estable. Es el tránsito obligado de la Zona El Pino, Sierra de los Padres, Zona de Balcarce y productos de granja de Tandil.

San Martín y Rivadavia: Desde Independencia hasta 20 de Setiembre es la continuación de la zona comercial, pero de mucho menor importancia a la de la zona céntrica.

Moreno y Bolívar: Desde Buenos Aires hasta Independencia, si bien forma parte del conglomerado comercial permanente y central de la ciudad, y tiene una similitud comercial, indudablemente no tiene la importancia e intensidad del tránsito de aquellas.

Alberti: En el tramo de Las Heras donde se encuentra la Estación Terminal y única de micros de transportes de pasajeros que llegan a la ciudad por diversos motivos, es un tramo hasta Córdoba, que es una de las arterias principales para llegar a la Terminal. Además tiene un comercio bastante intenso, tan es así que el Banco Popular ha instalado

allí su sucursal, por la importancia comercial que está adquiriendo día a día. Tiene concentrada una cantidad de compañías de micros-ómnibus de pasajeros urbanos, que se justifican dada la Terminal de ómnibus interurbanos.

Alvarado: Desde Las Heras hasta Champagnant, punto también coincidente con la Terminal de micros, atraviesa de este a oeste una zona muy habitada con población permanente, tiene en algunas zonas comercios y talleres de cierta importancia, además, dentro de su influencia se encuentra el Hospital Mar del Plata, los Mataderos Municipales y Maestranza Municipal. Como es de suponer, tiene líneas de micro-ómnibus en toda su extensión.

Rodríguez Peña y Juan José Paso: Desde Arenales hasta Independencia ambas tienen las mismas características. Cuenta con un comercio de cierta importancia para la provisión de los habitantes permanentes de la zona que es de importante densidad ya que dichos barrios son zonas residenciales, de comerciantes, profesionales e industriales.

12 de Octubre: Desde Edison, Barrio Puerto hasta Talcahuano, abarca en toda su extensión una zona muy poblada; tiene su importancia comercial y turística. Además, en su zona se encuentra el Asilo de Ancianos y la Gruta de Lourdes, que son lugares de mucha concurrencia de los pobladores de la ciudad.

Ahora consideraremos las arterias de tránsito medio, que atraviesan la ciudad de Norte a Sur:

Cerrito: Tramo 12 de Octubre a Juan B. Justo, de mucho comercio minorista y lugar obligado debido a que en su zona se encuentra el Frigorífico Polo Sur, Fábricas de Pescados y Plantas de Felitear. De población permanente y permanente tránsito de micros ómnibus.

Córdoba: Desde Av. Colón hasta Juan B. Justo, atraviesa una zona muy poblada de habitantes permanentes, residencial de profesionales, comerciantes, etc. Comercio minorista muy importante; hay depósitos de frigoríficos mayoristas, talleres mecánicos, etc.; arteria preferida por el automovilista, después de J. B. Justo cambia de nombre por el de talcahuano, que es zona de depósitos y ventas de maderas, materiales para la construcción, artículos de primera necesidad y muy poblada hasta Vértiz, donde pierde intensidad.

Avenida Jacinto P. Ramos; Es la continuación de la Av. Independencia, que cambia de nombre en J. B. Justo; toma una extensión muy importante de población, que si bien está un poco dispersa, es, no obstante ello de residencia permanente. Además, en la zona del Martillo hay chacras y corralones, etc. de manera que toda la producción de la zona transita por esa arteria. Por otra parte, empalma con el viejo camino a Miramar, que si bien aún no está asfaltado, obligadamente tienen que transitar por allí los productores de la zona. Tomará mayor impulso cuando la Municipalidad construya el Cementerio Parque que tiene proyectado en esa zona.

San Juan: Su importancia comienza desde Av. Constitución, que

se llama Patagones, tomando su nombre a partir de la Av. Río Negro, hasta Juan B. Justo, cruza, como puede observarse, una zona muy importante y de población permanente de la ciudad. En toda su extensión tiene un comercio minorista intenso; hay depósitos importantes de artículos de primera necesidad, talleres fraccionamientos de vino y cruzan sus arterias diversas líneas de micros para el transporte de pasajeros.

Jara: De menor importancia que la anterior, atraviesa tam - bién una zona importante de la ciudad, de población estable, con comer - cio propio y la avenida que aguarda ver concretadas en un futuro no muy lejano las obras de desagües indispensables para evitar las inundaciones constantes que sufre la ciudad en las épocas de intensas lluvias. Según los estudios practicados por técnicos especializados, es el nudo gordia - no de la cuestión.

Champagnant: Después de J.B. Justo o sea el punto coinciden - te con el Monumento al Gaucho, sigue al suroeste para empalmar con la ruta Nro. 88 a Necochea (provincial), si bien pierde en intensidad su tránsito no por eso deja de ser importante, por cuanto conduce al Cen - tro de Rehabilitación del Niño Lisiado (C.E.R.E.N.I.L.) que ha dado a la zona un gran empuje urbanístico en razón de que muchas familias han establecido sus hogares en esa zona debido a la circunstancia que sus hijos necesitan la atención permanente de este Centro. También se está por construir otro instituto particular para niños no muy bien dota - dos nombrado "El Portal del Sol". Además, en esta zona hay quinteros

que deben forzosamente llevar sus productos a la ciudad por esa arteria y por consiguiente la importancia de la ruta a Necochea.

Dr. Arturo Alio (o 180): Desde Champagnant hasta Alvarado, si bien tiene una zona muy importante de población, así como de comercio, su importancia reside en el tránsito ya que sirve de desahogo al tránsito pesado que viene de la Ruta 2.

C - Arterias de Tránsito Común

Son las calles de movimiento ordinario y que, en cierta forma no tienen la importancia de los ya analizados.

Este análisis del tránsito de la ciudad corresponde a la época normal, es decir entre el 15 de Marzo y el 15 de Diciembre (actividad propia de la ciudad). De tener en cuenta la intensidad del tránsito en la época veraniega el análisis se complica seriamente por cuanto la ciudad en pleno se convierte en un verdadero torbellino transitable y lo que en tiempo ordinario es intenso pasa a transformarse en extraordinario, y así sucesivamente.

D - Arterias de Tránsito Turístico

Comprende toda la zona costera, desde el Parque Peña hasta el Faro; la intensidad del tránsito es extraordinaria, todo el mundo se vuelca en la época veraniega en esa zona en toda su extensión, ya sea por sus playas, sus paseos y los centros de diversión. Todo se convierte y desaparece la tranquilidad de épocas normales. Esta zona costera, además de la importancia turística que tiene, constituye la conexión

por el Sur (A) a la ciudad de Miramar y por el Norte (B) con la ruta Nacional Nro. 1 (todavía de tierra), que unirá el camino de la costa con Buenos Aires, de suma utilidad, por cuanto aliviará sensiblemente el tránsito extraordinario de la única ruta pavimentada con la Capital Federal, o sea la Nro. 2.

II - Vías Férreas.

La única que llega a esta ciudad es la del F.C.Gral.Roca (antes Ferrocarril Sud) que viene de la Capital Federal y entra por la parte Sud a la Estación Norte que está ubicada en la Av.Luro al 4.500; ocupa la misma con sus galpones, etc. el radio comprendido entre las calles Don Bosco a San Juan y de Av. Luro hasta 3 de Febrero. De allí parte un ramal que atraviesa la ciudad al Sud, paralela a la calle Guido hasta la Estación de Carga ubicada en la Av.Juan B.Justo y Ayolas entre 152 y 148 de donde salen dos ramales" uno al Sureste, para la ciudad Balnearia de Necochea y el otro hacia el oeste, paralela a la calle Vértiz hacia el puerto, entrando el ramal entre las calles Ayolas y Magallanes, para dividirse en el Puerto en tres ramales hacia las distintas dependencias del mismo. Es de Trocha ancha y una sola vía.

III - Rutas de Acceso.

A - Principales

Ruta Nacional Nro. 2: Es la principal ruta de acceso a la ciudad, se une con la Capital Federal, pavimentada, en los últimos años

fue repavimentada y ensanchada, con el fin de cubrir el pavimento viejo que se encontraba muy deteriorado. Tiene una importancia extraordinaria ya sea en lo comercial como en lo turístico. En la época veraniega tiene un movimiento tan intenso y extraordinario que suele ser la causa de inevitables accidentes. Indiscutiblemente, en esa época esta ru
ta resulta insuficiente para el desenvolvimiento eficiente de la ciudad. Tiene destacamento policial todo el año.

Ruta Nacional Nro. 226: Pavimentada, une Mar del Plata con Tandil y Balcarce. Es importante por el comercio de los productos de esa zona y también turísticamente pero en mucho menor grado que en la anterior. No tiene destacamento policial.

Ruta Provincial Nro. 88: Pavimentada, une Mar del Plata con la ciudad turística de Necochea; tiene la importancia de la Nro.226.

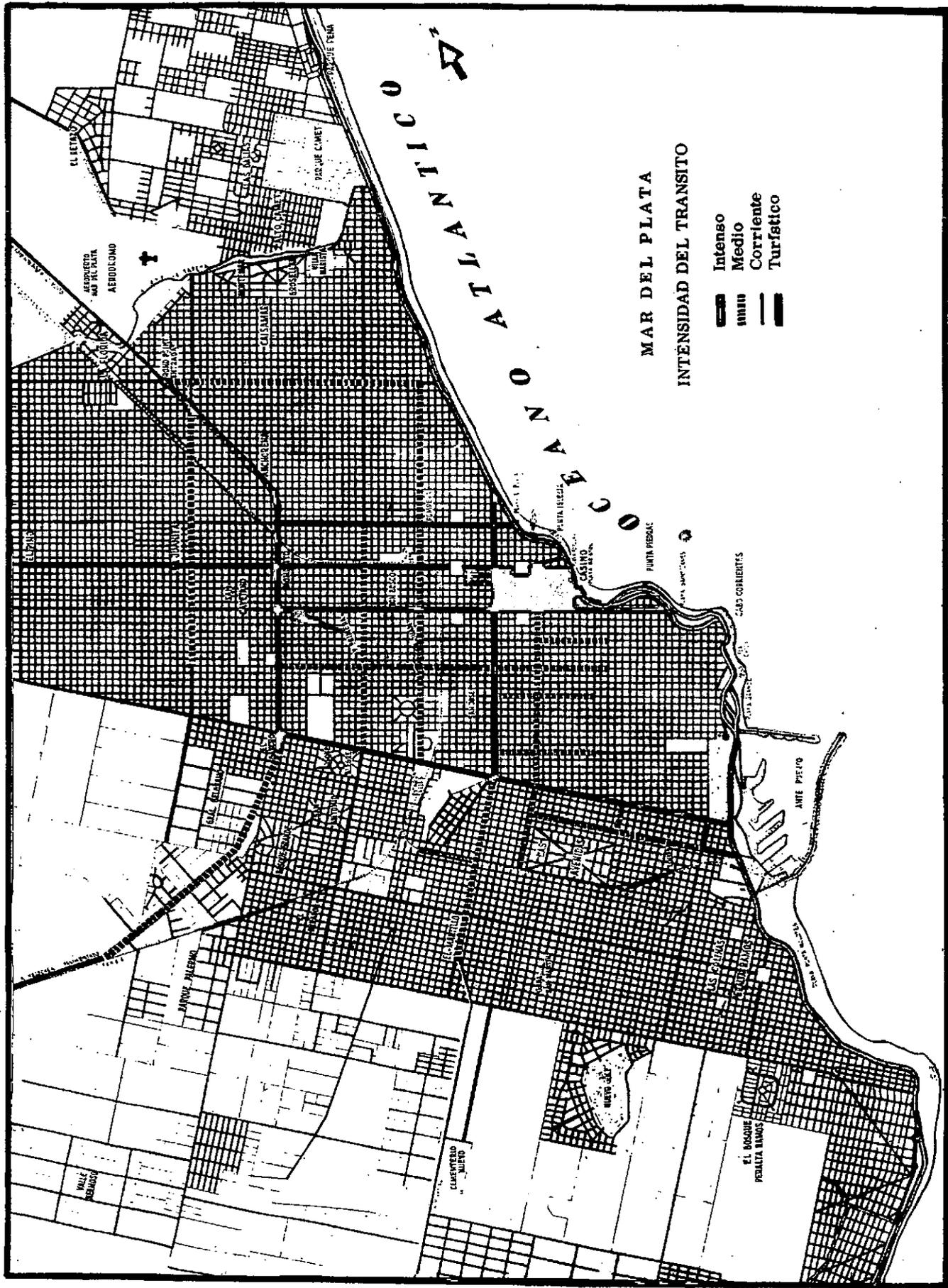
B - Secundarias

Antiguo Camino a Miramar: Sin pavimentar, que se utilizaba antes de habilitar el camino de la costa; es la continuación de la Av.J. Peralta Ramos; actualmente se usa para la entrada de los productos que se producen en las quintas ubicadas en su zona de influencia.

Puerto Mar del Plata: Es indudable que esta vía marítima es de gran importancia para Mar del Plata, que podría haberse convertido en un puerto de ultramar para pasajeros. Pero, sus instalaciones resultan tan costosas que no tienen la aplicación para ese tipo de puerto aparte de que, coetáneamente no existen las comodidades indispensables

para recibir al viajero de ultramar. Actualmente sus instalaciones más cómodas y mejores son utilizadas por la Base de Submarinos allí instalada.

La principal actividad que desarrolla el puerto es la pesca, ya sea tanto de altura como costera; en el se encuentran establecidas importantes firmas que se dedican desde la extracción del pescado hasta su industrialización en distintos aspectos. En la época de turismo, es un gran centro de atracción para el turista, que hace de él un lugar de esparcimiento por sus características especiales de puerto pesquero y además para disfrutar de la pesca deportiva en sus escolleras y playas.



MAR DEL PLATA

INTENSIDAD DEL TRANSITO

- Intenso
- Medio
- Corriente
- Turfatico

OCEANO ATLANTICO

AEROPUERTO
AERODROMO

EL BOSQUE
PERALTA FINADO

CAP CORRIENTES

PUNTA MIBRALE

CASINO

PUNTA BRAGA

ANTE PUEBLO

CAS SUZUKI

CAS SUZUKI

ESTACION

CAS SUZUKI

CLAYTON

BARRIO ALEJANO

VALLE
MORADO

EL ESTERO

CAPITULO IV

DEMOGRAFIA

La ciudad de Mar del Plata, ubicada a 400 kilómetros de la Capital Federal, con una ruta congestionada durante nueve meses del año con clima privilegiado y tierras fértiles junto al mar, que brindan al esfuerzo del hombre su gran riqueza pesquera, etc. es el centro de una zona favorecida por la naturaleza de manera que recibe en forma combinada la influencia de diversos factores y constituye demográficamente una gran ciudad. En los últimos quince años ha sufrido una transformación edilicia extraordinaria, entrando a formar parte de las grandes ciudades del país.

I - Población

El número de habitantes de Mar del Plata, de acuerdo a los dos fuentes que se encuentran en condiciones de proporcionarlos, difieren en forma absoluta. El cuadro siguiente consigna las cifras de ambas fuentes: municipal y provincial, ésta última estimada en base al crecimiento vegetativo registrado en la ciudad.

CUADRO Nro. 4

Años	Nro.de Habitantes (Municipal)	Nro.de Habitantes (Provincial)
1947	123.811	125.141
1948	134.440	128.146
1949	139.828	131.444
1950	149.770	134.934
1951	161.585	138.296
1952	174.395	141.195
1953	192.131	145.523
1954	195.092	145.889
1955	207.114	148.671
1956	223.914	151.320
1957	237.538	154.324
1958	249.783	--
1959	258.996	--
1960	267.272	--

A - Natalidad. Mortalidad y Crecimiento Vegetativo

Existen datos sobre la población total de la ciudad desde fines del siglo pasado, pero no sucede lo mismo con los que expresan su crecimiento vegetativo y migratorio, limitándose este trabajo a los últimos quince años. Las tasas de crecimiento medio anual fueron calculadas en base a datos obtenidos del Registro Civil, entendiendo que la natalidad y mortalidad de una población no pueden juzgarse por el número absoluto de nacimientos y decesos, sino relacionada con el número de habitantes.

Se conviene en clasificar de baja natalidad el lugar en que el número de nacimientos por mil habitantes es inferior a 20; de natalidad media aquel en que su tasa está comprendida entre los veinte y treinta mil; y de alta natalidad cuando la tasa es superior a treinta mil.

CUADRO Nro. 5

Nacimientos, Defunciones y Crecimiento Vegetativo, Cifras
Absolutas y Tasas - Años 1945 a 1960

Años	NACIMIENTOS		DEFUNCIONES		CRECIMIENTO VEGETATIVO	
	Nacimientos	Tasa por mil Hab.	Defunciones	Tasa por mil Hab.	%o Hab.	
1945	2.859	25,5	793	7,1	2.066	18,4
1946	2.799	23,7	1.020	8,6	1.779	15,1
1947	2.865	23,1	1.157	9,3	1.708	13,8
1948	2.879	21,4	978	7,3	1.901	13,7
1949	2.827	20,2	751	5,2	2.076	14,8
1950	2.880	19,2	1.488	9,8	1.392	9,4
1951	3.499	21,6	1.272	7,9	2.227	13,7
1952	3.489	20,0	1.324	7,6	2.165	12,4
1953	3.460	18,0	1.671	8,7	1.789	9,3
1954	3.329	17,0	1.264	6,5	2.065	10,60
1955	3.557	17,1	1.233	6,1	2.324	11,0
1956	4.033	18,0	1.358	6,0	2.675	12,0
1957	3.989	16,7	1.660	7,0	2.320	9,3
1958	4.422	17,6	1.740	6,1	2.682	11,5
1959	4.446	17,1	1.983	7,6	2.463	9,5
1960	3.871	14,4	1.957	7,3	1.914	7,1

B - Migración, Crecimiento Absoluto, Crecimiento Vegetativo y Saldo Migratorio

Sobre el crecimiento vegetativo, pesa en nuestro estudio otro factor de envergadura: las migraciones. Sin entrar a analizar las causas que lo originan, nos hallamos ante una realidad nacional que es el éxodo de la población rural en beneficio del crecimiento de los núcleos urbanos, originando lo que se llama las migraciones internas.

En el cuadro que se inserta más adelante se consignan los saldos migratorios calculados por diferencia entre el crecimiento total y crecimiento vegetativo.

El crecimiento migratorio en nuestra ciudad se ha hecho muy pronunciado en los últimos años, debido a la dinámica de la misma: fuentes de trabajo en las construcciones, fábricas de pescado, etc., cuya mano de obra proviene de todos los puntos del país.

(ver cuadro)

CUADRO Nro. 6Crecimiento Total, Crecimiento Vegetativo y Saldo Migratorio
1946 - 1960

Años.	Crecimiento Absoluto	Crecimiento Vegetativo	Saldo Migratorio
1946	4.000	1.779	2.221
1947	5.811	1.708	4.103
1948	10.629	1.901	8.728
1949	5.388	2.076	3.312
1950	9.942	1.392	8.550
1951	11.815	2.227	9.588
1952	12.500	2.165	10.335
1953	17.746	1.789	15.957
1954	2.961	2.065	896
1955	12.022	2.324	9.698
1956	16.800	1.675	14.125
1957	13.624	2.320	11.304
1958	12.245	2.682	9.563
1959	9.213	2.463	6.750
1960	8.246	1.917	6.329

MAR DEL PLATA

CRECIMIENTO DE LA POBLACION

1946-1960

gráfico nº 1

Miles

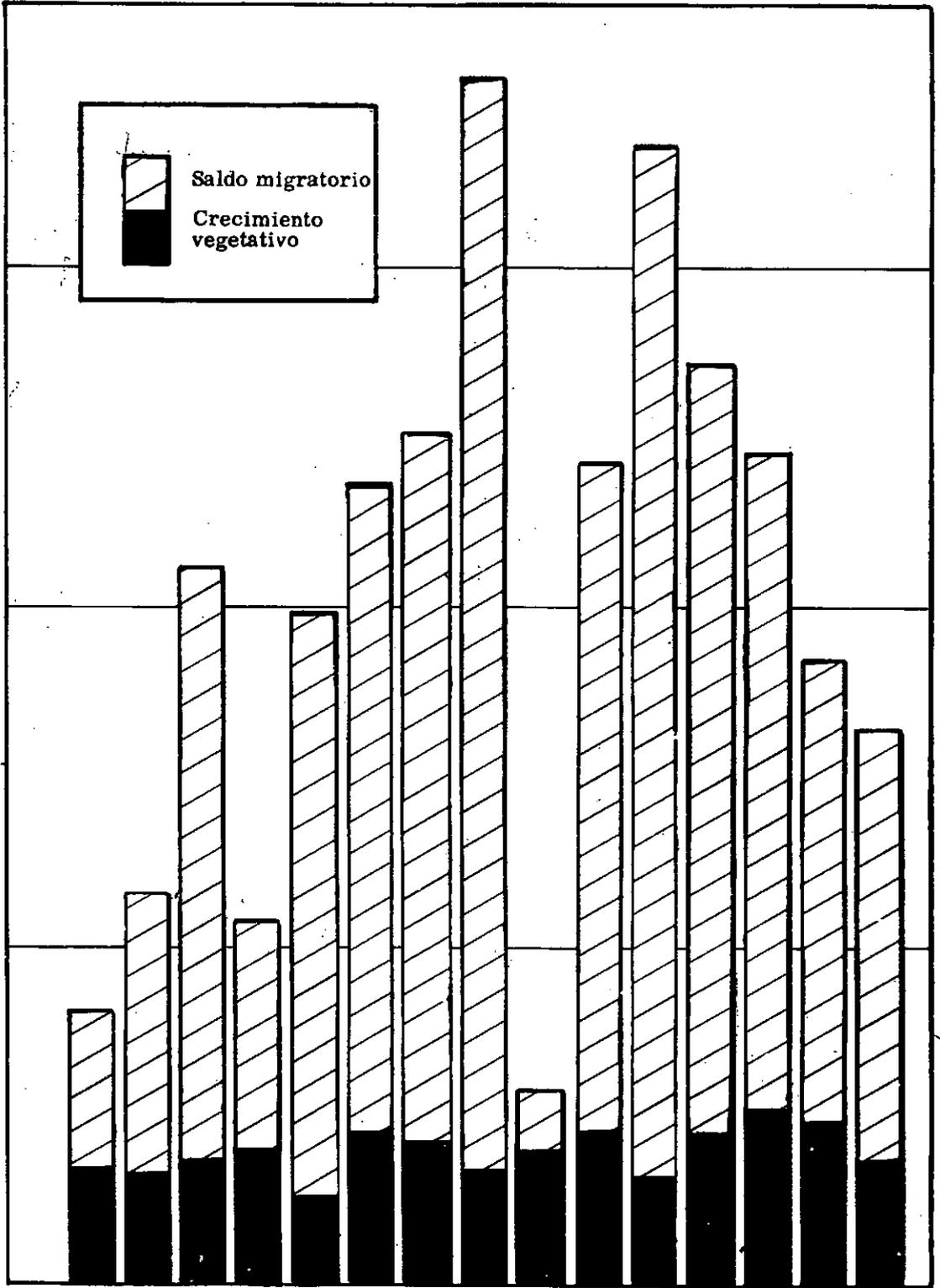
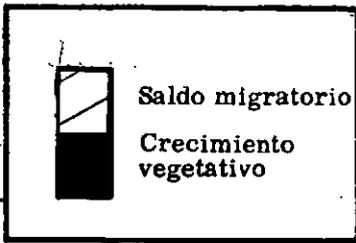
20

15

10

5

0



1946

1948

1950

1952

1954

1956

1958

1960

C - Población Turística

Al referirse a la población de Mar del Plata es absolutamente indispensable tener en cuenta un factor determinante de su grandeza: su condición de ciudad de turismo, que alberga contingentes crecientes de veraneantes transitorios, imprimiendo características especiales a la vida y desarrollo de la urbe.

Esa población turística incorpora sus exigencias de vivienda, de bienes de consumo y de servicios de toda índole. Así ha sido previsto por el Consejo Municipal el Planeamiento al elaborar el Plan Regulador del Partido General Pueyrredón. En él se establecen la cantidad de pasajeros-día que moviliza el turismo de nuestra ciudad. La estimación surge:

1.- De calcular el número de pasajeros alojados en hoteles, por el promedio de días que permanecen en la ciudad.

2.- De la diferencia entre el total de pasajeros llegados, y los que se alojan en hoteles, residencias, pensiones, etc., constituiría el núcleo de los que ocupan su propia vivienda.

Ningún hecho nos habilita a fijar para ellos una permanencia media, optando entonces por un promedio relativo que permite, también en este caso, estimar el número de pasajeros-día.

Siguiendo igual procedimiento, para el año 1960 procuraremos identificar la masa de afluencia turística a un equivalente de habitantes estables. De acuerdo a los últimos informes suministrados por

la Dirección de Turismo local, habría en la ciudad, entre hoteles, residenciales y pensiones, un total de 27.000 habitaciones disponibles para turistas. Suponiendo en cada habitación un término medio de 3 personas (camas), y una temporada de 100 días de ocupación plena, resulta que a aquellas habitaciones proporcionan un total de 81.000 camas, que a su vez producen una cantidad aproximada de 8 millones de pasajeros día.

Si la permanencia de un pasajero es de 8 días, los 8 millones de pasajeros día provienen de $(8.000.000 : 8)$ 1.000.000 de personas que se alojan en hoteles. Siendo la afluencia total de pasajeros de 1.350.000, los restantes 350.000 se estiman alojados en vivienda propia; al respecto no es fácil fijar una permanencia media. Generalmente parte de la familia permanece durante un mes, viajando algunos de sus integrantes en los fines de semana, por lo que se opta por un promedio estimado en 20 días.

350.000×20 es igual a 7.000.000 pasajeros - día.

En suma, el turismo moviliza una suma de 15.000.000 de pasajeros-día, dividida esta cifra por 360 días, nos da para la ciudad un equivalente a población estable de 41.600 habitantes.

Deriva importancia del cálculo de incidencia del turismo sobre el total de la población, por ser aquel un elemento de alto nivel de consumo (alimentos, servicios, etc.) y gran desplazamiento.

Cualquier previsión o determinación de carácter económico - que se estudie para la ciudad, deberá, en consecuencia, tener en cuenta

la existencia de una población estable de 267.200 habitantes más el promedio de 41.600 turistas identificables a tales, o sea una población de algo más de 300.000 habitantes a la fecha.

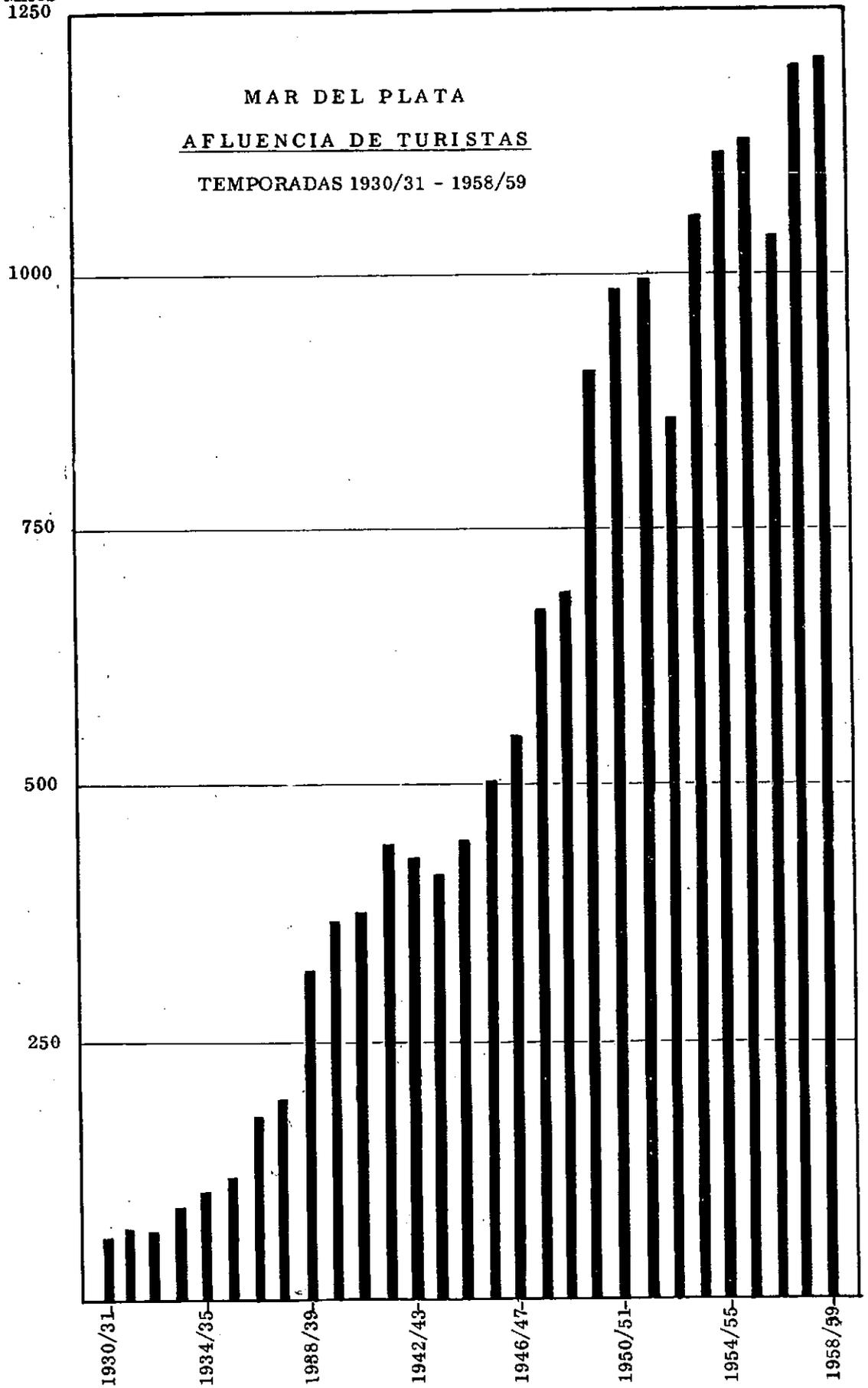
A los fines que correspondan, a continuación se dan los datos censales del movimiento de pasajeros, es decir de la entrada de los mismos en las temporadas veraniegas desde 1930/31 a 1958/59.

CUADRO Nro. 7

Pasajeros Entrados Durante las Temporadas 1930/31 a 1958/59

Temporadas	Trenes	Autos	Omnibus	Aviones	Total
1930/31	65.010				65.010
1931/32	66.125				66.125
1932/33	69.456				69.456
1933/34	72.817	16.984	195		89.996
1934/35	80.849	21.112	1.207		103.168
1935/36	85.598	22.792	12.876		121.276
1936/37	107.052	60.456	8.550		176.058
1937/38	103.170	83.604	5.261		192.035
1938/39	151.273	150.014	20.621		321.908
1939/40	136.266	180.408	45.104		361.778
1940/41	139.947	197.366	58.980		376.893
1941/42	127.549	236.407	83.284		447.240
1942/43	112.002	176.820	141.830		430.262
1943/44	127.750	108.689	178.001		414.440
1944/45	198.644	89.922	153.535	1.899	444.000
1945/46	173.474	139.950	188.104	2.979	504.517
1946/47	193.002	165.085	183.818	1.952	543.857
1947/48	213.723	232.935	222.074	5.709	674.441
1948/49	213.271	239.600	230.082	9.395	692.348
1949/50	279.231	363.938	252.549	11.476	907.194
1950/51	366.329	403.786	213.545	6.882	990.542
1951/52	225.956	476.353	294.473	3.390	1.000.172
1952/53	223.059	386.258	249.974	2.875	862.166
1953/54	350.749	434.078	281.232	1.514	1.067.573
1954/55	282.331	459.282	389.749	6.810	1.138.172
1955/56	295.040	434.965	405.453	6.078	1.141.536
1956/57	322.766	392.217	324.303	4.884	1.044.170
1957/58	300.758	485.727	412.190	10.469	1.209.324
1958/59	318.633	425.889	455.637	6.902	1.227.061
Totales	4.600.490	6.019.675	4.963.615	83.014	15.666.794

Miles
1250



II - Consumo

No existe ningún estudio sobre el consumo individual de productos alimenticios para la ciudad de Mar del Plata. Por otra parte, no fue posible realizar censo de las entradas y salidas de los mismos como en otras ciudades, de tal manera que no disponemos de ningún elemento que nos permita conocer la importancia de su comercialización.

Sin embargo, y como referencia, a los efectos de estimar los datos declarados por los mayoristas y por la administración, podemos calcular aproximadamente el consumo de la ciudad utilizando los resultados de la encuesta realizada en Buenos Aires por la Dirección Nacional de Estadística y Censos en 1960 y el control de entradas y salidas de productos alimenticios que realizó este equipo en algunas ciudades del país, durante el año 1963.-

Se sabe que el censo precitado se refiere a un grupo social de recursos limitados (familias obreras), cuyo resultado no puede considerarse generalizable a Mar del Plata.

Por el contrario, el control de entradas y salidas de mercaderías de Córdoba puede considerarse abultado con respecto a la realidad.

El estudio precedente, referente a la población de Mar del Plata, nos permite hacer un cálculo de población consumidora de 300.000 habitantes estables, a los que hay que agregar una población turística de 40.000 habitantes de promedio anual, que en la práctica corresponden a una población de 100.000 habitantes durante los 5 meses de turismo; En

consecuencia, para el cálculo del consumo se tomarán 7 meses con 300.000 habitantes y 5 meses con 400.000 habitantes.

De acuerdo a las estadísticas, el consumo alcanza a 733 gramos por habitante y por día, o sea 90.000 Tn. para todo el año.

La encuesta de entradas y salidas de Córdoba, realizada en invierno, puede adaptarse al consumo de verano haciendo las siguientes correcciones: verduras de hoja, aumenta el 20%; tomate, zapallito, pimiento, chaucha y berenjena, aumenta el 100% y batata, disminuye el 20%.

Para los otros productos no hay modificaciones.

Sobre esta base se puede calcular para Mar del Plata en 35.000 Tn. el consumo de hortalizas en invierno y 37.000 Tn. en verano, a las cuales se deben agregar 35.000 Tn. de frutas para todo el año, lo que eleva el total a 107.000 Tn.

Sin dejar de tener en cuenta la imprecisión de este modo de apreciación, se puede afirmar que en ningún caso el consumo de Mar del Plata puede ser inferior a 90.000 Tn. de frutas y hortalizas durante todo el año.

CAPITULO V

PRODUCCION

I - Zona de Producción Hortícola de Mar del Plata.

En la determinación de la zona de producción hortícola que inmediata a Mar del Plata, provee a ésta, colaboró eficazmente el gerente de la Cooperativa de Horticultores. En el plano se indican los sectores donde se encuentran situadas esas explotaciones.

Un trabajo especializado sobre el mismo aspecto, referido al período mayo de 1961 - abril de 1962, fué realizado por el I.N.T.A., pero ese organismo lo tiene reservado para una publicación propia.

A - Superficie Cultivada y Número de Quintas

Según informaciones obtenidas del I.N.T.A. el relevamiento de abril de 1962 proporciono los siguientes datos con relación a la superficie cultivada y al número de quintas situadas en las inmediaciones de Mar del Plata:

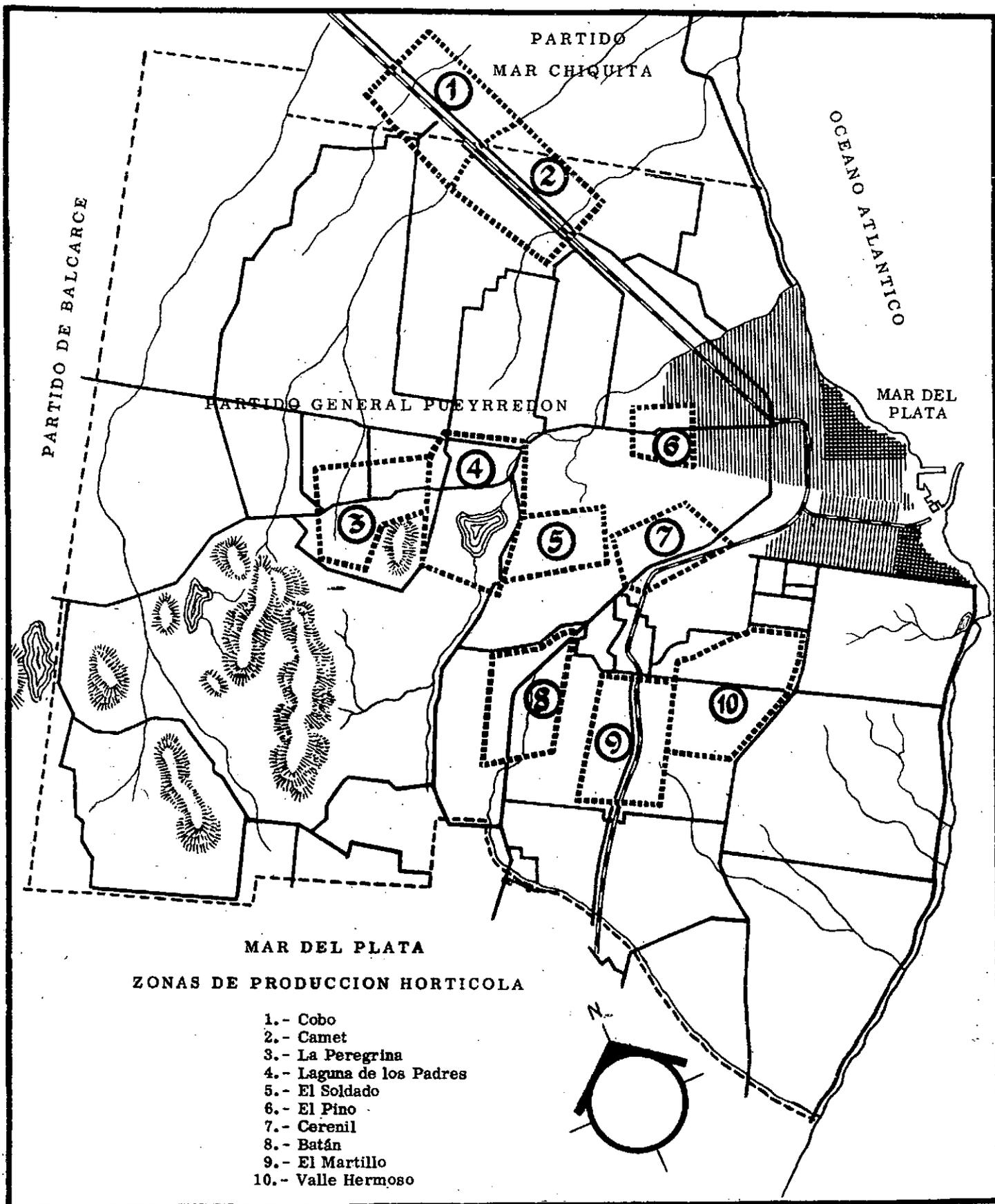
CUADRO Nro. 8

<u>Paraje</u>	<u>Superficie Hs.</u>	<u>Quintas</u>
1.- El Pino.	401,7	187
2.- Laguna de los Padres	270,5	71
3.- Valle Hermoso y El Martillo	119,1	60
4.- El Soldado	88,7	27
5.- La Peregrina	63,9	24
6.- Cerenil	31,3	24
7.- Cobo, Camet y Batan	83,6	30
Total:	1.058,8	423

B - La Zona Señalada para el Desarrollo
de la Horticultura en el Futuro

Laguna de los Padres es zona recientemente destinada a la horticultura, habilitada por el Ministerio de Asuntos Agrarios de la Provincia de Buenos Aires. Hace tres años aproximadamente dicho ministerio distribuyó las tierras que correspondían a la zona aledaña a la laguna, a todos los horticultores interesados en explotarla, concediendo las facilidades de pago y acordándoles créditos para la construcción de viviendas de acuerdo a planos aprobados por las autoridades.

La zona en cuestión se encuentra ubicada en el Partido General Pueyrredón, aproximadamente a 16 kilómetros de la ciudad y actualmente sólo es explotada por quintas en el 50% de la superficie utilizable,



MAR DEL PLATA
ZONAS DE PRODUCCION HORTICOLA

- 1.- Cobo
- 2.- Camet
- 3.- La Peregrina
- 4.- Laguna de los Padres
- 5.- El Soldado
- 6.- El Pino
- 7.- Cerenil
- 8.- Batán
- 9.- El Martillo
- 10.- Valle Hermoso

estando el resto ocupada por cultivos de papa, maíz y por la crianza de ganados.

Conforme estudios practicados por I.N.T.A. la zona de Laguna de los Padres será en el futuro la principal fuente proveedora de hortalizas de la ciudad de Mar del Plata, atendiendo a que el paraje llamado "El Pino", que por hoy la surte del mayor volumen de verduras, se encuentra dentro del éjido municipal y los quinteros que allí tengan sus explotaciones se hallarán en inferioridad para competir con los de aquella. En efecto, al extenderse la ciudad en dirección a El Pino, los arrendamientos se elevan y siendo los quinteros propietarios de las tierras, les conviene lotearlas para su urbanización.

Cultivos Especiales:

Se anotan seguidamente los cultivos de hortalizas en orden a su importancia:

- 1.- Lechuga.
- 2.- Zapallo.
- 3.- Zanahoria.
- 4.- Poroto chaucha.
- 5.- Acelga.
- 6.- Tomate.
- 7.- Berenjena.

C - Epocas de Producción y Toneladas Producidas

1.- Epocas de Producción

Acelga	Todo el año. Mayor producción Noviembre a Marzo
Ajo	Mes de Diciembre.
Arvejas	Noviembre a Enero.
Alcaucil	Noviembre a Diciembre.
Achicoria	Marzo a Setiembre.
Apio	Enero a Marzo.
Berenjena	Enero a Abril.
Coliflor	Todo el año.
Cebolla Bulbo	Febrero y Marzo.
Cebolla Verdeo	Todo el año.
Espinaca	Todo el año. Mayor producción Setiembre a Enero.
Escarola	Marzo a setiembre.
Haba	Noviembre.
Hinojo	Marzo a Setiembre.
Lechuga	Todo el año.
Maíz Dulce	Enero a Abril.
Poroto Chaucha	Diciembre a Abril.
Nabo	Todo el año.
Puerro	Todo el año.
Pimiento	Diciembre a Abril.

Pepino	Diciembre a Marzo.
Remolacha	Todo el año.
Repollo	Todo el año.
Tomate	Enero a Abril.
Zanahoria	Todo el año.
Zapallo	Diciembre a Setiembre.
Zapallito	Noviembre a Marzo.

2. - Toneladas Producidas

CUADRO Nro. 9

Los datos a suministrar son por kilogramos en la mayor parte, el resto en atados, etc. según detalle:

Acelga	978.000. kg.
Ajo	9.300. kg.
Arvejas	134.400. kg.
Achicoria	251.200. kg.
Cebolla Bulbo	390.000. kg.
Cebolla Verdeo	214.000. kg.
Espinaca	65.540. kg.
Escarola	74.000. kg.
Haba	164.800. kg.
Lechuga	1.791.000. kg.
Poroto Chaucha	583.200. kg.
Nabo	35.000. kg.

Puerro	311.850. kg.
Pimiento	237.300. kg.
Pepino	13.000. kg.
Maíz Dulce	359.500. kg.
Remolacha	267.000. kg.
<hr/>	
Repollo	512.500. kg.
Tomate	1.252.000. kg.
Zanahoria	1.602.000. kg.
Zapallo	2.496.000. kg.
Zapallito	279.000. kg.
<hr/>	
Totales	12.020.500. kg.

Alcachucil	260.000 cabezas.
Apio	19.200 atados 1 docena cada uno.
Coliflor	388.500 cabezas.
Hinojo	52.400 atados.

De todo lo informado precedentemente, vemos que los dos parajes de mayor importancia tanto por su superficie como por producción de hortalizas, El Pino se dedica con preferencia a los cultivos de hoja, fruto y semilla, mientras que Laguna de los Padres lo hace en base principalmente a cultivo de raíces. A título informativo y de acuerdo a informaciones de técnicos del I.N.T.A. de la ciudad de Balcarce, se -

desprende que el trabajo de los quinteros es todavía muy rudimentario y que la producción, si bien es abundante en cantidad, no lo es del todo en calidad ya que este Instituto al efectuar el primer censo de acuerdo y en colaboración con la Cooperativa de Horticultores lo ha hecho con la finalidad de determinar los productores de la zona y el valor económico de las mismas y esto es recién la primer etapa del estudio ya que vendran nuevas etapas a considerar: como deben hacerse los cultivos, épocas propicias, abono de tierras, herramientas, desinfecciones, etc., para poder llegar a la mayor perfección posible y obtener productos de la mejor calidad.

CAPITULO VI

COMERCIALIZACION MAYORISTA

I - Generalidades

La comercialización mayorista de frutas y verduras se con-
centra en el Mercado de la Cooperativa de Horticultores de Mar del Pla-
ta, que se encuentra ubicado, como se puede ver en el plano anexo, a
dos cuadras de la Avenida Luro y una de las vías del F. C. G. R., que
son los accesos fundamentales a la ciudad y a aproximadamente cuaren-
ta cuadras del centro comercial.

No se puede dar como seguro que la totalidad de los produc-
tos comercializados lo sean en este Mercado, ya que es conocido que
los horticultores venden directamente sus productos a los minoristas, en
las épocas de demanda excepcional y que, por otra parte, hay depósitos
que si bien pueden pertenecer a mayoristas del Mercado, operan en algu-
nos casos como mercados paralelos. De todos modos, esa circunstan-
cia se produce a menudo, en verano, en razón de los desequilibrios de
la demanda.

Dado que en la proximidad de Mar del Plata se encuentra la

mayor producción de papa del país, la distribución de ese producto se realiza por los acopiadores y exportadores que operan fundamentalmente fuera del Mercado, en oficinas y depósitos particulares.

Con respecto a los mayoristas de aves y huevos, no hay mercado de concentración. Cada mayorista tiene su depósito y la comercialización la hace por su cuenta a los minoristas. Ellos a su vez son minoristas, por cuanto el 90% tiene local de venta al detalle y lo complementan con artículos de granja (dulces, manteca, aceite, etc.). De acuerdo a los datos recogidos durante y antes de la encuesta, este sector necesita un mercado de concentración con cámaras frigoríficas, pues de esta manera evitarían la competencia ilegal durante la época de verano (diciembre-marzo) en que aparecen en la ciudad vendedores de aves y huevos que ofrecen al minorista mejor precio que los de plaza, en razón de que al vender en forma clandestina evaden toda clase de impuestos, con el consiguiente perjuicio para el Estado, aparte de otros gastos.

El pescado se produce en la zona el 100%, ya que es una de las principales industrias de la ciudad. No solamente abastece a la zona y a la Capital Federal de pescado fresco, lo hace a casi todo el país también en conservas de pescado, etc. Es pescado de mar exclusivamente.

En la ciudad hay cuatro usinas pasteurizadoras de leche y corresponden a las firmas: El Amanecer S.A. (Luro y Tierra del Fue-

go) La Buena Medida S.A. (Independencia 4047); La Martona S.A. (Misiones 1670) y San Ramón S.A. (3 de Febrero 5022). Los lecheros minoristas se abastecen de estas firmas por intermedio de revendedores. Las playas que existen son de las usinas pasteurizadoras. La leche que se consume en la ciudad se pasteuriza el 95%. Procede del sudoeste de Mar del Plata hasta la localidad de Juárez, como así también del Norte, Tandil y en verano de Chascomús. Se trae en tanques - termos que son propiedad de las firmas que tienen las usinas. La venta está a cargo de los revendedores de las firmas ya mencionadas.

II - Mercado de Frutas y Verduras

El Mercado de concentración mayorista de la ciudad de Mar del Plata es propiedad de la Cooperativa de Horticultores del Distrito y sus alrededores. Se divide en dos partes: una playa de exposición de productos vendidos por sus propios productores y los locales o puestos. Los puestos son alquilados por la Cooperativa a los mayoristas. Hay 24 puestos mayoristas exclusivamente para frutas y verduras. Algunos mayoristas son productores, pero en su mayoría son consignatarios y comerciantes. Se puede considerar a 8 mayoristas como revendedores. Los productores pueden vender directamente su producción en la playa libre o entregarla para su venta a los mayoristas del Mercado. El productor para poder vender su mercadería tiene que ser socio de la Cooperativa.

23 puestos tienen una superficie unitaria de 50 m². y uno 100

m2. Hay dos mayoristas que alquilan dos puestos cada uno. La playa libre ocupa una superficie de 1.550 m2. y hay 4.000 m2. de terreno disponible para estacionamiento o extensión de la superficie útil.

El Mercado Cooperativo se encuentra actualmente en buenas condiciones higiénicas y de agua, luz, teléfono, etc., ya que hace poco fué totalmente refaccionado en ese aspecto.

Los días de mayor actividad son los martes, jueves y sábado.

A - Depósitos Externos

En los alrededores del Mercado hay 18 depósitos particulares de los cuales la mayoría son mayoristas que no han podido obtener puestos en el Mercado. En cambio hay otros que son complemento de los puestos del Mercado. En estos depósitos hay frutas y verduras de toda clase, siendo también locales de venta. Se puede notar que por lo general en estos locales anexos se comercializa más la parte importada del abastecimiento (citrus, uva, banana, tomate, zapallo, cebolla, papas en parte, etc.) y que el Mercado se especializa más en la producción procedente del cinturón verde de la ciudad.

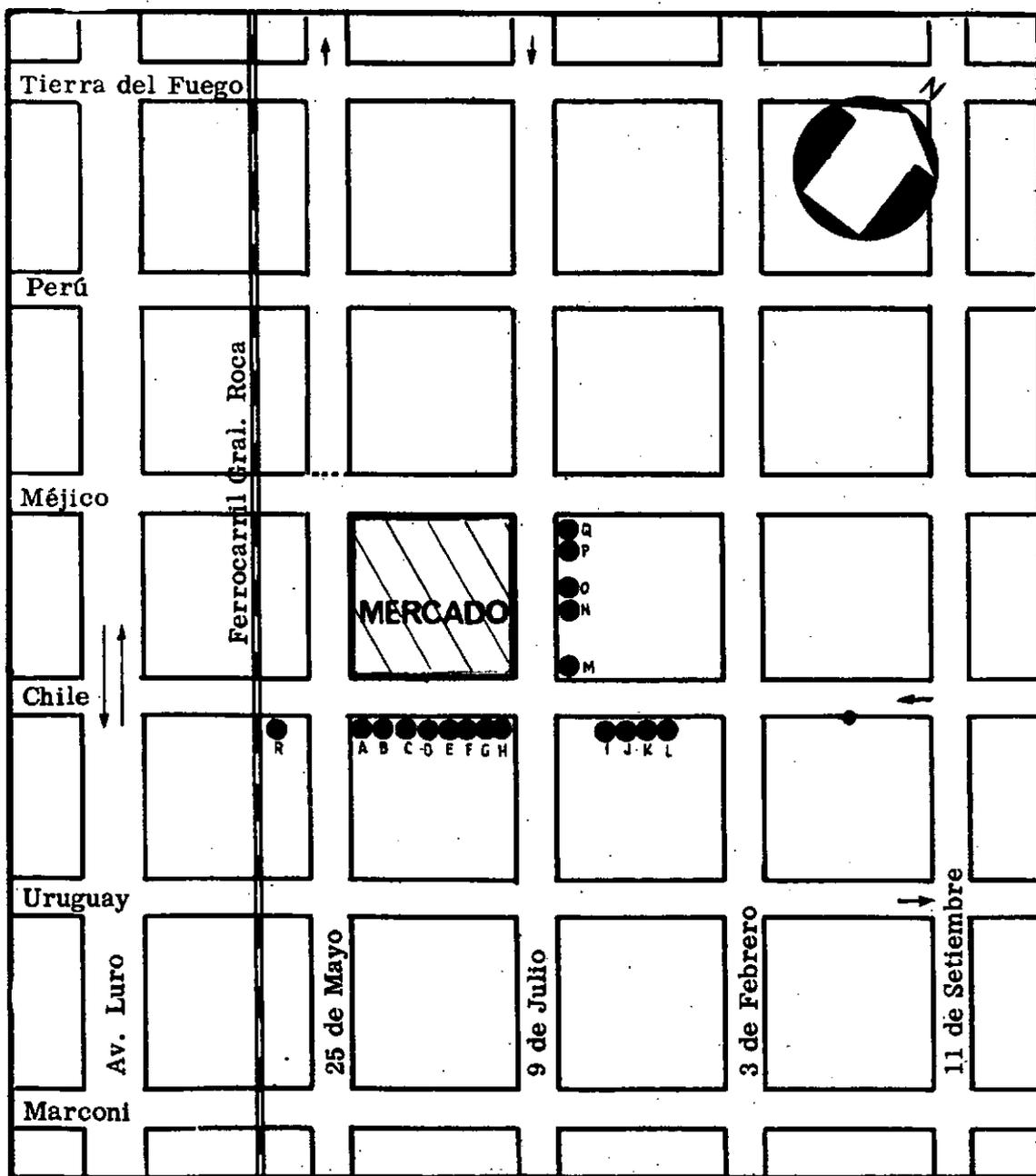
B.- Asociaciones Gremiales

Los mayoristas de frutas y verduras están agrupados en una sola entidad que se denomina Sociedad de Fruteros Mayoristas. Tiene 20 socios, o sea los mayoristas principales. No están reconocidos ni tienen personería jurídica, es una sociedad privada.

MAR DEL PLATA

UBICACION DEL
MERCADO CONCENTRACION HORTICOLA
Y ZONA ALEDANA

mapa n° 7



Los productores están agrupados en la Cooperativa de Horticultores y son dueños del Mercado. Las relaciones entre las dos asociaciones se suponen buenas, ya que en las mejoras que se hiciera últimamente en el Mercado, los mayoristas ayudaron financieramente a la Cooperativa.

C - Transportes

Las verduras llegan al Mercado en transportes propios de los productores (carros, chatas, camioncitos, pick-up, etc.). Vienen de la zona de Laguna de los Padres, El Pino, Valle Hermoso, El Martillo, El Soldado, La Peregrina, Cerenil, Camet, Cobo y Batán. Las frutas llegan del 90 al 95% en camiones de distritos de la provincia de Buenos Aires o de otras provincias. En ferrocarril viene solamente citrus y melones, llegan a la estación de carga ubicada a 40 cuadras del Mercado. Desde la estación se transporta en camiones. el 90% de los camiones son de los mayoristas o productores. Por ferrocarril en invierno no entra casi nada y teniendo en cuenta el verano habrá un máximo de 40 vagones por año. Son vagones completos que vienen consignados a varios comerciantes a la vez.

La época de mayor entrada es de Diciembre a Marzo, por el turismo que invade prácticamente la ciudad. Traen la fruta y verdura que escasea o no hay en la zona y que se produce en otras del país, cualquiera sea el lugar y la distancia.

D - Volumen de Ventas

La producción del Mercado se vende totalmente a los minoristas. Las instituciones oficiales (hospitales, asilos etc.) compran poco y nada, debido a que por el sistema de las licitaciones y concursos de precio y por la demora en los pagos, no pueden comprar directamente al Mercado, por cuanto este debe liquidar las ventas semanalmente a sus socios y no puede dar créditos mayores de 5 días. Las instituciones oficiales generalmente compran a comerciantes de sólida situación económica, que se presentan a las licitaciones con precios aumentados casi en un 100%; la que no puede venderse y se encuentra en buen estado es donada a hospitales, Asilo de Ancianos, etc. La fruta que sobra y se conserva en buen estado se mantiene para tratar de venderla y cuando ya está en mal estado se tira frente al Mercado,

E - Personal Ocupado

Los mayoristas que actúan en el Mercado, utilizan un promedio de 2 personas cada uno, aproximadamente 48 personas. El 90% de los mayoristas tienen encargados que los representan en su ausencia.

Dentro del recinto del Mercado, en la playa de productores, hay 3 empleados y 7 playeros encargados de la venta; son controlados por la Cooperativa. En los depósitos de los alrededores trabajan 30 obreros.

Para la carga y descarga de la fruta, dentro y fuera del Mer

cado, hay una cuadrilla de 100 obreros en verano. Esta cantidad disminuye en invierno. El Mercado tiene 5 empleados administrativos.

F - Exigencias Mínimas

En general la opinión es de que el Mercado es cómodo, según los mayoristas, aunque como es lógico hay una minoría disconforme. No hay ninguna objeción en que se haga un nuevo mercado. La objeción sería que en el invierno, uno de los dos tendría que cerrar, ya que dos mercados en competencia no podrán subsistir en esa época.

El actual Mercado de Abasto, es decir el Cooperativo, no tiene vías férreas de acceso, pero es factible construir un ramal, ya que se encuentra a escasos 100 metros de la vías del FF.CC.

En la calle Champagnant y Alberti, una firma particular, construyó un nuevo mercado, habiéndose inaugurado recientemente. Se eligió ese lugar por ser donde coinciden las rutas a Buenos Aires y Necochea y además en esa zona se están construyendo mataderos y hay frigoríficos cercanos, pero no puede asegurarse que se haya hecho un previo estudio integral. El nuevo mercado está aproximadamente a unas 40 cuadras de la estación de carga, al igual que el actual. Ninguno de los dos está alejado de la población. El nuevo Mercado está cerca y dentro de un barrio ya totalmente poblado.

III - Nuevo Mercado de Concentración de Frutas y Verduras

Respecto a este Nuevo Mercado, recientemente inaugurado, se han logrado obtener los siguientes datos:

a) Nombre del Mercado: Mercado Mar del Plata

b) Razón Social: Pellegrino y Sánchez, Soc. de Hecho.

c) Ubicación: Ocupa una manzana, que se encuentra comprendida entre las calles, Alberti, Champagnant, Rawson y Dr. V.E. Montes, es decir, al oeste de la ciudad y en la zona permitida por las autoridades municipales. Dista de la estación del FF.CC. unas 40 cuadras.

d) Construcción: Totalmente de mampostería y de ambiente moderno y agradable. Tiene 8.600 metros cubiertos, de los cuales 4.600 m. están destinados a la instalación de los puestos para mayoristas y una plaza de 4.000 m. exclusivamente afectada para playas de los productores que tienen acceso gratis al citado Mercado, con toda clase de comodidades, higiene, luz, etc.

Para los mayoristas, hay asignados 80 puestos. Estos puestos están divididos por mamparas enrejadas de hierro, semejando jaulas metálicas, donde el mayorista debe almacenar su mercancía. Estos puestos se alquilan a razón de \$ 120 por día, más una llave inicial cuyo monto fué imposible determinar, dada la negativa de los dueños a informar sobre ello, como sobre el nombre de los mayoristas que ocupaban los diferentes puestos.

e) Cámaras frigoríficas: No tiene;

f) Horario: de 3 a 10 hs. y de 16 a 19 hs.

g) Planos y reglamento: no fué factible obtener el suministro de esta información.

h) Problemas: Desde su inauguración (12-XI-63), los empresarios de este Mercado no han podido conseguir que los productores de la zona lleven sus productos al mismo. Se comercializa solamente productos que llegan de Buenos Aires. El motivo reside en que los productores se encuentran agrupados en la Cooperativa de Horticultores y son propietarios del viejo Mercado. El administrador confía en que para el mes de marzo de 1964 todos los productores llevarán sus productos a este Mercado. Además considera que los dos mercados no pueden subsistir, porque la ciudad, especialmente en invierno, dá solamente para uno solo.

IV - Análisis de la encuesta Mayorista

A - Frutas y Verduras

La encuesta mayorista en la ciudad de Mar del Plata se inició en un ambiente de mucha desconfianza, circunstancia que fue muy poco superada en el transcurso de los días sucesivos. Los entrevistados fueron visitados previamente a la realización de la encuesta y en esa oportunidad no se negaron a colaborar. Sin embargo, se pudo observar en las primeras encuestas realizadas que las contestaciones, particularmente en lo que concierne a los volúmenes comercializados, no respondían a la verdad.

La gestión realizada por el gerente de la Cooperativa de Horticultores, como la paciencia de los entrevistadores, que se presentaron en cada local y en varias oportunidades para satisfacer las comodi-

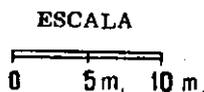
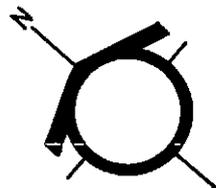
dades del mayorista, permitieron que se realizara casi totalmente la encuesta prevista.

De los 42 mayoristas existentes dentro y fuera del Mercado, 39 fueron entrevistados, de los cuales 34 contestaron en forma completa y 5 en forma parcial, lo que no permite incluirlos en el análisis de las conclusiones.

Haciendo el balance anual de la población permanente y la turística, se puede estimar una población de 310.000 personas. De esto surge que hay un mayorista cada 7.600 habitantes, con irregularidades entre verano e invierno. Como ninguna parte del estudio permite pensar que ese promedio, el más elevado de toda la república, sea el reflejo de una organización excepcional se puede deducir que una parte del abastecimiento, fundamentalmente en verano y a pesar de la distancia, se comercializa directamente desde Buenos Aires. Existen también acopiadores de papa y cebolla que operan fuera del Mercado, sin puestos de exposición y con reparto directo a los minoristas.

Ya hemos visto que el abastecimiento global anual de frutas y hortalizas podría elevarse a 90.000 Tn., de las cuales 15.000 serían de producción local, comercializadas en su mayoría sobre la playa libre. Se puede suponer que la mitad del consumo tiene comercialización directa, lo que representa aproximadamente 15.000 Tn. anuales. En esas condiciones, el promedio comercializado por mayorista y por año sería de 1.400 Tn. Este promedio, muy alto, no parece coincidir con las

MAR DEL PLATA
MERCADO DE CONCENTRACION HORTICOLA



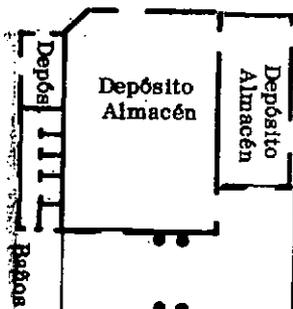
CALLE 9 DE JULIO

Entrada

Locales

Circulación vehculos

Circulación vehculos



Circulación vehculos

Playa techada - Descarga de hortalizas

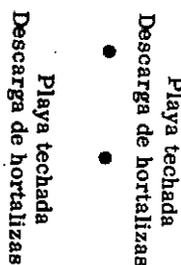
Circulación vehculos

Locales

CALLE CHILE

Terreno libre

Circulación vehculos



Circulación vehculos

Tinglado
Playa
Concentración
de hortalizas

Bar

Administración

Salida

Locales

Galpón

Terreno libre

CALLE 25 DE MAYO

declaraciones de los entrevistados (promedio de 600 Tn.) ni con la idea que se puede hacer sobre sus maneras de trabajar. Esto confirma la existencia de una comercialización ajena al Mercado y a sus mayoristas.

B - Especialidades de Productos Vendidos

En general, no hay especialidades bien características en las operaciones comerciales declaradas por los mayoristas. Una primera característica se presenta entre los 34 mayoristas analizados: 2 exclusivamente venden hortalizas, 8 exclusivamente frutas y 24 los dos productos.

Los dos especialistas en hortalizas venden toda clase de productos y en cantidad más importante papas, tomate y lechuga, lo que no representa ningún tipo de especialidad, sino por el contrario, las exigencias polivalentes de un minorista en verduras.

Entre los fruteros exclusivos o no, son pocos los que venden un número limitado de productos, a saber;

5 venden un tipo de fruta (4 manzana y 1 banana)

1 vende dos tipos de fruta (banana y citrus)

Los demás venden una o varias de las frutas fundamentales (citrus, manzana y banana), generalmente con algunas hortalizas fundamentales (tomate, cebolla, zapallo, batata, papa y zanahoria).

El 90% de los mayoristas venden más de 5 productos.

En resúmen, esas características son las de un grupo mayorista de segunda categoría o revendedores, lo que demuestra con eviden

cia que el fuerte de las operaciones comerciales de acopio y de importación, está en manos de otros mayoristas. En particular, ha de notarse que no se registró ningún especialista en papas, cebollas y zapallo, como debería existir normalmente en número de 5 a 8, si nos basamos en la experiencia de las otras ciudades.

C - Localización de las Compras

La mayoría de los entrevistados expusieron y detallaron con bastante claridad los datos referentes al origen de los productos que comercializan.

Se han considerado en este análisis 32 formularios, que declaran 219 productos o grupos de productos, lo que significa un promedio de 7 productos por mayorista, con extremos de 1 a 23.

Una primera observación nos permite ver que el 40% de los mayoristas declaran hacer las compras más importantes en el Mercado de Abasto de Buenos Aires. Como se puede observar en los cuadros siguientes, una gran parte del abastecimiento proviene de zonas que se encuentran al Norte de la Capital Federal, lo que justifica en parte su concentración en esta ciudad para una posterior redistribución, ya que no existe vía de comunicación que permita evitar el tránsito por la misma.

Se ha intentado analizar el rol de cada centro de producción del país en el abastecimiento de la ciudad de Mar del Plata, a través de las compras declaradas por sus mayoristas. No se ha podido obtener los tonelajes comprados por productos y por zona, sino únicamente por

producto y por cada mayorista, la lista de los lugares en los cuales se realizan las compras. Se puede utilizar este índice para medir la importancia relativa de cada zona, pero teniendo en cuenta que el número de veces que fué declarada una zona determinada para un producto determinado, varía no solamente en función de la importancia de la zona, sino también en función de la importancia del producto en las ventas globales del Mercado y la importancia del número de mayoristas que venden este producto. Es así como la manzana está nombrada 27 veces y el citrus 37, mientras que la frutilla y las cerezas 4 y 6 veces respectivamente, lo que hace que las provincias abastecedoras de manzanas o de citrus tengan mayor número índice que las de frutilla, sin que esto signifique que tienen mayor poder relativo una que otra. Es así que Santa Fe con el índice 4, abastece casi el 90% de frutilla, y Río Negro, con el índice 21, no abastece más que el 70% de manzana. Tampoco se puede decir que este índice representa el tonelaje comercializado por cada provincia en un producto determinado, ya que varía con el porcentaje de mayoristas que distribuyen el producto, el cual no está siempre en relación directa con el volúmen comercializado. Por ejemplo la ciruela, con índice 17, no representa ni la mitad de la comercialización de los citrus con índice 37, pero ocurre que en la estación de la ciruela muchos mayoristas de otras especialidades venden este producto mientras que los vendedores de citrus son más especializados.

En consecuencia presentamos a continuación los índices rela-

tivos por productos y por provincias y detallamos, utilizando las características del Mercado, las conclusiones que se pueden sacar.

No se ha tomado en cuenta banana y ananá, que vienen íntegramente de Brasil y que son comercializadas en Buenos Aires por los importadores. Tampoco se ha considerado la papa, cuya zona de producción nacional se encuentra centralizada en Mar del Plata.

En frutas se puede observar el gran número de centros que entran en competencia sobre el Mercado de Mar del Plata: 13 provincias y 7 localidades de la provincia de Buenos Aires, hacen un total de 20 centros productores. Podemos distinguir los productos que tienen una zona fundamentalmente abastecedora, con varias zonas anexas, y los productos que se reparten regularmente entre varias zonas. En el primer grupo aparecen: manzana y pera, que vienen de Río Negro de acuerdo al 90% de las declaraciones; citrus de Entre Ríos, 52% de las declaraciones; uva de San Juan, 60% de las declaraciones; frutilla, de Santa Fe, 100% de las declaraciones. En el segundo grupo aparecen: durazno que viene de Río Negro, Mendoza, Dolores y San Pedro, por partes iguales y según el 90% de las declaraciones; ciruelas, de Mendoza, Dolores y Tigre, por partes iguales, 90% de las declaraciones; igualmente melón, San Juan y Santiago del Estero y cereza de Río Negro y Mendoza.

También se pueden clasificar los productos que vienen de pocas o de muchas zonas. En el primer grupo tenemos: frutilla, una zona; cereza y melón, 3 zonas; manzana, 4 zonas. En el segundo grupo:

citrus y durazno, 8 zonas.

Haciendo la suma de los índices de una provincia para todos sus productos comercializados, podemos observar la importancia de esa provincia como abastecedora de Mar del Plata. Se destacan fundamentalmente Río Negro, Mendoza, San Juan y Entre Ríos, con índices superiores a la suma de los índices de todos los centros de la provincia de Buenos Aires.

Entre los centros nombrados de la provincia de Buenos Aires se encuentran Dolores, Mercedes y Río Colorado, que tienen en el abastecimiento nacional un rol muy secundario, pero que por la proximidad juegan en Mar del Plata un papel de regular importancia. Los otros centros nombrados son todos importantes en el orden nacional, como se puede ver en el cuadro siguiente. Sin embargo, debemos destacar Tigre, San Pedro y La Plata, que juegan en Mar del Plata un papel más importante que sobre las otras plazas.

En verduras, el número de centros abastecedores no es tan numeroso, 10 provincias y 4 localidades de la provincia de Buenos Aires. Con excepción del alcaucil, que viene el 100% de La Plata, la mayoría de los productos importantes vienen de varias zonas, en proporción parecida. Sin embargo, algunos índices muy fuertes revelan centros productores especiales como Salta, Jujuy y La Plata para el tomate, pimiento, chaucha y arveja; Médanos para el ajo; San Juan para la cebolla; Tucumán y La Plata para la lechuga; Santiago del Estero para el zapallo;

Mendoza y Córdoba para la zanahoria; etc. Como se puede ver, esta e numeración no aporta ninguna novedad a lo que se conoce ya de la producción nacional. De todas maneras, es importante subrayar que por ra zones de distancia o de vínculos comerciales, algunos centros toman más importancia que otros a pesar de que estos últimos tienen más gravitación en el Mercado Nacional: La Plata en verduras, domina a Santa Fe y Córdoba; Dolores y Río Colorado pueden mantenerse en competencia con Mendoza, Santiago del Estero y Tucumán.

D - Tonelaje y Superficie

Las declaraciones de los 34 mayoristas analizados suman 20.976 Tn., que representa un promedio aproximado de 600 Tn. para ca da uno, o sea un total comercializado de 25.200 Tn. para el conjunto del Mercado, si se toma en cuenta los mayoristas no encuestados y encuestados no analizados. En el mejor de los casos se puede comercializar en la playa libre el 80% de la producción local, o sea 10.000 Tn., lo que eleva el total general a 35.000 Tn. anuales, siendo pocas comparadas con las estimaciones que hemos podido hacer y que alcanzan a 90.000 Tn. La diferencia responde en parte a las reducciones de las declaraciones de los entrevistados y en parte a las distribuciones directas.

El factor superficie disponible tiene poca importancia. En e efecto, los locales del Mercado son todos superiores a los 50 m². La play a libre tiene una posibilidad de desarrollo no aprovechada sobre un

CUADRO Nro.10

Zonas de Producción que Concurren al Abastecimiento - Repartición por Producto
 (Índice en base a las declaraciones de los mayoristas)

	Río Negro	Mendoza	San Juan	Entre Ríos	Salta y Jujuy	Tucumán	San Luis	Catamarca	Sgo. del Estero	Misiones	Corrientes	Santa Fe	La Plata	Dolores	San Pedro	Tigre	Mercedes	Burratovich	Río Colorado	Totales
Manzana y Pera	21	3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	2	27
Citrus	-	-	-	19	2	1	-	-	1	9	-	-	-	1	3	1	-	-	-	37
Uva	2	5	11	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1	21
Durazno	6	5	1	-	-	-	-	-	-	-	2	-	-	4	5	-	1	-	1	25
Damasco	1	4	5	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	11
Ciruela	2	5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	4	-	4	-	-	1	17
Cereza	3	3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	7
Frutilla	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4	-	-	-	-	-	-	-	-	4
Melones y Sandías	-	-	4	-	-	-	-	-	4	-	1	-	-	-	-	-	1	-	-	10
	35	25	21	19	2	1	1	1	5	9	7	7	1	9	8	5	2	2	6	159

	La Plata	Santa Fe	Mendoza	San Juan	Salta y Jujuy	Tucumán	Córdoba	Río Negro	Sgo. del Estero	Entre Ríos	Dolores	Medanos	Río Colorado	Totales
Tomate - Pimiento	7	3	-	-	7	1	-	1	-	-	-	-	1	20
Berenjenas - Zapallitos														
Chauchas - Arvejas	5	-	-	-	2	-	-	-	1	-	1	-	-	9
Ajo	-	-	2	1	-	-	-	1	3	1	-	7	-	15
Cebolla	-	-	1	13	-	-	-	-	4	-	-	2	-	20
Alcaucil	5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5
Lechuga - Acelga	4	1	-	-	-	2	-	-	-	-	1	-	-	8
Zapallo	1	2	2	-	-	-	-	-	5	-	2	-	-	12
Batata	-	-	-	-	-	-	-	-	5	-	6	-	-	11
Zanahoria	3	2	5	-	-	-	6	-	-	-	-	-	-	16
Coliflor	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1
Repollo	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1
	27	8	10	14	9	3	6	2	18	1	10	9	1	118

terreno libre de propiedad del Mercado. Si bien el desarrollo en superficie de los mayoristas en el Mercado es imposible, lo sería sin dificultad sobre los terrenos vecinos y de esa forma existen muchas posibilidades que no son aprovechadas. Quiere decir entonces que las necesidades actuales están satisfechas, lo que está confirmado, ya que los 5.400 m2 disponibles, tanto dentro como fuera del Mercado, permiten comercializar un promedio de 75.000 Tn. de frutas y verduras por año.

Sabemos que el Mercado mayorista en construcción tiene previsto 8.000 m2. para puestos, cuya mitad está reservada para productores y el resto para 80 mayoristas. Esta superficie permitirá comercializar 110.000 Tn. anuales, pero no se ha tenido en cuenta las necesidades de tránsito, manipuleo y estacionamiento. Con este número de mayoristas el promedio por habitante se aproximará a los promedios comunes del país (3.200 habitantes por mayorista).

Esta observación confirma que el Mercado mayorista actual no concentra la totalidad de las operaciones comerciales.

A pesar de la similitud que existe en las declaraciones, se pueden destacar algunos grupos de mayoristas:

Mayoristas fuertes

En este grupo hay 3 mayoristas, o sea el 10% del total analizado. El total de sus ventas llega a 6.700 Tn. por año, que representa el 34% de las declaraciones. El promedio de 2.200 Tn. por mayorista fuerte parece bastante reducido, por lo que opinamos que no se le -

puede dar excesiva fe.

Se puede notar que todos venden varios productos, tanto frutas como verduras, sin especializaciones características.

La superficie de puestos que declaran ocupar son, respectivamente, 50, 100 y 400 m². Las declaraciones sobre días mayores y menores varían entre 25 y 30 Tn. para los primeros y 1.000 y 4.000 kilos para los segundos.

Mayoristas importantes

Fueron clasificados en este grupo los que declaran vender entre 800 y 2.000 Tn. Hay 5 mayoristas, o sea el 15% de los analizados, con una venta global de 5.920 Tn. anuales, 30% de las declaraciones, - siendo el promedio por mayorista de 1.200 Tn. Estos índices, para un grupo que abarca a los que normalmente deberían ser los principales en el Mercado, parecen razonables, aunque el número de mayoristas aparenta ser muy limitado por lo que opinamos que debe ser superior.

Con excepción de un mayorista especialista en citrus y banana, los demás declaran vender toda clase de productos.

El 60% tiene puestos en el Mercado, ocupando además depósitos externos, mientras que el 40% restante utiliza exclusivamente puestos y depósitos externos. En total ocupan 746 m². de puestos y 1.044 m² de depósitos, lo que significa un promedio de 150 m² de puestos y 210 m². de depósitos, superficies muy superiores a las necesidades de las comercializaciones declaradas.

Las declaraciones de días mayores varían en 5 y 30 Tn. y las de días menores en 100 y 3.000 kg.

Mayoristas Medianos

En este grupo se clasifican 7 mayoristas, que declaran vender entre 500 y 800 Tn. anuales. Representan el 20% de los mayoristas y suman 4.325 Tn. por año o sea el 22% del total. El promedio de venta de 6.100 Tn. por año es bastante regular para este grupo, pero se puede notar que para un mercado chico el número de mayoristas medianos es excesivo, ya que es un grupo de transición.

El 70% tiene puestos en el mismo Mercado, sin declarar depósitos externos, los restantes declaran puestos externos y uno solo depósito. Ocupan en total 488 m2 de puestos y 300 m2 de depósitos, o sea un promedio de 70 m2 por mayorista, sin tener en cuenta el único depósito del grupo.

Las declaraciones de días mayores y menores varían entre 6 y 20 Tn. para los primeros y 100 y 1.000 kg. para los segundos.

Todo parece indicar que en este grupo se encuentran varios importantes o fuertes, que han declarado operaciones comerciales inferiores a las que realizan realmente.

Mayoristas Chicos

Son 19 en total y representan el 55% del total analizado, con 4.031 Tn. anuales declaradas o sea el 20% del total. El promedio de venta es de 210 Tn. por mayorista.

Aunque estos datos pueden ser tomados como razonables para el mercado que se estudia, se debe observar por una parte que el promedio es muy bajo y que la repartición de las especialidades de venta es muy diferente de lo que se puede observar generalmente para este grupo en otros mercados. —

En efecto, se puede observar 3 mayoristas para un solo producto (5 para todo el Mercado); 1 que vende 3 productos (manzana, cebolla y zapallo), 2 especialistas en verduras y el resto, o sea el 70% no tiene especialidad. Por las características del Mercado, el porcentaje de mayoristas especializados es demasiado elevado para este grupo.

Según las declaraciones utilizan 1.376 m² de puestos y 380 m² de depósitos, lo que significa un promedio de 72 m² por mayorista.

Las declaraciones de días mayores varían entre 2 y 16 Tn. y las de días menores entre 100 y 1.000 kg.

*Me de al
uadp.*

E - Conclusiones

Las declaraciones fueron tan poco veraces que es muy difícil sacar conclusiones analíticas.

El cuadro siguiente resume las características más importantes:

CUADRO Nro. 11

Mayoristas	Nro.	Ventas	Puestos Ocupad.	Depó- sitos	Días Mayor. Tn.	Días Menores Kg.
<u>Analizados</u>						
Fuertes	10%	33%	550 m2		25-30	1000-4000
Importantes	15%	27%	750 m2	1050 m2	5-30	100-3000
Medianos	20%	21%	490 m2	300 m2	6-20	100-1000
Chicos	55%	19%	1375 m2	380 m2	2-16	100-1000
TOTAL	34 Unid.	20800 Tn	3165 m2	1730 m2		
<u>No Analizados</u>	5	3000 Tn	250 m2			
<u>No entrevistados</u>	3	1800 Tn	150 m2			
<u>Playa productores</u>	400	10000 Tn	1550 m2			
TOTAL		35600 Tn	5115 m2			
Superficie calculada			5400 m2			
Superficie del Nuevo Mercado			8000 m2			

Es muy difícil saber en qué medida esas declaraciones pueden ser inexactas, ya que se sabe que un importante porcentaje se comercializa sin utilizar los servicios del Mercado y además no tenemos ninguna estadística y no fue posible realizar ninguna encuesta para determinar el alcance de las operaciones reales. Sin embargo, por las dimensiones proyectadas para el Nuevo Mercado deben ser por falta de estudio pre-

vio, el resultado de un conocimiento práctico por parte de los mayoristas. Esto permite pensar que la comercialización global anual se eleva a 90.000 Tn. y que intervienen entre 60 y 70 mayoristas.

Las variaciones entre mes mayor y mes menor van de 6.000 a 10.000 Tn., datos que en el caso de Mar del Plata se deben tomar en cuenta más que los promedios anuales.

Varias informaciones de la encuesta permiten pensar que el Mercado Cooperativo es el abastecedor normal de la población estable - y que en el mismo se juxtaponen los productores de verduras locales y los importadores de frutas y verduras originales de otras provincias. Pero en la época de afluencia de población turística, en cantidades muy variadas y permanencia difícil de estimar con exactitud, se debe proveer la ciudad en gran parte directamente de otros mercados expedidores importantes del país como los de Abasto de Buenos Aires, Rosario y La Plata. La imposibilidad de realizar una encuesta de entradas y salidas en la época de verano no nos permite aportar pruebas a esta simple hipótesis.

Por último, se debe observar que Mar del Plata es el único caso de ciudad importante de la república abastecida por un mercado mayorista cooperativo. En otras ciudades, los mercados son de propiedad privada o pública, generalmente municipal, se alquilan puestos a las cooperativas que se encargan de la comercialización de los productos de sus socios. Esto tiene particular importancia en los mercados Abasto y

Dorrego de Buenos Aires, Rosario y Córdoba. En Buenos Aires hubo un intento de crear un mercado cooperativo que no llegó a concretarse. En Bahía Blanca la Cooperativa estudia un proyecto para hacer un mercado mayorista de su propiedad, en competencia con el actual que no protege los intereses de los productores. Debe destacarse que por el contrario en Mar del Plata se autorizó la edificación de un mercado mayorista privado en competencia con el Cooperativo.

Nomina de Mayoristas Instalados en el Mercado

100 m2	Local 4 y 3 bis	Néstor Grifero	s/Chile	Frutas y Verduras
50 m2	" 2	Marcelo Cecias	"	"
50 m2	" 1	Chantini Hnos	"	"
50 m2	" 1	Gaetano Ranieri	"	"
50 m2	" 2	Marcelo Cecide	"	"
40 m2	" 3	Chantini Hnos	"	"
50 m2	" 4	Luciano Tomaselli	"	"
50 m2	" 5	Domingo Caruso	"	"
50 m2	" 6	José Di Savino	"	"
50 m2	" 7	Raúl Gatti	"	"
50 m2	" 8	César Aparicio	"	"
50 m2	" 9	Rubén Di Paula	"	"
100 m2	" 5 bis	Ferrante y Cía	"	esq. 9 de Julio F. y V.
50 m2	" 10	Callao y Munani S.A.	9 de Julio Fr.	y Verduras
50 m2	" 11	Francisco Gianivello	"	"
50 m2	" 12	Giacomini Hnos	"	"
50 m2	" 13	Eduardo Cecide	"	"
50 m2	" 14	Pascual D'Astorfo	"	"
50 m2	" 15	Orpianesi y Rechiani	"	"
50 m2	" 16	Yantorno Hnos	"	"
100 m2	" 17 y 18	Mario Perticone	"	"
50 m2	" 19	Barba y Brown	"	"

Nomina de Mayoristas que tienen locales fuera del Mercado
Frutas y Verduras

AMADO L. BENGOCHEA Chile 1492

Local de 8,60 x 17,62

No tiene transporte - alquila

ANTONIO GIAMPAOLO Chile 1478

Local de 4 x 18,60

~~Transporte propio - 1 camión alquila~~

Planta Alta Maduradero de banana 4 x 18,60

ANTONIO ALVAREZ Chile 1474

Local de 4 x 18,60

No tiene transporte Alquila

SALVADORES, CABRERA y CIA. Chile 1470

Local de 8 x 4

No tiene transporte Alquila

DI JULIO HNOS. Chile 1462

Local de 8,60 x 43,30

No tiene transporte Propietario

PERTICONE HNOS. Chile 1442

Local de 8,60 x 43,30

Transporte propio 2 camiones Propietario

CAMPORALE y RIVEIRO Chile 1432

Local de 10 x 22

No tiene transporte Alquila

PERTICONE HNOS. Chile 1414

Local de 8,60 x 17,32

Transporte 2 camiones Propietario

LAS MARISMAS Chile 1380

Local de 5 x 12

No tiene transporte Alquila

COOPERATIVA DE PRODUCTORES LTDA.

DE RIO COLORADO Chile 1368

Local de 4 x 12

Tiene transporte Alquila

CECIVE HNOS. Chile 1366
Local de 9 x 26
Transporte propio 2 camiones Alquila

Desocupado

ARIAS HNOS. Chile 1399
Local de 10,55 x 23,30
Transporte propio 3 camiones Propietario

BERNARDI HNOS. Chile esq. 9 de Julio y México
Local de 6 x 10,50
No tiene transporte Alquila

FELIX BESATO 9 de Julio esq. Chile y México
Local de 6 x 10,50
No tiene transporte Alquila

ANIBAL FONTANA 9 de Julio esq. Chile y México
Local de 6 x 10
Propietario

ROSINOS HNOS. 9 de Julio esq. México
Local de 8 x 12
Transporte propio 1 camión Alquila

FRANCISCO ABRAHAN Chile 1568
Local de 7,30 x 9,50
Transporte propio 1 camioneta Alquila

MANUEL P. CALLAU S.R.L. San Juan esq. Colón
Local de 30 x 12
No tiene transporte Alquila

V - Informe sobre la Cooperativa de Pesca
e Industrializacion Limitada.

Esta Cooperativa está formada en su mayoría por propietarios de lanchas pesqueras. Su personería jurídica le fue acordada por decreto del P.E. de la Provincia de Buenos Aires con fecha 15 de febrero de 1960.

Está ubicada en la Dársena Puerto, cerca de la Banquina de Pescadores. Sus socios son los dueños de las lanchas que hacen pesca costera, es decir, sardinas, cornalitos, etc., quienes al no mejorar sus embarcaciones no pueden efectuar otro tipo de pesca.

Cada socio entrega a la Cooperativa el producido diario de su pesca y ésta se encarga de la venta y conservación de la mercadería hasta que es vendida. Los días jueves y viernes de cada semana la cooperativa liquida a sus socios el producido de las ventas, previa deducción del 2% que le corresponde de acuerdo a los estatutos. Con este porcentaje debe mantener las instalaciones en buenas condiciones, para evitar perjuicios a sus socios.

El local donde funciona la Cooperativa es propiedad de la Secretaría de Transportes de la Nación. Todas las inversiones que se efectúen quedan como mejoras para el fisco. Hasta la fecha se ha hecho una inversión aproximada de 7.000.000 de pesos para poner las instalaciones en condiciones óptimas.

La Cooperativa se encarga de conseguir a sus socios todos los elementos para un mejor desenvolvimiento de sus tareas, como ser: motores, repuestos, combustibles, redes, etc. Además compró una grúa especial para facilitar el trabajo de descarga de las lanchas. En ese sentido efectuó una inversión de siete millones de pesos, debiendo los socios para poder utilizarla abonar una cuota mensual de mil pesos.

No todos los dueños de lanchas de pesca costera se encuen -

tran. agrupados en la Cooperativa. Según la información obtenida a la fecha están asociados unos doscientos propietarios y se está bregando para agruparlos a todos. El total de socios activos asciende a trescientos setenta y nueve.

VI - Mayoristas de pescado en el puerto y frigoríficos

- P. Corresponde a ubicación según plano anexo.

- P.1 COOPERATIVA MARPLATENSE DE PESCA E INDUSTRIALIZACION LTDA. Matrícula 1916; Dársena de pescadores.

- P.2 PEMASUR S.C.A. Dársena de pescadores; armadores: 6 barcos de su propiedad. Pesca de altura: merluza, bacalao, calamar. Capacidad: 700 cajones por barcos. total 4.200 cajones. Planta fileteado de merluza. Fábrica harina de pescado.

Cámaras frigoríficas: planta congelación rápida 40° B/0. Capacidad 300 toneladas.

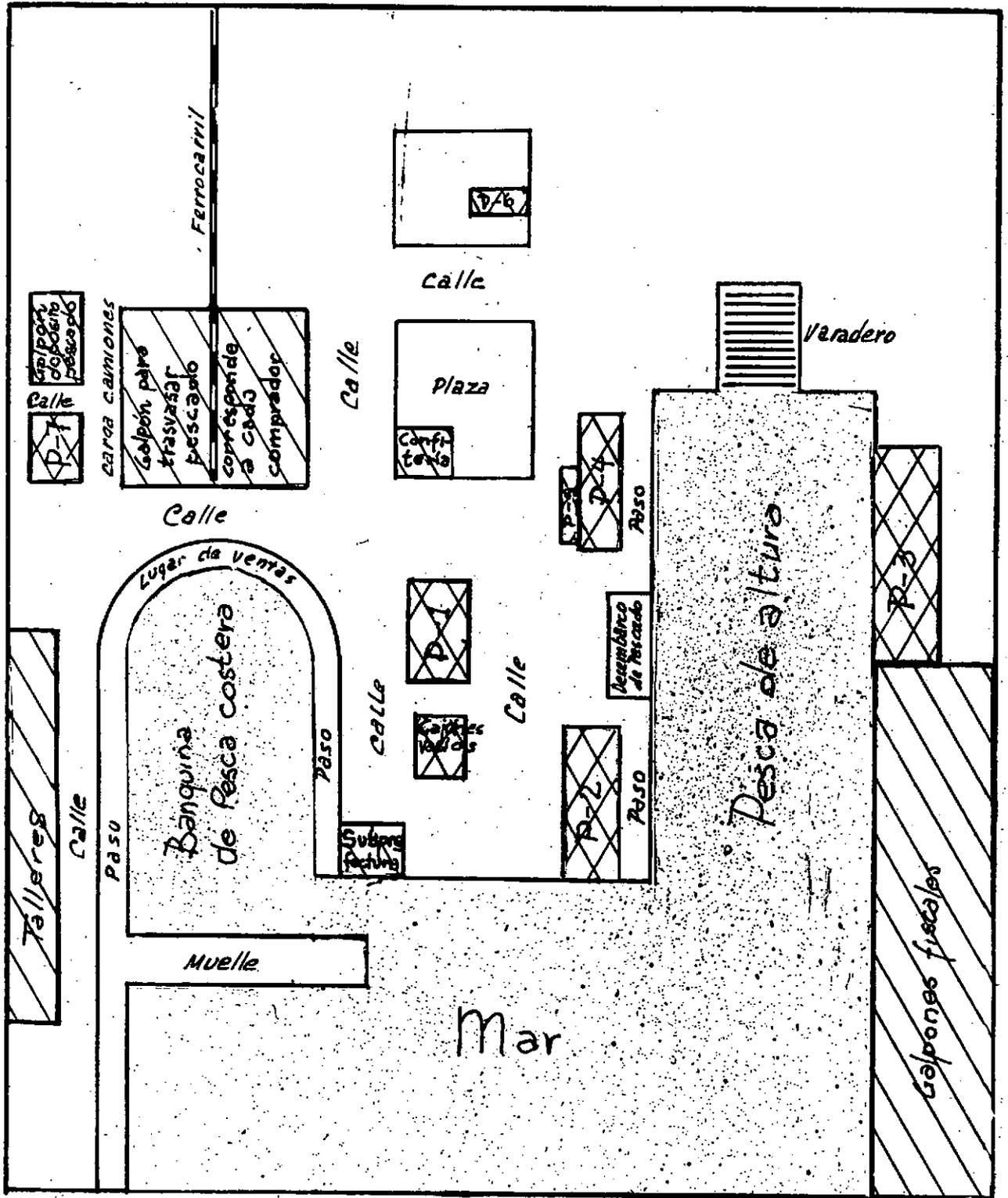
- P.3 COPEMAR S.A. Espigón Nro. 2 Dársena de pescadores. Armadores: 3 barcos propios y 6 contratados, todos para pesca de altura. Planta fileteado de merluza.

Cámaras frigoríficas: 2 cámaras conservación hielo de 16 x 16 mts. 10° b/0; una cámara congelado de 12 x 7 mts. 30° B/0; 2 cámaras conservación de pescado de 45 x 8 mts. 18° B/0; una antecámara de 4 x 9 mts.

- P.4 ARGEMBEL S.A. Pesq. Ind. y Fin. Banquina. Fábrica de harina de pescado. Una planta de fileteado de merluza. 5 barcos.

PUERTO DE MAR DEL PLATA

PLANO APROXIMADO DE LA BANQUINA



- P. 5 APIC.

- P. 6 MINIPESC R. L. T. calle F. Dársena. Mayorista venta al público. Local de venta al público de 20 x 15 mts. cubierto. Planta fileteado de merluza.

Cámaras frigoríficas: 3 cámaras para conservación de 25° B/0 capacidad total de las cámaras 200 Tn, Un congelador para 8 Tn.

- P. 7 FRIGORIFICO DEYACOBBI. Dársena de pescadores. Cámaras para mantenimiento de pescados y fábrica de hielo.

Cámara de 14,5 m2	33,4 m3
" " 16,4 m2	37,8 m3
" " 19,3 m2	44,4 m3
" " 22,2 m2	51. m3
" " 12,4 m2	28,5 m3
" " 6,7 m2	15,5 m3
Total 91,5 m2	210,5 m3

360 moldes de 25 kg. cada uno para barras de hielo; producción 9000 kg. diarios. Dos plantas de fileteados.

VII - Mayoristas de pescado fuera del puerto.

- 25 POLO SUR S.A.I.C. Cerrito 754. Mayorista de pescado de toda su variedad. Planta de fileteado de merluza de 600 metros cubiertos con cámaras frigoríficas de 4,50 x 10 mts. 25° B/0 ubicada en la calle Jacinto Ortíz Zárate 4127.

Cámaras frigoríficas: 3 cámaras conservadoras de 25° B/0; 1 cámara de 15° B/0; 2 túneles de congelación de 35° B/0; capacidad total 250 a 350 toneladas, según la variedad de pescado. Total de metros cubiertos 800 m2. Son exportadores de liebres en latas.

- 26 E.S.D.I.P.A. S.A.; Avenida Champagnant 1874. Mayorista de pescado y mariscos. 3 plantas de filet congelado. Transporte: 1 camión con acoplado termo. Esta sociedad esta ubicada en el mismo edificio - que el frigorífico FRIGOCEN S.A. cuyos socios forman parte de ambas firmas.

VIII - Frigoríficos

- 27 PAULUCCI HNOS. Independencia 3365; Fábrica de hielo y cámaras frigoríficas para terceros (aves, huevos, pescado, carne y frutas). 3 cámaras de 300 m³ de 9 x 9 x 5 mts., de 0° para conservación frutas y huevos; 1 cámara de 88 m³ de 7 x 3,40 x 3,80 mts. de 5° B/0 para hielo; 1 cámara de 88 m³ de 4 x 3,40 x 3,80 mts. de 10° B/0 para conservación de carne; 1 cámara de 87 m³ de 3 x 2,40 x 2,80 mts. 30° B/0; 2 cámaras de 87 m³ de 4 x 2,80 x 3,50 mts. de 18° B/0; 1 galpón de 30 x 12; 1 galpón de 27 m². 1 galpón de 20 x 12 mts.

- 28 FRIGORIFICO SUD ESTE S.A. Juan B. Justo 3333; Cámaras frigoríficas para terceros (Carne, huevo, pescado, fruta y verdura). 19 cáma-
ras de 12 x 15 x 5 mts.

- 29 COMPAÑIA FRIGOCEN S.A. Avda. Champagnant 1874. 3 plantas con 27 cámaras de 3° B/0 a 30° B/0. Total 12.700 m³. Transporte: 2 camiones.

- 30 FRIGORIFICO SAN TELMO - NAZARIO PARRA E HIJOS S.R.L. Chile y Rawson. 12 cámaras de 20 x 10 x 6 mts. de 30° B/0. Total 4.000 metros cubiertos exclusivamente para carne vacuna. Según infor

maciones es el frigorífico de la zona. Está construyendo sobre la Ruta 2 (a Buenos Aires) un matadero de vacunos con cámaras frigoríficas.

- 31 LA CAMPAGNOLA S.A. Edison 572. Fábrica de conservas de pescado. Cámaras frigoríficas.

- 32 JOSE DEYACOBBI. Funes 1549. Fábrica de hielo y cámaras frigoríficas para terceros (aves, huevos, pescado, fruta, verdura y carne).

Total 25 cámaras: 2 para hielo de 2° B/0; 13 para enfriamiento de 3° B/0; 5 para congelamiento de 2° B/0; 5 para depósito de congelado de 15° B/0. Total 1.805 metros cubiertos.

- 33 MACCHIAVELLO, D'AMBRA & CIA. S.A.I.C. T. Falkner 3773. Fábrica de conservas de pescado. 3 cámaras frigoríficas de 20° B/0; 1 túnel de congelación de 35 a 40° B/0; 1 congelador de placas de 35° a 40° B/0; 1 planta de fileteado de merluza. Exporta filete de merluza congelado. Transporte: 2 camiones. Total 6.000 metros cubiertos.

- 34 LAZA Y ZAMORA. Dorrego 1213.

IX - Mayoristas de Aves y Huevos

- 1 AURELIO DIEZ - Guemes 3145

Local de venta al público de 6 metros de frente por 4 mts. de fondo. Una Cámara frigorífica de 3 x 3 mts. a 0° para conservación. Un depósito de 10 x 5 mts. Transporte propio 1 camión.

- 2 PASCUCCI HNOS. S.C.A. - Alvarado 2744

Local venta al público de 4 x 11 mts. Una cámara frigorífica de 3,80 x 4 x 3 mts. enfriamiento 0° para conservación. Un depósito de 10 x 30 mts. Transporte propio 2 camiones. Criadero de aves ruta a Balcarce "San José". Como complemento, venta de granja en general.

- 3 MARINO & CIA. S. C. A. - Juan José Paso 3243
Local de venta al público de 4 mts. x 5 de fondo. Cámara frigorífica de 8 x 5 mts. 0° para conservación. Total del depósito con todo incluido de 40 x 10,80 mts. transporte propio 1 camión. Como complemento venta de artículos de granja en general.

- 4 DA CRUZ VAZ & HNOS. S. C. - Dorrego 3345
Local de venta al público de 5,80 x 6 mts. Un galpón de 5 x 10 mts. Transporte propio 1 camión y 1 chata. Local de venta público sucursal Alberti 1419.

- 5 JULIAN CASEO - Chile 2311
Depósito de venta de 15 x 10 mts. Total metros cubiertos 150. Transporte propio 1 camión.

- 6 LUIS GARCIA & CIA. - Rivadavia 4454
Local de venta al público: Mercado Giannelli, Luro esq. Guido, depósito de 8,50 x 10 mts. Transporte propio 1 camión.

- 7 ORDUÑA E HIJOS. - Maipú 4499
Depósito de 20,80 x 10 mts. Transporte propio 2 camionetas. Actualmente ampliando y reformando las instalaciones.

- 8 PASCUAL GATTI - Maipú 4672
Salón 6 x 6 mts. venta al público, y 36 mts. cubiertos de depósito. Transporte propio 1 camión.

- 9 JUAN GONA - Libertad 3971
Salón de venta al público: Mercado Pelaez, Rivadavia 2479. Total metros cubiertos de depósito 350. Una cámara frigorífica 5,70 x 3,80 x 2,80 mts. Transporte propio 2 camiones 1 camioneta.

- 10 DOMINGO GUTIERREZ - Jujuy 1379
Depósito de venta 10 x 43,60 mts. Metros cubiertos 200. Transporte propio 3 camiones y 1 camioneta.

- 11 LA TORRE E HIJOS - Rivadavia 3802
Depósito de venta 8 x 6 mts. Transporte propio un camión y 1 camioneta.

X - Conclusiones

Varios inconvenientes en la realización de las tareas de in -
vestigación no han permitido llevar a fondo el análisis proyectado.

Los organismos públicos locales no disponen de un material suficientemente completo o actualizado. También ocurre que algunas reparticiones no permiten publicar estudios recientemente terminados. Esto hace que el material en nuestro poder no reúna todos los elementos requeridos.

En la investigación directa realizada por este equipo no se pudo llegar tampoco a informaciones completas, ya que algunas encuestas no fueron realizadas por falta de colaboración local o de material básico y las realizadas carecen en gran parte de los datos necesarios.

Es evidente que la existencia del nuevo Mercado, ya casi terminado, compromete de tal forma los intereses privados que no permite desarrollar una tarea de investigación en óptimas condiciones, ya que todas las partes tienen tomada determinada posición y responde de acuerdo a ella.

El problema fundamental y característico del abastecimiento marplatense reside en los altibajos de la demanda, motivados por el desequilibrio de la población turística. Conforme a una característica ya observada en el curso del estudio de otras ciudades del país, se puede ver que este desequilibrio juega en favor del lugar de concentración más importante que se encuentre "próximo" a la ciudad. El Mercado de Buenos Aires, que abastece a 6 millones de habitantes puede fácilmente satisfacer las exigencias normales de Mar del Plata cuando su mercado local no las cubre. En 6 millones de habitantes 100.000 no es diferencia,

en 300.000 como tiene Mar del Plata si lo es, esto no solamente por el problema de espacio, sino también por el de recursos comerciales.

Ese "próximo" por Buenos Aires, representa 400 kilómetros, pero como no existe ningún lugar más cercano que pueda cumplir ese cometido, la diferencia no juega como factor negativo. Más aún, estudiando el ori -

gen de la mayoría de los productos, vemos que por una cuestión de ubicación en el mapa de la república, Buenos Aires es lugar de tránsito obligado de los mismos.

Se debe observar también, que la idea del nuevo Mercado fue iniciativa de un grupo de mayoristas que están acostumbrados a abastecer a Mar del Plata desde Buenos Aires.

Todas estas razones hacen necesario aclarar, a título de conclusión, que este informe no tiene todavía elementos suficientes como para justificar una posición más que otra.

ANEXO

I - METODO PARA REALIZAR LA ENCUESTA DE CIERRE DE CIUDAD

II - GENERALIDADES PARA LA DEFINICION FISICA DE UN MERCADO
ESTACION

III - FORMULARIOS: a) cierre de ciudad, b) encuesta mayorista

Método para realizar la encuesta de cierre de ciudad

La operación que consiste en realizar el bloqueo completo de una ciudad importante para registrar los movimientos de productos alimenticios, tiene como propósito determinar globalmente el nivel y la composición de la dieta familiar mediana, así como también el origen de los productos que la satisfacen.

Sabemos que existen varias otras formas más precisas para llegar al mismo resultado, pero en algunos casos característicos esta forma es la de más simple realización para el resultado a obtener.

La ciudad tiene que ser suficientemente importante y ofrecer bajo número de entradas para que los errores a cometer no tengan significación. Los mismos son bien conocidos: a) evasión de camiones por caminos secundarios, generalmente de tierra, por los cuales transitan carros o camionetas con poca carga; b) error en la evaluación del peso de los productos, aunque difícilmente puedan representar toneladas importantes, ya que se hacen por bultos de fácil contabilidad y de peso común o corriente; y c) error en la generalización de la encuesta.

Es evidente que la generalización del resultado de una encuesta de cierre de ciudad debe apoyarse en un conocimiento profundo del abastecimiento local.

Se deben distinguir fundamentalmente dos tipos de productos, según su aptitud para conservarse durante el almacenamiento. Un primer tipo son los productos que se renuevan en las reservas de los comer -

cientes cada vez que se agotan y este lapso de tiempo dependen de esa aptitud. En manzanas, pescados y huevos el almacenamiento dura varias semanas o meses; en zapallos, papas, batatas y zanahorias las entradas son semanales o quincenales; en tomates son cada tres o cuatro días.

El otro tipo se refiere a las verduras de hoja cuyas entradas son cotidianas o cada dos días.

El número mínimo de días durante los cuales se debe comprobar en forma continua las entradas y salidas de la ciudad, depende del conocimiento previo que se pueda tener sobre la forma en que se realiza el abastecimiento para cubrir el ciclo mínimo de renovación de stock de los productos que componen la dieta. Generalmente este número varía entre tres y ocho días. Los productos que, como manzanas en frigoríficos, escapan a este ciclo se registran directamente en su lugar de almacenamiento, interno a la ciudad.

Es también importante, observar las variaciones que experimentan a lo largo de las estaciones, tanto la lista de productos importados como el origen de los mismos. Es además interesante considerar la variación que puede ocurrir en la demanda local en función de movimientos estacionales de población. Estas son las razones por las que conviene realizar en distintas estaciones características del consumo, generalmente agosto, noviembre y febrero/marzo, el cierre a que nos referimos.

En la práctica es difícil cerrar totalmente una ciudad, asegurándose que todos los consumidores estén dentro de la misma y todos los productores afuera. También lo es determinar las entradas del día que fueron destinadas al consumo. Existen movimientos complejos internos o externos al límite de control que deben ser tomados en consideración para el cálculo del balance real. Además es fundamental para la planificación del abastecimiento conocer los lugares importantes de concentración y despacho de productos.

Por todas estas razones se efectúa un doble control de la ciudad: a) de las entradas exteriores y b) del barrio urbano de mayor concentración de productos.

A continuación y a título informativo presentamos el formulario al que se ajustó la tarea de control realizada en la ciudad de Rosario, que exigió la colaboración de 48 censistas y 63 agentes de policía durante las 24 horas de los 5 días de encuesta.

Movimiento de Entrada de Productos a la Zona
Blóqueada del Mercado de Abasto

Normas a seguir por los agentes censistas.

Las cargas que ingresen a la zona bloqueada pueden tener los siguientes orígenes:

- a) Procedentes de fuera del Municipio.
- b) Idem de quintas situadas dentro del Municipio.
- c) Idem de depósitos situados fuera de la zona bloqueada.

- d) Idem de frigoríficos situados fuera de la zona bloqueada.
- e) Idem de estaciones ferroviarias.
- f) Idem de estaciones de carga por automotor, situadas fuera de la zona bloqueada.
- g) Idem del puerto. Dos accesos (Rioja y Pellegrini).

El contralor de los productos según procedencia se efectuará así:

- a) y g) en los puestos de contralor sobre los accesos
- b) y f) en los puestos de contralor del bloqueo del Mercado.

Tareas de los Agentes de Control

Normas para el contralor de vehículos cargados con verduras, frutas, pescado, aves y huevos.

Entrada de Vehículos

Vehículos con carga para la ciudad de Rosario	Tarea a cumplir por todos los controles menos el de Arroyo Seco	<ol style="list-style-type: none">1. Llenará el formulario consignando "entrada".2. Anotará en el "ticket" la característica y número de chapa del vehículo, la fecha y hora en que se produce el paso.3. Colocará el "ticket" mencionado en la parte más visible del vehículo.
Vehículos en tránsito	Tarea a cumplir por todos los controles menos el de Arroyo Seco	<ol style="list-style-type: none">1. Llenará el formulario consignando "entrada en tránsito".2. Procederá como lo indicado precedentemente en 2.3. Realizará la operación señalada precedentemente en 3.

Tareas de los Agentes en el Bloqueo
de la zona del Mercado de Abasto

Entrada de vehículos

1. Llenarán el formulario por cada vehículo que conduzca verduras y frutas, siempre que éste no tenga "ticket".
2. Si el vehículo tiene "ticket" no se llenará formulario. Después de verificar la coincidencia de los datos del "ticket", se le retirará este.

Salida de vehículos

1. No serán objeto de ningún contralor.

El primer y último día en que se cumpla el bloqueo de la zona del Mercado de Abasto, se inventariarán las existencias de los puestos del Mercado, de los depósitos de la zona bloqueada y de las cámaras frigoríficas de Celle y Cía.

Salida de Vehículos

Vehículos con carga
de la ciudad de Ro-
sario.

Tarea a cumplir por los controles de La Florida, Nvo. Alberdi Fisherton, Av. Godoy Puente Gallegos y Puerto.

1. Llenará el formulario con signando "SALIDA".

Tarea a cumplir por los controles de Mo-
lino Blanco y Puen-
te Swift.

1. Llenará el formulario con signando "SALIDA"
2. Anotará en el "ticket" la característica y número de chapa del vehículo y la fecha en que se produce el paso.
3. Colocará el "ticket" mencionado en la parte más visible del vehículo.

Tarea a cumplir por el control de Arroyo Seco.

1. Llenará el formulario con signando "SALIDA" a todos los vehículos que no lleven "ticket"
2. A los que lleven "ticket" se les retirará éste y no se llenará el formulario.

Vehículos en
Tránsito.

Tarea a cumplir por los controles de La Florida, Nvo. Alberdi Fisherton, Av. Godoy Pte. Gallego y Puerto.

1. Llenará el formulario con signando "SALIDA EN TRANSITO".
2. Se retirará el "ticket" que lleve el vehículo.

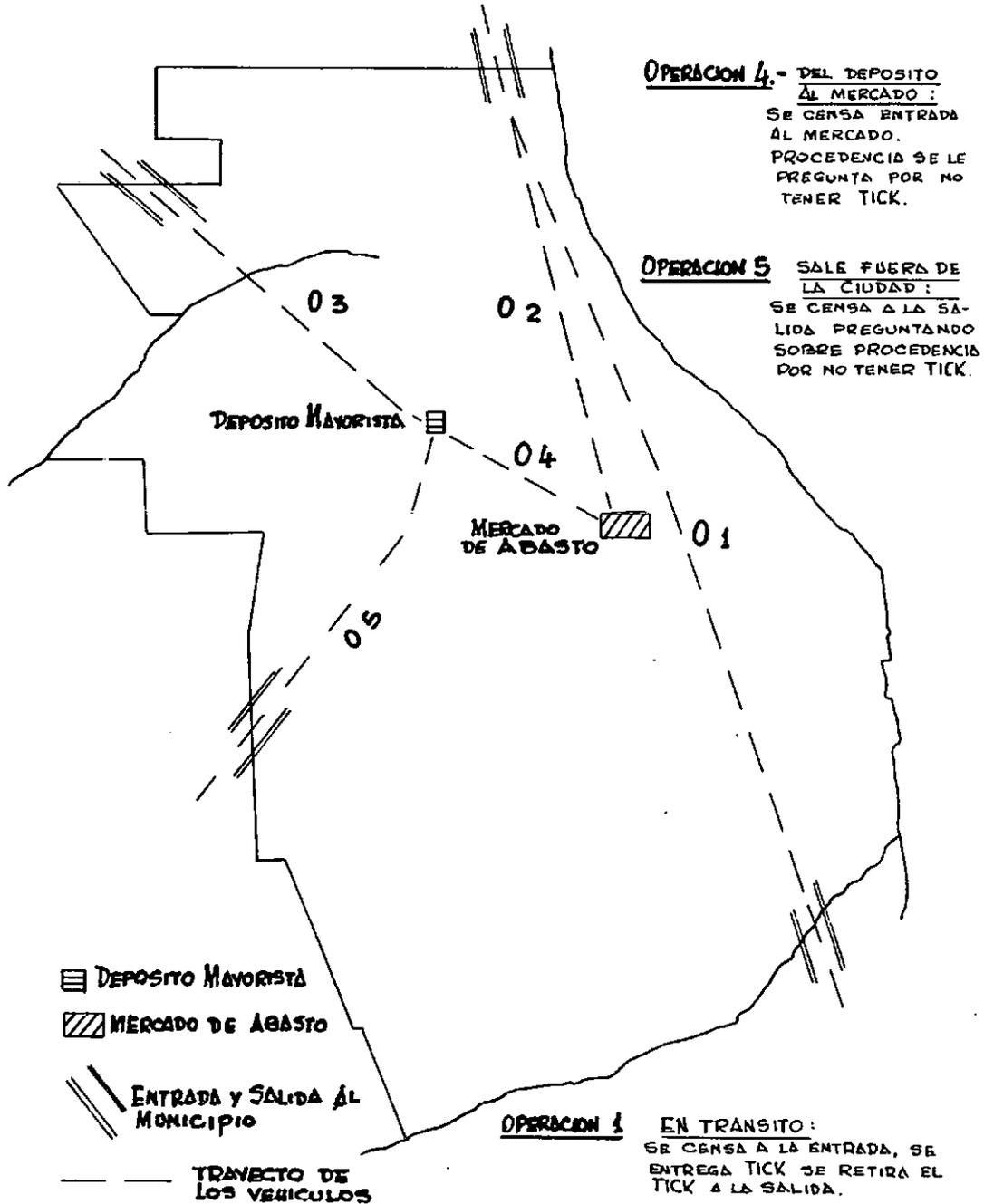
Tarea a cumplir por los controles de Mo-
lino Blanco y Puen-
te Swift

1. Observará que los vehículos lleven "ticket" y los dejará pasar.

Tarea a cumplir por el control de Arroyo Seco

1. Llenará el formulario con signando "SALIDA EN TRANSITO".
2. Retirá el "ticket" que lleve el vehículo.

DIAGRAMA DE UN CIERRE DE CIUDAD Y DE MERCADOS



OPERACION 4.- DEL DEPOSITO AL MERCADO :
AL MERCADO :
 SE CENSA ENTRADA AL MERCADO.
 PROCEDENCIA SE LE PREGUNTA POR NO TENER TICK.

OPERACION 5 SALE FUERA DE LA CIUDAD :
LA CIUDAD :
 SE CENSA A LA SALIDA PREGUNTANDO SOBRE PROCEDENCIA POR NO TENER TICK.

- ☐ DEPOSITO MAJORISTA
- ▨ MERCADO DE ABASTO
- ▬▬ ENTRADA Y SALIDA AL MUNICIPIO
- — — TRAYECTO DE LOS VEHICULOS

OPERACION 1 EN TRANSITO :
 SE CENSA A LA ENTRADA, SE ENTREGA TICK SE RETIRA EL TICK A LA SALIDA.

OPERACION 2 ENTRADA AL MERCADO:
 SE CENSA A LA ENTRADA, SE LE ENTREGA UN TICK Y SE LO RETIRA AL TICK EN EL MERCADO

0 1 OPERACION.

OPERACION 3 ENTRADA AL DEPOSITO:
 SE LLENA A LA ENTRADA SE LE ENTREGA TICK.

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.

I - "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 minoristas.

Cuáles son las necesidades que surgen de estas dos funciones?

La función comercial tiene 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 experien-

cia 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 mayo - rista como parte del minorista, el volúmen y la calidad de la mercadería existente en el mercado.

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

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

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

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

La primera condición es relativamente simple de obtener.

Para la segunda, el número bastante importante de vehículos minoristas y las cargas generalmente escasas que toman, obligan en general a permitir el acceso directo al puesto a los que cargan únicamente cantidades importantes (a definir en cada caso según el tamaño del mercado, los tipos de vehículos minoristas y las costumbres de compra). Los otros vehículos tienen que parar en las playas de estacionamiento, en las cuales se les entregará la mercadería por medio de pequeños trenes de carritos (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 evolucionado, el mercado debe ser lo suficientemente flexible para poder adaptarse a esta evolución, es decir compuesto de superestructuras lo menos especializadas posibles, económicas y fácilmente ensanchables o desarmables.

Los dos tipos fundamentales de mercados

Elección del tipo más adaptado.

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

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

Halles 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 diferente, y en el cual están agrupados todos los mayoristas.

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

Cuáles son las ventajas respectivas de estos dos tipos?

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

El Mercado Lineal, al contrario está perfectamente adaptado a las necesidades concernientes al manipuleo y a la flexibilidad, efectivamente las calles de circulación no son cubiertas, lo que permite reducir considerablemente el costo de la obra y preveer, para las construcciones, una serie de galpones standards fácilmente transformables. El

carácter "lineal" da lugar a mucho más espacios de carga y descarga frente a los puestos mayoristas y no hay 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 del 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 los paperos, los fruteros, los especializados en cuatro o cinco productos idénticos, etc. también por tamaño.

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

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.

Galpones mayoristas Frutas y Hortalizas

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

Primeramente, la mayor parte de los mayoristas tienen que disponer de una vereda para exponer "muestras" de su mercadería (la sola excepción puede estar constituida por los grandes mayoristas que venden productos muy particulares, en general papas y batatas unicamente a otros mayoristas, estos últimos constituyendo clientes fieles, lo que suprime practicamente la necesidad de la elección del producto, y por consiguiente la exposición del mismo). Esta vereda se encuentra sobre una calle "comercial" en la cual circulan los compradores. El ancho aconsejable de esta vereda parece ser de 6 mts. Efectivamente, esto corresponde a una exposición de alrededor de 400 Kg. por metro de vereda en el sentido longitudinal, o sea por un puesto de 4 mts. de largo (mayorista mediano, comercializando alrededor de 5 toneladas por día) una reposición de 1,6 Tn. 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 de ancho?. Pensamos que no, por las razones siguientes:

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

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

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

(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 a elegir este valor que en realidad no es el valor óptimo.

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

Esta superficie está ligada al volúmen de mercadería descargada anualmente sobre piso, inferior al volúmen total comercializado por el conjunto de los mayoristas dado que, así como lo hemos explicado en en 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, frutas, etc. pro

ductos que se presentan en general en cajón.

Los otros productos que se presentan o sea un lienzo o sea a granel (verduras, citrus a granel, bananos, zapallos, etc.)

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

$$\text{-Bolsas: } (2,50 \text{ m}^3. \times 250 \text{ kg. } \times \frac{2}{3}) \times 1/2 \times 300 \text{ días} = 62,5 \text{ Toneladas.}$$

$$\text{-Cajones: } (2 \text{ m}^3. \times 240 \text{ kg. } \times \frac{20}{30}) \times 1/2 \times 300 \text{ días} = 48 \text{ Toneladas.}$$

$$\text{-Otros: } (1 \text{ m}^3. \times 150 \text{ kg. } \times \frac{2}{3}) \times 1/2 \times 300 \text{ días} = 15 \text{ Toneladas.}$$

Cifras que hay que multiplicar por el coeficiente:

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

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

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

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

o sea

$$\text{- Bolsas: } 34,7 \text{ Toneladas/m}^2.$$

- 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 Tn.

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

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

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

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

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

Calles de Circulación

Calle comercial

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

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

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 agrupan los galpones dos por dos, un ancho de $12 \times 2 = 38$ 40 mts., y si se considera al galpón aislado con una calle para 2 x 2 filas camiones, con un ancho de:

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

Calle de circulación

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

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 exponemos 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 preveer para cada camión unos metros cuadrados de más para poner los bultos

antes de cargarlos, aconsejamos tomar una superficie de 75 m².

Instalaciones de Ferrocarril

Si se hace la clasificación de los vagones en el mercado mismo, hay que 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 de mayoristas. Pero, para no perturbar el movimiento de los camiones en la calle de descarga, aconsejamos ubicar las vías de ferrocarril en las calles comerciales.

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

Andenes de Carga y Descarga

Además de los andenes frente a los galpones, hay que preveer -al lado de las vías del ferrocarril integrando la playa de descarga- andenes mixtos de descargas para vagones-camiones que sirvan a la vez para descarga de la mercadería de los vagones que no van hasta

los puestos mayoristas, y llevarla después por zonas con vagoncitos hasta los puestos mismos, y también para descargar o cargar camiones en caso de reexpedición fuera del mercado sin permanencia de la mercadería en los puestos.

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

Otras Indicaciones

Playa libre

En cada mercado, hay que preveer una "playa libre" en donde los chacareros puedan vender directamente su mercadería al minorista sin pasar por un mayorista. La superficie de dicha playa puede ser calculada suponiendo que los chacareros comercializan directamente la mitad de la producción del "cinturón verde" correspondiente a la ciudad estudiada, tomando un promedio de 10 Toneladas de producción por hectárea y eligiendo por cada "puesto chacarero" una superficie de 35 m². (estacionamiento de vehículos del interesado y exposición de una parte de su mercadería), sobre el cual suponemos un promedio de comercialización de 20 Tn/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 supuesto no son individualizados.

Clasificación de Embalaje

La devolución de los embalajes vacíos es en general una pérdida de tiempo bastante importante para el minorista. Proponemos entonces preveer unos tinglados ubicados cerca de una vía principal del mercado, de acceso fácil, donde los camiones minoristas puedan descargar rápidamente en el piso los embalajes vacíos que tienen, dichos embalajes serán después recolectados en un tinglado de "Clasificación de embalajes", donde se los clasifica y se los despacha con destino a sus propietarios. Este tinglado tendrá que estar cerca de una vía férrea para los eventuales envíos directos por ferrocarril.

Galpones de aves y huevos, pescado-frigorífico

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

Oficinas Mayoristas

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

Maduraderos

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

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

ESQUEMA TIPO A

ESTACIONAMIENTO

ESTACIONAMIENTO

ESTACIONAMIENTO

ESTACIONAMIENTO

1	2	3	4												
12			5												
	11		6												
			7												

PUESTOS

ESTACIONAMIENTO

ESTACIONAMIENTO

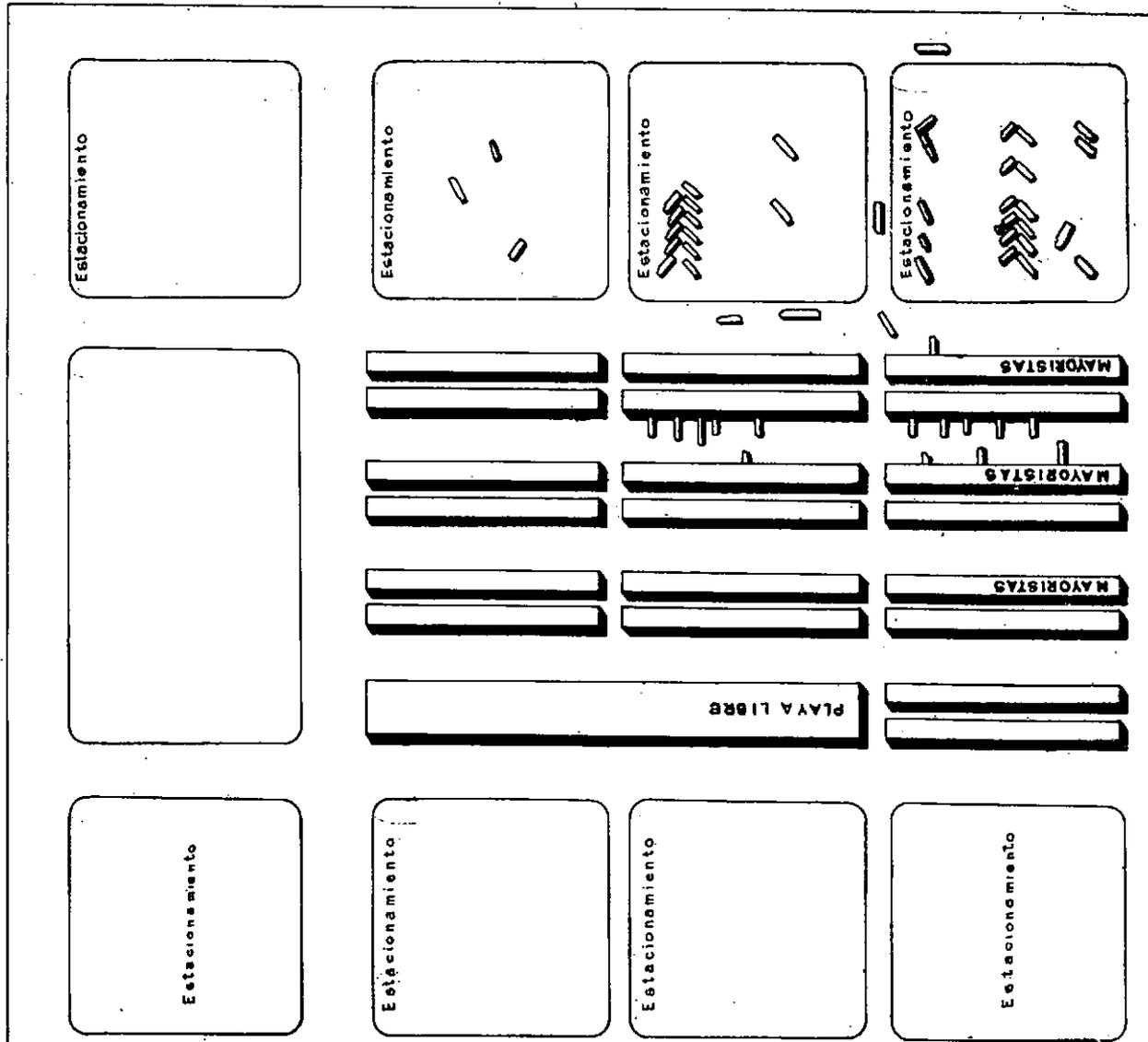
ESTACIONAMIENTO

ESTACIONAMIENTO

MERCADO TIPO PABELLON

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

ESQUEMA TIPO B



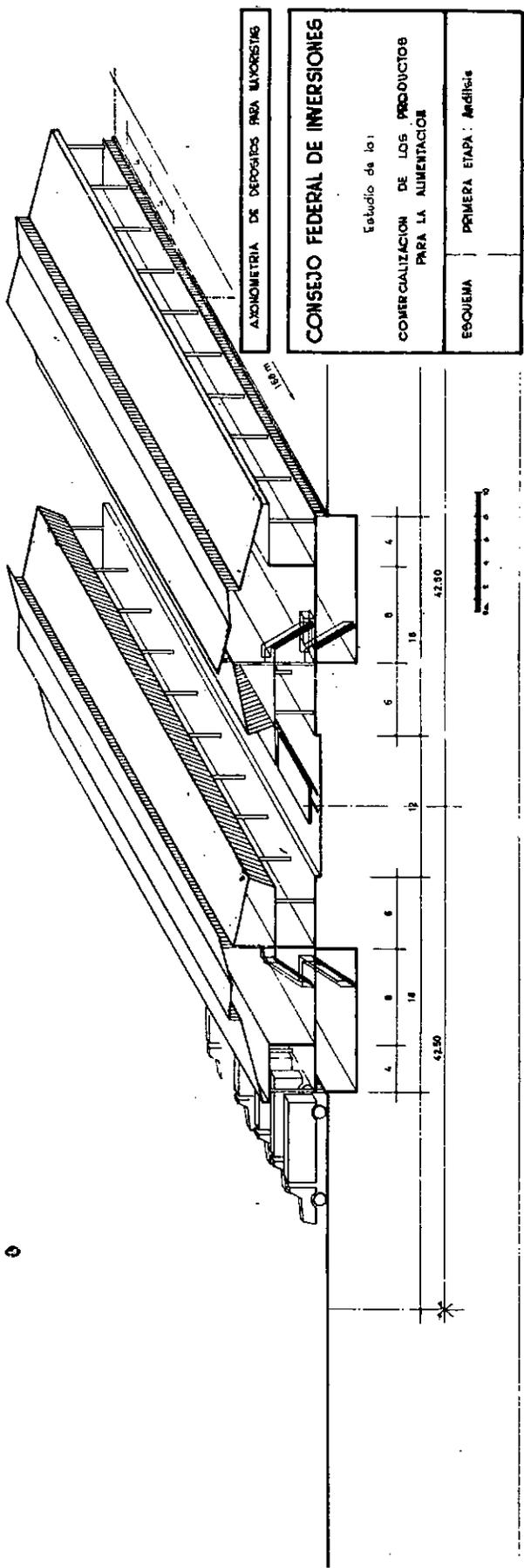
MERCADO TIPO LINEAL

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

Estudio de la:

COMERCIALIZACION DE LOS PRODUCTOS PARA LA ALIMENTACION

ESQUEMA PRIMEA ETAPA : Analisis



AXONOMETRIA DE DEPOSITOS PARA MAJORISTAS

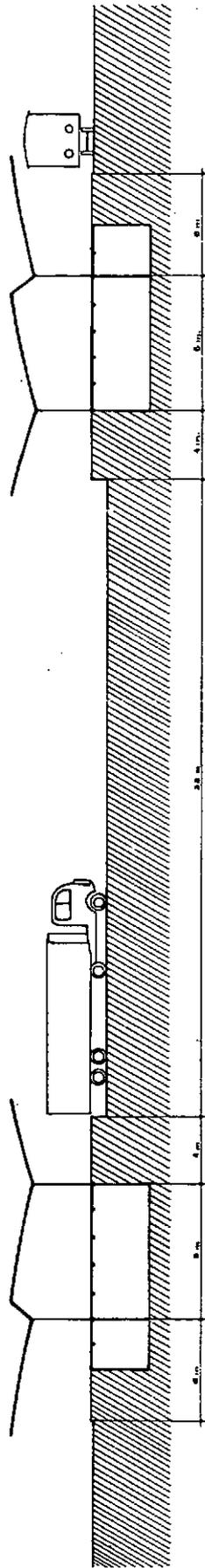
CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES	
Estudio de la:	
COMERCIALIZACION DE LOS PRODUCTOS PARA LA ALIMENTACION	
ESQUEMA	PRIMERA ETAPA: Andilicis

4 6 18 42.00

42.00



42.50



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

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

Cerezas y guindas				Hinojo			
Ciruelas				Lechuga			
Damascos				Naviza			
Duraznos				Nabo			
Manzanas				Pimiento morron			
Membrillo				Pimiento colorado			
Pera				Perejil			
Limones				Porro manteca			
Mandarinas				Puerro			
Naranjas				Rebanitos			
Pomelos				Radicha			
Uva				Radicheta			
Higos				Raspa			
Paltas				Remolacha			
Bananas				Repollo			
Ananá				Repollito brucelas			
				Salsifi			
				Tomate			
				Zanahoria			
				Zapallito redondo			
Acaíga				Zapallo			
Alcaucil				Papas			
Ajo				Melón			
Apio de cabeza				Sandía			
Apio hoja				Fruilla			
Arveja							
Batata							
Berenjena							
Berro							
Brócul							
Cardo							
Cebolla de cabeza				Pascado			
Cebolla de verdeo				Aves			
Coliflor				Huevos			
Chaucho ballina				Varios			
Chicjo maizón							
Escarola							
Espárrago							
Espinaca							
Grelo							

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

Ciudad y Provincia donde Cargó

Ciudad y Provincia de Destino

(1) Aclarar aquí

Código para anotar el bulto:	Cajón	CO	Bolsa	BO	Jaula	JA
	Cacho	CAO	Alado	TA	Lienzo	LE
	Caja	CA	Ristra	RI		

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

O. DESIGNACION DE LA EMPRESA

00. Razón social o Nombre y apellido

.....

01. Carácter orgánico

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

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

02. Carácter jurídico

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

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

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

Nacional

Municipal

04. Lugares de actividad

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

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

1. Mercaderías Comercializadas por la Empresa

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

11. Tonelaje puesto en depósito por la empresa en el año 1962		
110. Remanente diario	en el mercado	externo
1100. Remanente diario más elevado		
1101. Remanente diario comúnmente observado		
111. Disponible depositado con destino a la venta		
1110. Tonelaje que fué puesto en depósito durante todo el año 1962; presentar el promedio diario estimado		
1111. Tonelaje máximo observado en depósito		
1112. Promedio de tiempo de permanencia de la mercadería		

12 . Variedades comerciadas durante el año 1962

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

122 Hortalizas

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

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

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

Directamente al productor x
Cuales productos particularmente

--	--	--

A acopiador de producción x
Cuales productos particularmente

--	--	--

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

--	--	--

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

--	--	--

A negociantes especializados del centro consumidor x
Cuales productos particularmente

--	--	--

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

13. Tipo de envase utilizado para los productos

130. Característica	Promedio por tipo de envase
1300. A granel	%
1301. Cajones consignados	%
1302. Jaulas	%
1303. Bolsas	%
1304. Envase perdido	%
1305. Otros (lienzos, atados..)	%
	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.	1º 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 necesarias

62. Telex

Si No

Observaciones.

Fecha y Firma Aclarada

INDICE DE MAPAS

<u>Nro.</u>		<u>Página</u>
1	- Mar del Plata. Plano General.	9
2	- " " " Evolución Urbana.	11
3	- " " " Rutas camineras y ferrocarriles.	51
4	- " " " Intensidad del tránsito.	53
5	- " " " Zonas de producción hortícola.	75
6	- " " " Ubicación del mercado de concentración hortícola, locales mayoristas y frigoríficos.	85
7	- " " " Ubicación del Mercado concentración hortícola y zona aledaña.	89

INDICE DE PLANOS

1	- Mar del Plata. Mercado de concentración hortícola.	97
2	- Puerto de Mar del Plata. Plano aproximado de la banquina.	121
3	- Diagrama de un cierre de Ciudad y de Mercados.	137
4	- Mercado tipo lineal. Esquema tipo A.	155
5	- Mercado tipo pabellón. Esquema tipo B.	157
6	- Axonometría de depósitos para mayoristas - Esquema.	159
7	- Corte esquemático de un galpón para mayoristas.	161

INDICE DE GRAFICOS

1	- Crecimiento de la población.	63
2	- Mar del Plata. Afluencia de turistas.	69

INDICE DE CUADROS

1	- Estadística de hoteles de Mar del Plata, año 1956.	25
2	- Estadística sobre la evolución de la construcción.	29
3	- Estadística de la producción pesquera de Mar del Plata.	35
4	- Número de habitantes de Mar del Plata.	56
5	- Nacimientos, defunciones y crecimiento vegetativo. Cifras absolutas y tasas. Años 1945 a 1960.	57
6	- Crecimiento total, crecimiento vegetativo y saldo migratorio.	61
7	- Pasajeros entrados durante las temporadas 1930/31 a 1958/59.	67

<u>Nro.</u>		<u>Página</u>
8	- Superficie cultivada y número de quintas situadas en las inmediaciones de Mar del Plata.	74
9	- Producción hortícola en toneladas.	79
10	- Zonas de producción que concurren al Abastecimiento.	105/107
11	- Declaraciones de los mayoristas encuestados.	113

ANEXOS

I.	Método para realizar la encuesta de Cierre de Ciudad.	131
II.	Generalidades para la definición física de un Mercado- Estación.	139
III.	Formularios:	
	a) Cierre de Ciudad.	163
	b) Encuesta Mayorista.	165

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

06002

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

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

ANALISIS

SEGUNDA PARTE

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

TOMO 18

CIUDAD DE MAR DEL PLATA

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 Société Centrale pour l'Equipement du Territoire (SCET)-, que cumplieron funciones en el CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES, por el Servicio de Co-operación Técnica del Gobierno Francés.

INDICE GENERAL

DEL TOMO 18

Página

CAPITULO I

INTRODUCCION

- | | | |
|----|--|---|
| I. | Objeto del Estudio. Metodología Empleada | 1 |
|----|--|---|

CAPITULO II

EVOLUCION

- | | | |
|------|--|----|
| I. | Origen. | 7 |
| II. | Formación. | 8 |
| III. | Factor Dinamizante. | 14 |
| IV. | Análisis de la Expansión Urbana Registrada en la Ciudad. | 16 |
| | A - La costa marítima. | 16 |
| | B - El ferrocarril. | 19 |
| V. | Barrios de la Ciudad. | 21 |
| VI. | Industrias. | 24 |
| | A - Industria hotelera. | 24 |
| | B - Industria de la construcción. | 26 |
| | C - Industria pesquera. | 30 |

CAPITULO III

ARTERIAS EJES, VIAS FERREAS Y RUTAS DE ACCESO

- | | | |
|------|-------------------------------------|----|
| I. | Arterias Principales. | 37 |
| | A - Arterias de tránsito intenso. | 37 |
| | B - Arterias de tránsito mediano. | 42 |
| | C - Arterias de tránsito común. | 47 |
| | D - Arterias de tránsito turístico. | 47 |
| II. | Vías Férreas. | 48 |
| III. | Rutas de Acceso. | 48 |
| | A - Principales. | 48 |
| | B - Secundarias. | 49 |

CAPITULO IV

DEMOGRAFIA

I.	Población.	55
	A - Natalidad, mortalidad y crecimiento vegetativo.	56
	B - Migración, crecimiento absoluto, crecimiento vegetativo y saldo migratorio.	59
	C - Población turística.	65
II.	Consumo.	71

CAPITULO V

PRODUCCION

I.	Zona de Producción Hortícola de Mar del Plata.	73
	A - Superficie cultivada y número de quintas.	73
	B - La zona señalada para el desarrollo de la horticultura en el futuro.	74
	C - Epocas de producción y toneladas producidas.	78

CAPITULO VI

COMERCIALIZACION MAYORISTA

I.	Generalidades.	83
II.	Mercado de Frutas y Verduras.	87
	A - Depósitos externos.	88
	B - Asociaciones gremiales.	88
	C - Transportes.	91
	D - Volumen de ventas.	92
	E - Personal ocupado	92
	F - Exigencias mínimas.	93
III.	Nuevo Mercado de Concentración de Frutas y Verduras.	93
IV.	Análisis de la Encuesta Mayorista.	95
	A - Frutas y Verduras.	95
	B - Especialidades de productos vendidos.	99
	C - Localización de las compras.	100
	D - Tonelaje y superficie.	104
	E - Conclusiones.	112
V.	Informe sobre la Cooperativa de Pesca e Industrialización Limitada.	117

	<u>Página</u>
VI. Mayoristas de Pescado en el Puerto y Frigoríficos.	119
VII. Mayoristas de Pescado fuera del Puerto.	123
VIII. Frigoríficos.	124
IX. Mayoristas de Aves y Huevos.	125
X. Conclusiones.	126
INDICE DE MAPAS.	167
INDICE DE PLANOS.	167
INDICE DE GRAFICOS .	167
INDICE DE CUADROS.	167
INDICE DE ANEXOS.	168

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 impiden -por lo menos para una parte de ellos- un prolongado almacenamiento, podrán apreciarse las dificultades y complejidad del estudio encarado. Por otra parte debe considerarse que el proceso se realiza en un medio en constante evolución, al que se agregan otros factores tales como: el estado de los caminos, la importancia de las cosechas, los cambios en los gustos del consumidor y especialmente en la ciudad de Mar del Plata los movimientos imprevisibles de la población turística, que supera en número el total de la población residente.

Se contó con los siguientes elementos de información:

Estadísticas

- De producción, por zona de producción y por producto.
- De transporte ferroviario por producto, líneas y estaciones;
- De movimiento de mercaderías de algunos mercados -en general oficiales- (debe consignarse que estos datos casi siempre son in completos).
- 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, CFI - 1960.
- La primera y segunda parte del presente trabajo.
- Barili Roberto T., Génesis de Mar del Plata 1962. Publicación fs. 1, 2, 3.
- Intelangelo Herberto R. Cont. I.M.E.S. 1961, mimeografiado fs. 9 - 10 Industria de la Construcción.
- Ortiz Ricardo M. Ing° U.C.I.P. Publicación. Cuaderno Economía Nro. 7 - 11-12-13.
- Recci Amalia B. de "Economía Regional Marplatense". Estudio sobre demografía. Instituto Municipal de Estudios Superiores. 1961 (Estudio mimeografiado).
- Ortiz Ricardo Ing°. U.C.I.P. Cuaderno de Economía Nro. 7.

Metodología Empleada

Existen varias formas de llegar al conocimiento del consumo total anual de una ciudad. Una de ellas, es la de realizar un muestreo

en base a encuestas directas a familias de consumidores.

Sin embargo ello no estaba al alcance de las posibilidades, tanto materiales como humanas, que teníamos a nuestra disposición. Debe pensarse que nuestro trabajo comprende a once localidades, en todos los casos con una población que supera las 25.000 familias. Una encuesta que cubra los mínimos requisitos técnicos para poder considerarla un "muestreo" satisfactorio, hubiese exigido interrogar en cada ciudad a un número de familias que varia 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 mercaderías de la ciudad considerada, ubicando puesto de control en los caminos principales para certificar la naturaleza y el peso de la carga transportada. -

Este método sin embargo no pudo realizarse en la ciudad de Mar del Plata por varias razones que se detallan en la conclusión de este informe. Dado las características de la población de Mar del Plata que se estudia ampliamente a continuación, reiteramos la necesidad de efectuar esta forma de encuesta de "Cierre de Ciudad", como único medio para llegar a conocer con exactitud tanto el volumen global del consumo y su repartición por producto, como los altibajos registrados como consecuencia de los movimientos variables de la población turística. Será imposible planificar la estructura del abastecimiento hasta que no se disponga de esta información básica. Se acompaña en el anexo una metodo

dología apropiada que puede ser aprovechada en caso de realizarse dicha encuesta.

Otro aspecto fundamental desarrollado en este trabajo, es el estudio de la situación física y humana de la ciudad. Esta parte incluye a todas las estructuras que participan del urbanismo, tales como caminos, vías ferreas y edificaciones. La evolución histórica como así también los factores actuales que inciden en la evolución futura -particularmente riqueza natural, industria y comercio local- merecen una exposición más exhaustiva.

En efecto, la magnitud de los problemas del abastecimiento está condicionada por la expansión de la evolución humana de la ciudad que se debe preveer. El detalle de la dieta y las exigencias de los consumidores están directamente vinculadas al desarrollo económico y al nivel social de la población. En fin, la forma como se debe distribuir el abastecimiento en el ciclo de la vida de los habitantes y en los espacios a los que ellos concurren, depende directamente del conocimiento de la vida urbana.

Esta parte del trabajo fué desarrollada en forma correcta gracias a la abundante documentación existente y a los numerosos estudios del planeamiento urbano realizados en el ámbito municipal.

Con respecto a la comercialización propiamente dicha, debemos considerar los dos grandes rubros en que se divide: mayorísta y minorista. La minorista ya fué analizada en el tomo sexto del presente

trabajo y el estudio de la comercialización mayorista se hizo sobre la base de entrevistas que en cada ciudad comprendieron por lo menos el 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.

CAPITULO II

EVOLUCION

I - Origen :

El 13 de Agosto de 1856 el estanciero José Gregorio Lezama vendió a un consorcio portugués que integraba José Coelho de Meyrelles y otros, las estancias: laguna de los Padres, La Armonía y San Julián de Vivoratá; los adquirentes se proponían fundar un establecimiento saladero, financiado por la Sociedad Rural, que constituyen con ese objeto.

El señor Meyrelles, que tenía parte en el negocio y la dirección del mismo, compró en 1857 la parte de sus asociados. Puede considerarse al señor Meyrelles el primer poblador virtual de Mar del Plata.

Al establecerse en estas zonas el señor Meyrelles trajo consigo los materiales y elementos necesarios para desarrollar sus actividades. El personal era brasileño.

El saladero y corrales fueron instalados: en lo que hoy es Avenida Luro hacia 25 de Mayo y de San Luis a Santiago del Estero. Comenzó a construir también un muelle de hierro para embarcadero en la desembocadura del Arroyo San Ignacio (hoy Las Chacras - entubado) denomi-

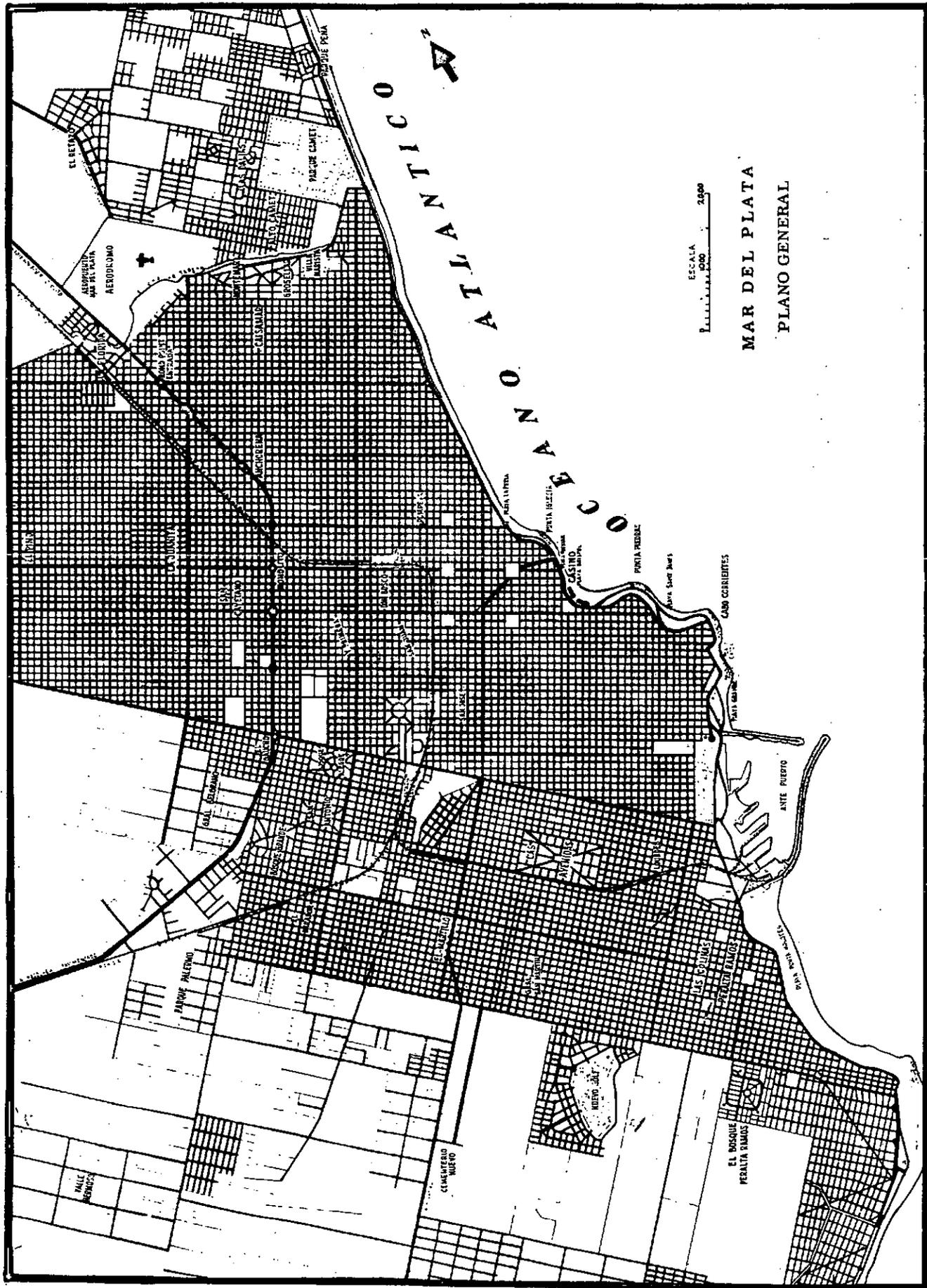
nándose actualmente el paraje Punta Iglesia. El puerto se llamó en ese entonces Puerto de la Laguna de los Padres.

II - Formación

El 26 de Septiembre de 1860 el señor Coelho de Meyrelles vendió sus campos y el saladero a don Patricio Peralta Ramos, considerado el verdadero fundador y propulsor de Mar del Plata. Este adquiere tres barcos de alto bordo, la barca "La Armonía", el bergantín "Eduardo" y el peilebote "Lobería Chica", terminando de construir el muelle de hierro que existía en Punta Iglesia, para dar impulso a las actividades del saladero.

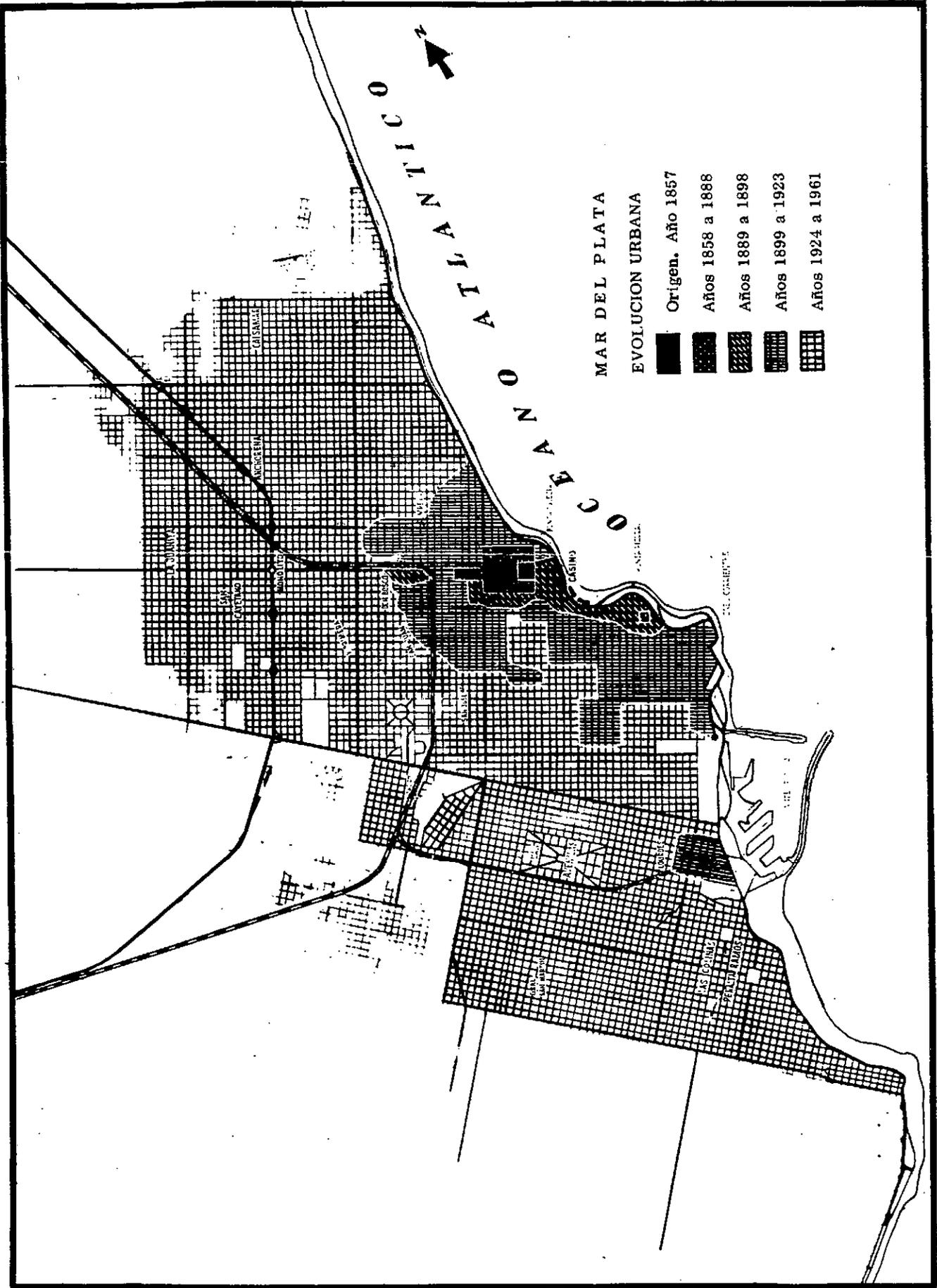
El 14 de Noviembre de 1873 solicita autorización al gobernador de la Provincia de Buenos Aires, Don Mariano Acosta, para fundar un pueblo en el partido de Balcarce, en terrenos de su propiedad, sobre el puerto conocido por Laguna de los Padres, proporcionando toda clase de referencias sobre el lugar y su progreso.

"Este punto - sostiene textualmente el señor Peralta Ramos en "su presentación- llamado a tan gran desenvolvimiento, es ya un pueblo, "hay en él un gran saladero cuyo costo primitivo fué de \$ 4.000.000.-m. "c., aproximadamente, hay un muelle de hierro que costó 30.000.-duros, "hay un molino de agua que puede elaborar la harina suficiente para las "necesidades de la localidad, hay una iglesia de piedra y cal con todo "cuanto es requerido, que puede contener 400 personas, que fué erigida



ESCALA
1:100,000 2,000

MAR DEL PLATA
PLANO GENERAL



MAR DEL PLATA

EVOLUCION URBANA

- Origen. Año 1657
- Años 1858 a 1888
- Años 1889 a 1898
- Años 1899 a 1923
- Años 1924 a 1961

ATLANTICO

CASINO

LA PLAZA

"recientemente en parroquia provisoria, y está allí el sacerdote para re-
"gentearla; hay botica, panadería, herrería, zapatería y otros ramos in-
"dustriales, estando listo el colegio municipal y hay además, más de 20
"casas de piedra, madera y ranchos ocupados por negocios de diversos gé-
"neros".

"Si S.E. me permite me propongo delinear, amojonar y nivelar
"convenientemente un pueblo de 100 manzanas, de 100 varas por cada una
"dividida una de otra por calles de 20 varas de ancho las comunes, las
"principales de 40 y del mismo ancho la de circunvalación, cuyo pueblo es
"tá rodeado por quintas y chacras de conveniente extensión formando en
"su totalidad un área de dos leguas y un quinto de otra. Habrá siete pla-
"zas de 200 varas de costado cada una. Donaré gratuitamente otorgando
"la correspondiente escritura, el terreno necesario para edificios públi-
"cos, a saber: Cementerio, Iglesia, Hospital, Escuela Municipal y Juzga-
"do, no pudiendo en ningún tiempo ni caso darle otra aplicación y cuya
"toma de posesión deberá tener lugar antes de un año por la Municipali-
"dad del partido.

"La localidad de este pueblo irá sobre el puerto llevando su nom-
"bre: Mar del Plata". etc.etc."

El 5 de Diciembre de 1873 el departamento Topográfico de la Pro-
vincia de Buenos Aires se expide favorablemente al pedido; el 10 de fe-
brero de 1874, por Decreto del P.E. de la Provincia, se aprueba la fun-
dación de Mar del Plata. La traza del pueblo se hizo tomando como base

la iglesia existente SANTA CECILIA, construída en la loma que lleva su mismo nombre.

El 13 de Diciembre de 1880 el P.E. de la Provincia le dá el nombre de Mar del Plata, Cabeza del Partido General Pueyrredón.

El año 1881 el Gobernador de la Provincia, Dr. Dardo Rocha, realiza una visita a la localidad donde se le presentó el primer censo de la población que ascendía a 3.498 habitantes. Dicho Gobernador se interesó por Mar del Plata y prometió que haría llegar el FF.CC. a esta zona. Por Ley del 21 de Julio de 1881 se autoriza al F.C.O. para que construya la línea telegráfica de San José de Balcarce a Mar del Plata.

El 22 de Diciembre de 1883, el Gobernador Dardo Rocha envía un mensaje a la Legislatura de la Provincia adjuntando una propuesta del F.C.Sud para construir dos ramales que, partiendo de Maipú o Ayacucho a elección del P.E. llegue a Mar del Plata y otro de Juárez a Tres Arroyos.

III - Factor dinamizante

El 26 de Diciembre de 1886 se habilitó al servicio público el ramal de Maipú a Mar del Plata por el F.C.Sud. Tenía una extensión de 129 km. y, por consiguiente 400 Km. de la Capital Federal. Este acontecimiento, no deja la menor duda, fué el factor dinamizante que hizo posible el progreso de Mar del Plata, contribuyó a la incrementación de las corrientes turísticas, al fomento de la agricultura regional, al fomento

En ese año se solicitaron 18 permisos para construcción, dentro del éjido urbano, es decir de la costa hacia el oeste ó sea donde se había instalado la Estación del F.C.Sud. Se construyeron dos hoteles: El Grand Hotel y el Hotel Bristol, que se inauguró el 8 de enero de 1888, y que fué el lugar preferido durante muchos años por la sociedad porteña y los grandes personajes de la época. Todavía existe parte del mismo convertido en galería comercial en la manzana comprendida entre las calles: Buenos Aires, Rivadavia y San Martín. También entonces comenzaron a hacerse las primeras construcciones tipo chalets en la loma, hoy Stella Maris cerca de las costas del mar.

Ese mismo año se inauguró la primera temporada veraniega de Mar del Plata.

El servicio telefónico se inauguró el 9 de enero de 1889 habilitándose 50 líneas.

El servicio tranviario a caballo tuvo su inicio en abril de 1889. En 1890 se inaugura el Palacio Municipal (Luro e H.Irigoyen) e Iglesia (Parroquial). La Catedral San Pedro el 6 de febrero de 1898, Luz Eléctrica en Diciembre de 1898.

La construcción del Puerto de Mar del Plata fué autorizada por Ley 6499 del 11 de Octubre de 1909; el 24 de febrero de 1913 se colocó la piedra fundamental, encargándose de los trabajos la Cía Sociéte Nationale de Travaux Publics de Paris.

En Octubre de 1938, se concreta la ruta 2, que une la ciudad con la Capital Federal. Esta obra le dió otro grande y extraordinario impulso a la ciudad.

El 19 de Julio de 1907, por Ley de la Provincia, Mar del Plata fué declarada ciudad.

IV - Análisis de la expansión urbana registrada en la ciudad:

Para poder analizar mejor este punto, deben considerarse dos situaciones: a) La costa Marítima, y, b) el FF.CC. Ambos aspectos fueron, indiscutiblemente, los factores preponderantes, para que Mar del Plata obtuviera el lugar de privilegio que ostenta actualmente.

A - La Costa Marítima

La Ciudad de Mar del Plata, ubicada en un lugar privilegiado y a escasos 400 km. de la Capital Federal, con un clima excelente, y bordeada por el este por hermosas playas, indudablemente tenía que llegar a convertirse en un lugar prominente como zona turística dentro y fuera de los límites del país. Analizaremos su expansión en este aspecto tomando sus costas desde el norte al sur, es decir desde Parque Camet hasta El Faro.

El sector correspondiente desde Parque Camet hasta la calle 25 de Mayo, comprende los barrios: Parque Camet, Constitución, Parque Luro y La Perla. Es una zona turística residencial que no ha tomado el impulso edilicio como la zona central, debido a que las ordenan

zas municipales no permiten construcciones en propiedad horizontal, con el objeto de mantener una zona residencial de chalets y al mismo tiempo, un desahogo para la ciudad. La más importante es La Perla que se encuentra en plena zona céntrica, ya que limita al sur con la calle 25 de Mayo; en ella está ubicada la Iglesia Santa Cecilia - Patrona de la Ciudad - y punto de partida de la Ciudad de Mar del Plata; es un lugar que prefieren muchos turistas por ser de mayor tranquilidad y, por consiguiente, de mejor descanso.

En segundo lugar, tenemos la zona céntrica, que corresponde desde la calle 25 de Mayo hasta Avenida Colón (Costa) que corren de este a oeste y hasta Buenos Aires (norte a sur), y forman las playas: Popular, Bristol, Punta Piedras (Torreón), es donde se inicia la gran corriente turística de la ciudad, ubicada cerca del lugar de origen, de hermosas playas naturales de extraordinaria belleza. Este punto comienza - prácticamente en 1888 con el Hotel Bristol y los primeros chalets habiendo llegado a convertirse actualmente en una zona residencial de gran categoría por las mansiones construídas en su zona. Es la parte de mayor urbanización (se encuentran los casinos, hoteles de mayor jerarquía, etc) Hasta el año 1950 se mantuvo el estado señorial y privilegiado en esta zona, después comenzó la construcción de monumentales edificios en propiedad horizontal, que obligaron a demoler las grandes mansiones y chalets y cambiaron fundamentalmente el aspecto edilicio del sector, convirtiéndolo en una verdadera mole de cemento, con muchos edificios que os

cilan entre los 8 y 30 pisos. Puede asegurarse sin temor que en la temporada veraniega es una de las zonas de mayor población del país.

En tercer lugar, la zona comprendida desde Colón a Almafuerte al sur y limitada al oeste por Buenos Aires, en la cual se encuentran la Loma de Stella Maris, la Estación Terminal de Micros, el Barrio Playa Grande, etc. conserva todavía mansiones de la primera época. Es zona exclusivamente residencial y veraniega. Sobre la costa también hay edificios en propiedad horizontal, pero bastante raleados, en el perímetro del Bvard. San Martín.

En cuarto lugar, desde Almafuerte, siempre al sur, hasta Juan B. Justo, cambia fundamentalmente el aspecto, ya que su costa se mantiene prácticamente sin edificación, por cuanto los campos del Golf Club ocupan toda la zona costera, la edificación es muy raleada y en sus proximidades se encuentra el Cementerio de la ciudad. En sus alrededores hay casillas de madera y edificación de segunda o tercera categoría, perteneciente a gente obrera que trabaja en el puerto y sus alrededores. Además, en esta zona, sobre el puerto está la base de Submarinos y Casino de Oficiales, de manera tal que el turismo se anula totalmente en estas playas.

En quinto lugar, tomamos el puerto y su zona el barrio del Puerto. Es característico de Mar del Plata, por su edificación variada y sin llevar una línea precisa. Tiene una importancia relevante en la ciudad por sus industrias, derivadas del pescado, en el puerto y fuera de él.

La producción pesquera se debe a los habitantes de ese barrio, que son estables, y en su mayoría son de nacionalidad italiana. Tiene comercio propio, con tres sucursales bancarias, y tanto el puerto como el barrio en la temporada veraniega son muy visitados por el turista.

En sexto lugar, siempre al sur y costeano, llegamos a la zona de los barrios de Peralta Ramos y Punta Mogotes. Es una zona residencial para turistas, pero de menor categoría que las anteriores; son barrios de una línea de construcción homogénea tipo chalet; tiene sus negocios propios en la temporada veraniega y sus playas son muy visitadas por el turista que se aleja del centro en búsqueda de descanso tranquilizador. Sus playas no están urbanizadas, pero hay comodidad para el bañista por una serie de balnearios particulares, destinados a tal fin.

Siguiendo siempre hacia el sur, sobre la costa, tenemos el Faro, Playa Serena, Chapadmalal, etc. pero su urbanización está muy alejada de los anteriores. La zona turística tiende, sin lugar a dudas, para ese lado.

B - El ferrocarril

Para considerar este punto debemos comenzar analizando el origen de la ciudad que, desde 1857 hasta 1886, urbanísticamente considerada comprendía las actuales calles (aproximado) de 3 de Febrero a Belgrano (de este a oeste) y de Santiago del Estero hasta Independencia (norte a sur). Luego se fué extendiendo siempre hacia el oeste sobre su calle principal Colón (hoy Avenida Luro); posteriormente, dada la importanta

cia que iba adquiriendo la población, el centro comercial propiamente dicho se agrandó y tomó todo el sector comprendido entre las calles Buenos Aires (costa) hasta Independencia (oeste) que corren de norte a sur, y las calles: Avda. Luro y Colón (este a oeste); aquí se instalaron y funcionan filiales de los Bancos más importantes del país ya sean públicos o privados, de oficinas públicas nacionales, provinciales y municipales, etc. y el gran centro comercial de Mar del Plata, que en plena temporada veraniega se confunde prácticamente como zona turística por la gran afluencia de público.

Desde la Avda. Independencia para el oeste, tomando la Avda Luro, vemos que ésta ha tomado incremento extraordinario hasta la Av. Champagnant, que es la calle que corre de sur a norte uniendo las rutas de Buenos Aires y Necochea respectivamente. La Avda. Luro tiene grandes edificios y comercios, además está la Estación del FF.CC., Molinos Harineros, grandes corralones de maderas y materiales para la construcción y en la estación, sobre la calle 25 de Mayo y Chile se encuentra el Mercado de Horticultores, con los más importantes mayoristas de frutas y verduras. Sobre la zona del FF.CC. se han conformado los barrios (según plano): Don Bosco Nro. 2, San Juan Nro. 6, Los Andes Nro. 17, Est. Norte Nro. 12 y Villa Primera Nro. 14, que son barrios obreros y comerciantes, habitados en forma permanente; su construcción es de carácter variado, de acuerdo a la situación económica de sus pobladores. -

El Barrio Nueva Rivadavia Nro. 21 se movilizó debido a la instalación en esa zona del Matadero Municipal y la Maestranza. Actualmente se encuentra el Nuevo Mercado de Concentración de Frutas y Verduras en la calle Alberti y Av. Champagnant.

Por otro lado, la ciudad tiene también sus barrios habitados todo el año y que se consideran residenciales. Ocupados por profesionales y gente de medios económicos suficientes. Ellos son: Plaza Mitre Nro. 9, San José Nro. 5, Primera Junta Nro. 28, General Roca Nro. 34, parte de Parque Luro Nro. 13, Nueva Pompeya Nro. 3, los barrios ubicados al oeste, pasando la Avda. Champagnant, son en formación, al igual que los que están al sur, después de la Avda. Juan B. Justo. Prácticamente estas dos avenidas, con la Avda. Constitución, delimitan la zona más poblada de la ciudad.-

V - Barrios de la ciudad

Considerando exclusivamente la división de los barrios realizados por la Municipalidad con la Dirección de Planeamiento, a los fines del estudio del Plan Regulador de la Ciudad, vemos que la parte central u original de la misma no se ha tomado en este aspecto de acuerdo al plano que se acompaña. Si bien no vamos a tener una evolución exacta de acuerdo a sus orígenes, vamos por lo menos a tener una idea aproximada de la urbanización de acuerdo a las ordenanzas que crean las distintas comisiones de fomento:

Nro. 1	Barrio Puerto	Ordenanza Nro. 314/42
Nro. 2	" Don Bosco	" " " "
Nro. 3	" Nueva Pompeya	" " " "
Nro. 4	" La Perla	" " " "
Nro. 5	" San José	" " " "
Nro. 6	" San Juan	" " " "
Nro. 7	" Peralta Ramos	" " " "
Nro. 8	" Playa Grande	" " 419/48
Nro. 9	" Plaza Mitre	" " 420/48
Nro.10	" Punta Mogotes	" " 421/48
Nro.11	" El Martillo	" " 482/49
Nro.12	" Estación Norte	" " 486/49
Nro.13	" Parque Luro	" " 506/49
Nro.14	" Villa Primera	" " 506/49
Nro.15	" San Cayetano	" " 40/51
Nro.16	" Las Avenidas	" " 80/51
Nro.17	" Los Andes	" " 673/52
Nro.18	" Gral.San Martín	" " 689/52
Nro.19	" D.F.Sarmiento	" " 675/52
Nro.20	" Villa Lourdes	" " 688/52
Nro.21	" La Nueva	" " 642/52
Nro.22	" 9 de Julio	" " 674/52
Nro.23	" 180	" " 857/55

Nro.24	Barrio Santa Mónica	Ordenanza Nro.839/55
Nro.25	" Cnel.Dorrego	" " 338/57
Nro.26	" Bosque Alegre	" " 911/58
Nro.27	" Gral.Belgrano	" " 912/58
Nro.28	" Primera Junta	" " 913/58
Nro.29	" Termas Huinco	" " 917/58
Nro.30	" J.M.Estrada	" " 947/58
Nro.31	" San Carlos	" " 951/58
Nro.32	" Funes y S.Lorenzo	" " 997/58
Nro.33	" Juramento	" " 1019/58
Nro.34	" Parque Gral.Roca	" " 1103/59
Nro.35	" El Progreso	" " 1105/59
Nro.36	" Constitución	" " 1139/59
Nro.38	" Parque Camet	" " 1180/59
Nro.39	" Cerrito y S.Salvador	" " 1306/59
Nro.40	" F.de la Plaza	" " 1397/59
Nro.41	" Faro Norte	" " 1387/60
Nro.43	" F.Ameghino	" " 1663/61
Nro.44	" Camino a Necochea	" " 1696/61
Nro.45	" Colinas de P.Ramos	" " 1856/61
Nro.48	" Libertad	" "
Nro.49	" Pque.Anchorena	" "
Nro.50	" Los Pinares	" "

VI - Industrias

La Ciudad de Mar del Plata tiene tres industrias básicas: la Industria Pesquera, la Hotelera y la de la Construcción.

A - Industria Hotelera

Una de las más importantes, ha comenzado a declinar en parte. Se ha podido constatar que, a partir del año 1952, ha disminuído la construcción de hoteles hasta quedar prácticamente anulada. La falta de los mismos en una Ciudad turística como Mar del Plata, en la que el turismo crece día a día, ha sido compensada con la gran evolución que experimenta la construcción de departamentos en propiedad horizontal y la transformación de las casas particulares en lugares de hospedaje.

Es muy probable que una de las causas de la falta de inversión en la materia, sea que el capital no es muy redituable de acuerdo al monto necesario para su instalación, como consecuencia de las tarifas máximas que establece la Dirección de Turismo. Otra puede ser la brevedad de la temporada veraniega, ya que los hoteles trabajan aproximadamente tan solo unos sesenta días en forma completa. De allí que se estima necesario tomar medidas adecuadas para poder extender la temporada por lo menos a cuatro meses.

Otros factores que también influyen son: el exceso en los impuestos de Obras Sanitarias, Lucrativas, etc.; el cobro elevado de las

tarifas telefónicas para hoteles que tienen centrales con varios teléfonos, la falta de créditos bancarios, ya que, con la forma de operar de los hoteles, al término de la temporada dejan prácticamente de trabajar y han cobrado la totalidad de los servicios y no pueden hacer movilizar las cuentas bancarias motivando la negativa de créditos por parte de las Instituciones etc.. Prácticamente los hoteleros se endeudan antes de la temporada y trabajan en la temporada para pagar esas deudas. Últimamente la mayoría de los hoteles tratan de dar habitación solamente, anulando todo lo que sea cocina, por cuanto el servicio es muy caro, principalmente en lo que se refiere al personal, por ejemp.: encargados de cocina, cocineros, mozos, etc., cobran sumas astronómicas, que a los propietarios les resulta muy difícil de cumplir.

La estadística de Hoteles en Mar del Plata, para el año 1956 arroja las cifras siguientes:

CUADRO Nro. 1

Categoría	Cantidad	Nro. Habitaciones
Hoteles de Gran Turismo "A"	12	1.846
Hoteles de Gran Turismo "B"	16	740
Hoteles de Turismo Medio "C"	51	2.960
Hoteles de Turismo Medio "D"	117	3.643
Hoteles de Turismo Económico	897	11.952
Pensiones	85	298
Casas de Hospedaje	87	753
Totales	1.300	23.176

En las últimas veinte temporadas 39/40 a la del 58/59, ha entrado por todos los medios hábiles, 15.666.794 turistas, de los cuales:

En trenes 4.600.490

En autos 6.019.675

En ómnibus 4.963.615

En aviones 83.014

Se puede asegurar de una manera más o menos rigurosa que los viajeros que lo han hecho en ómnibus o trenes (en su absoluta mayoría) son los concurrentes a los hoteles y que se proponen permanecer siete de los diez días de sus vacaciones (representan el 61 %). Los que vienen en automóvil mayormente son los que vienen a ocupar sus viviendas privadas en la ciudad.

B - Industria de la construcción

Sin lugar a dudas, la industria de la construcción en Mar del Plata es la más importante del país. Tan es así que ha rebasado nuestros límites tal aseveración, habiéndose comentado en un diario local el 25 de Mayo de 1961, por ejemplo, en E.E.U.U. en una audición de preguntas y respuestas al preguntarse cuál es la ciudad que más crecía en materia de construcción se consideró contestación correcta que era Mar del Plata - República Argentina. Esto sirve, tal vez, para darnos una idea de su importancia mundial.

El desarrollo de esta industria comienza a perfilarse en forma ágil a partir del año 1921, en que se construyeron 22.099.74 m2..

Desde aquí observamos un aumento considerable año a año hasta 1928, en que comienza a descender como consecuencia de la crisis que afectó al mundo entero y que, como es lógico, no podía sustraerse la industria de la construcción marplatense. La disminución continúa hasta el año 1932 en que se construyen 24.215,28 m²., cifra ésta muy inferior a la del año 1927 en que se construyeron 75.978.07 m². (o sea que se disminuye en más de un 67 %). En el año 1933 comienza la etapa ascendente y a un ritmo sumamente acelerado hasta alcanzar en 1952 su tope máximo con 473.038,78 m².. En 1958 se produce un pequeño descenso; en -- 1959 y 1960 desciende también a más de la mitad. La disminución del año 1958 se debió en gran parte a la huelga de los obreros por mejoras salariales (los de la construcción pararon durante 1 mes y 19 días; los colocadores de mosaicos pararon durante 20 días, los sanitarios 30 días y los carpinteros 20 días). A esto debemos agregar la falta de cemento portland y la huelga bancaria que duró dos meses.

La construcción en Mar del Plata hasta el año 1950 aproximadamente se caracterizó por la construcción tipo chalet y obras de no más de tres pisos, hasta operarse en esta época la transformación hacia casas de departamentos de varios pisos. Actualmente se está construyendo el Edificio Cosmos en las calles Colón y Corrientes, de 33 pisos. La existencia de materia prima es fundamental para determinar el tipo de construcción, así, al existir en la zona piedra en grandes proporciones ha hecho posible la construcción de chalets utilizándose esta úl

tima en los cimientos y frentes, dando lugar a extraordinarios trabajos de arquitectura. Asimismo, constituye una gran fuente de trabajo, no sólo por la cantidad de obreros que se emplean en la extracción, sino también en la preparación de la misma, habiéndose hecho de ello una especialidad, existiendo en la actualidad 36 canteras. Otro de los materiales de importante uso es la arena que, como se sabe, existen en grandes cantidades en sus largas playas, habiéndose extraído en el año 1960 109.016 m³.. Para la fabricación de ladrillos se cuenta con 86 fábricas de ladrillos de barro, 7 de ladrillos huecos y 15 de ladrillos de cemento portland. Mar del Plata cuenta también con dos fábricas de cal que fabrican los distintos tipos necesarios para la construcción; una de ellas fabrica aproximadamente 1.110.000 kg.; de cal y la otra 8.000.000 kg. anuales lo que hace una producción de 9.110.000 kg.; el resto proviene de Azul y Córdoba. El portland proviene de la ciudad de Loma Negra cercana a Mar del Plata. Vale decir, pues, que se cuenta con la generalidad de las materias primas necesarias para la industria.

La falta de hoteles por un lado, y el constante aumento de la población turística por el otro, trae como consecuencia la necesidad de seguir construyendo propiedades horizontales, haciendo que esta industria cuente con un futuro promisor. Es indudable que la construcción se ha ido a lo alto y tan es así que se considera que el 80% de las mismas son propiedades horizontales.

A continuación se exponen datos estadísticos sobre la evolución de la construcción en esta ciudad:

CUADRO Nro. 2

Áño	m2. Construídos	Áño	m2. Construídos
1921	22.099.74	1941	175.564.63
1922	30.000.76	1942	221.804.97
1923	41.026.51	1943	237.696.55
1924	36.926.51	1944	291.035.50
1925	47.314.31	1945	249.464.06
1926	59.939.--	1946	293.744.39
1927	78.230.66	1947	244.947.43
1928	75.978.07	1948	265.743.87
1929	65.587.44	1949	278.192.31
1930	42.130.55	1950	301.103.65
1931	38.336.52	1951	421.730.44
1932	24.415.88	1952	473.038.78
1933	26.382.99	1953	285.015.74
1934	37.941.05	1954	289.712.12
1935	58.061.31	1955	368.470.99
1936	58.108.72	1956	415.748.61
1937	107.006.55	1957	422.369.73
1938	120.774.23	1958	327.597.95
1939	134.466.61	1959	172.997.50
1940	152.079.33	1960	179.786.35

Los edificios de gran altura se han concentrado en sectores determinados cerca de la playa y el Casino. Así, si miramos la calle Colón a partir de Santa Fe hacia la costa, es una fila ininterrumpida de edi-

ficios que varían entre 8 y 12 pisos. Teniendo en cuenta la cantidad de gente en la temporada que habita estos edificios, surgen una serie de problemas de: alimentación, transporte, higiene, etc.

C - Industria pesquera

Entre los recursos naturales de Mar del Plata, constituye sin duda alguna la riqueza pesquera un factor importantísimo que puede desarrollarse en dimensiones extraordinarias. Aún cuando la economía marplatense actual no se apoya preferentemente en ella, sino en el turismo, hay que reconocer que, no obstante ello, debe buscar una base circunstancial de apoyo. Adherida exclusivamente a la fuente turística, que es, sin duda, profícua y debe ser resguardada por todos los medios Mar del Plata juega un papel similar al de las regiones caracterizadas por el monocultivo. Dependiendo sus actividades de un solo producto, en este caso el turismo, basta una fluctuación de la demanda, desfavorable, para que ocurran perjuicios difíciles de neutralizar.

No obstante encontrarse Mar del Plata en un lugar privilegiado para la extracción e industrialización del pescado, hasta el presente no se le ha dado la importancia ni el apoyo necesario para su incrementación. De acuerdo a la información del Ministerio de Agricultura, las especies más solicitadas en el mercado (el atún, corvina, abadejo, bonito, lenguado, anchoa, anchoita, merluza, etc) se hallan en su mayor parte entre los paralelos 35 y 47, y dentro de ella, aparece la mayor cantidad entre los paralelos 35 y 42, es decir, frente a Mar del

Plata y otras ciudades.

La extracción en Mar del Plata se realiza mediante unas 300 embarcaciones de pequeño porte, que logran su producción a profundidades inferiores a 200 metros; aunque en estos últimos años han aparecido barcos de empresas japonesas que se dedican a la pesca de altura pero no son suficientes.

El inconveniente principal de que no haya incrementado la pesca se debe indiscutiblemente, al sistema de alimentación que ha primado en nuestro país a través de todas las épocas, basado en el consumo de la carne vacuna facilitado por el hecho de que la zona del ganado se extiende en todo el país. El consumo de pescado ha permanecido prácticamente ignorado. Primero: porque el transporte no ha favorecido su difusión, ni envasado ni fresco, y, segundo: porque la zona de la pesca se halla limitada a la costa del mar y de hecho en un extremo del país; el resto se halla tan distanciado del mar como de sus productos. A fin de crear y ensanchar el mercado interior es, pues, necesario incrementar la industrialización del pescado en la forma más completa posible a fin de permitir el mayor acceso del mismo y el abaratamiento de su costo.-

El consumo de pescado se realiza fresco, envasado y salado. El primero comprende un proceso que comienza en la descarga en puerto, la carga en vagón o camión (predomina este último; casi todo el pescado se transporta en camiones) el transporte a Buenos Aires,

hacia donde se dirige la mayor cantidad del pescado obtenido en la zona, la entrega a consignatarios, a vendedores y minoristas, lo cual exige - hasta 48 horas, entre la pesca y la presentación al público. Si no existen frigoríficos suficientes en ambos extremos de la ruta y los medios adecuados que deben sustentar los medios de transporte, particularmente en el verano, el porcentaje de rechazo es elevado. La Estadística Municipal para el año 1959, informa que fueron rechazados por ineptos 783.000 kg. de pescado de altura, 64.000 kg. de mariscos y casi 1.000 kg. de pescado en conservas y envasado.

La industrialización de la pesca comprende las industrias:

a) Conserva de pescado y mariscos, y, b) fabricación de aceites, harina y guano. Predomina en Mar del Plata la primera, que ha producido últimamente casi 5.000 tn. de anchoita y 2.000 tn. de pescadilla, aunque se ha incrementado en estos últimos años la fabricación de harina y fileteado de merluza.

Según información de la Cámara de Industriales Pesqueros del 11/9/59, funcionan en Mar del Plata, 83 establecimientos destinados a la fabricación de conservas de pescado; 41 saladeros de anchoitas; 36 de conservas de pescado y mariscos; 4 de harina de pescado y aceite y 2 fábricas para la industrialización de los sub-productos del tiburón.

Los procesos de industrialización son similares a los usados en otros países, salvando lógicamente la distancia que media en el empleo de elementos técnicos modernos y maquinaria moderna (de los cua-

les nuestra industria carece por razones obvias). Por lo tanto sería necesaria la sustitución y modernización de los medios de producción.

Para darle a esta industria el lugar que se merece, habría que arbitrar los medios necesarios para facilitar el aumento de la producción, promoviendo simultáneamente su abaratamiento a través de la mejora y extensión de los medios de circulación. En otras palabras, al acrecentarse la producción y mejorarse los sistemas técnicos de conservación, industrialización y traslado, puede ampliarse extraordinariamente el mercado, originando un abaratamiento adecuado y un consumo generalizado no prohibitivo para muchos como hasta el presente.

En conclusión, para modificar la situación actual y facilitar la producción necesaria, tendrían que adoptarse las medidas siguientes:

a) Mantenimiento de la calidad de la materia prima, posibilitando la refrigeración de la pesca desde el momento que se logra;

b) Facilidades para la construcción o importación de barcos y equipos adecuados para la industria extractiva.

c) Construcción de frigoríficos en las zonas apropiadas para conservar el producto y regularizar la producción de las fábricas.

d) Estudio de la proposición formulada por los industriales en el sentido de suprimir el "pedido y Tarifa" en la pesca costera. Podría estudiarse la subasta a la baja, es decir la oferta a un precio inferior a cierto tope; como un recurso para abaratar la materia prima sin perjudicar al pescador, que podría destinar el excedente del pescado a la

fabricación de sub-productos.

e) Impulsar el establecimiento de transportes refrigerados para que el pescado pueda llegar, fileteado y congelado al interior del país.

f) Agilizar los trámites, disposiciones oficiales, impuestos, etc. que faciliten y abaraten la distribución de la pesca.-

g) Tipificación del tamaño y contenido de los envases.

h) Aplicación de un régimen crediticio para la industria del pescado.

i) Los productos de la pesca en estado fresco o conservado con destino al interior, podrían ser eximidos de entrar al mercado de concentración de pescado de la Capital Federal.

La industria pesquera de Mar del Plata, si se la fomenta cemo corresponde, será la industria del futuro de esta zona, claro está sin dejar de lado la del turismo, que hasta la fecha ocupa el lugar de privilegio.

Estadística de la producción pesquera de Mar del Plata:

; CUADRO Nro. 3

Años	Producción tn.
1944	19.806
1945	17.147
1946	16.194
1947	18.263
1948	25.498
1949	25.560
1950	21.344
1951	26.821
1952	28.657
1953	25.702
1954	29.110
1955	31.222
1956	26.500
1957	35.000
1958	36.699

Las 36.700 tn., que fué la producción marplatense en 1958, se distribuyeron de la siguiente manera: 6.100 tn. al Mercado de la Capital Federal, 19.400 de anchoíta y caballa adquiridas por las fábricas

locales además de unas 4.000 tn. de otras especies y unas 1.000 tn. des
tinadas a otros rubros y el resto, que representa unos 7.000.000 de kg.
es el consumo de pescado fresco de la ciudad.

CAPITULO III

ARTERIAS EJES, VIAS FERREAS Y RUTAS DE ACCESO

I - Arterias Principales.

A - Arterias de Tránsito Intenso

Analizaremos todas las que corren de este a oeste, es decir desde la costa hasta la Av. Champagnant y de derecha a izquierda:

Avenida Libertad: De gran actividad comercial, en su zona hay corralones de materiales para la construcción, fábricas de mosaicos, etc., el tráfico de la ruta 2 se descongestiona por esta avenida, además es el paso obligado de los productores de verduras de la zonas: El Pino, Sierras de los Padres y de la zona de Balcarce que llevan sus productos al Mercado de Horticultores.

Avenida Luro: Fué la calle central en los orígenes de la ciudad (antes Colón). Es, sin duda, arteria eje. Además del comercio minorista, que se encuentra distribuído en toda su extensión, están los grandes corralones de maderas y materiales de construcción, la Estación Norte de Pasajeros del F.C. Gral. Roca con sus galpones y playas, el Palacio de Correos y Telecomunicaciones, los Bancos: Hipotecario Na-

cional y Londres y América del Sud, Palacio Municipal, Estudios del Canal 8 de Televisión, Molinos Harineros, Usina de Pasteurización de Leche, Playas de Venta de Nafta y Camiones, Autos, etc., hoteles de todas las categorías, rascacielos, etc. Es el tránsito obligado de la mayoría de las líneas de Micros de la ciudad, trolebús, etc. y además, convergen en el Monolito la Ruta 2 y El Camino a Balcarce.

Juan Bautista Alberdi: Nace en la Plaza San Martín sobre la costa; es el entubamiento del Arroyo Las Chacras, en cuya desembocadura, originariamente se instaló el primer muelle del Puerto de Los Padres. Además de su valor histórico, en las pocas cuadras que atraviesa, hay rascacielos, hoteles de gran categoría y actualmente funciona en ella en forma provisoria el Banco de la Nación Argentina.

San Martín: Desde la calle Buenos Aires hasta Independencia, es el centro comercial permanente de la ciudad. En ella se encuentra concentrado el comercio minorista en gran escala, de modas, joyerías, etc., todos los negocios de gran categoría, al igual que rascacielos y grandes galerías comerciales, estudios profesionales, oficinas inmobiliarias, Bancos: Español, Provincia de Buenos Aires y Argentino del Atlántico, La Catedral San Pedro y oficinas públicas provinciales y nacionales. Es el paseo obligado de los habitantes de la ciudad y turistas.

Rivadavia: Con el mismo origen que la anterior, se desenvuelve en iguales condiciones que San Martín.

Belgrano: Es similar a las dos anteriores, formando entre

ellas la actividad central comercial permanente de la ciudad.

Colón (o la Gran Avenida Colón): Ofrece dos aspectos totalmente opuesto: 1) El primer tramo, de la Costa hasta Córdoba, presenta una edificación compacta de rascacielos de 8, 10, 15 y 33 pisos. Brinda un espectáculo impresionante en todos sus aspectos, sin exagerar, debe ser una de las arterias más importantes del país, siendo tránsito obligatorio tanto de los pobladores de la ciudad, como de los turistas, 2) en segundo lugar, desde Córdoba hasta Champagnat cambia considerablemente su aspecto, si bien la construcción de horizontales tiende a continuar hasta Independencia, por el momento están muy raleados, constituyendo una zona exclusivamente comercial. En todo su recorrido hay depósitos, talleres y comercios de toda índole, siendo la entrada obligada de las líneas de micros que llegan de la Capital Federal y La Plata, hasta Independencia.

Avenida Juan B. Justo: Recientemente pavimentada (es decir, ensanchada) tiene una importancia extraordinaria por su tránsito y comercio con el Puerto, es la entrada y salida obligatoria y más cómoda del tránsito pesado que llega a la ciudad. En casi toda su extensión hay comercios mayoristas, depósitos de materiales de toda índole, fábricas de pescados, etc. Al oeste converge en el Monumento al Caucho, con la Avenida Champagnat que es la unión de las rutas a Buenos Aires y Necochea, dado el incremento que está tomando esta arteria, llegará a ser una de las arterias más importantes de la ciudad. Además hacia ella

convergen barrios que están en continuo progreso. Es, sin duda, una arteria eje.

12 de Octubre: Es la arteria central del importantísimo barrio del Puerto, su edificación es de lo más variada y característica, conforme al medio ambiente de su población y de la dependencia casi exclusiva de la influencia del puerto y sus actividades. En ella se concentra toda o casi toda la actividad comercial que, prácticamente, podríamos decir sin temor a equivocarnos, está independizada del resto de la ciudad. Tal es su importancia comercial, que en ella y sus adyacencias se han instalado tres sucursales bancarias: Banco de la Provincia de Buenos Aires, de la Nación Argentina y Argentino del Atlántico. Comprende el tramo del Bv. Martínez de Hoz hasta Edison. Además, en la época veraniega es intensísima su actividad comercial con los turistas.

Pasaremos a analizar seguidamente las arterias que corren de norte a Sur:

Av. T.A. Edison: Es un pequeño tramo del barrio Puerto, que va de la Av. Juan B. Justo hasta 12 de Octubre. Si bien no tiene actividad comercial, es un factor importante como vía de enlace para el tránsito de toda índole de vehículos que se dirigen al centro de la actividad comercial de este barrio, tan característico y personal.

Buenos Aires, Entre Ríos, Corrientes, Santa Fe, Córdoba, San Luis, Bartolomé Mitre, Hipólito Irigoyen y Catamarca: hasta Independencia, y desde Av. Colón hasta Luro, son las calles que tienen una

característica comercial similar a las que cruzan San Martín, Belgrano y Rivadavia, formando el conglomerado comercial y central de Mar del Plata.

Avenida Independencia: Nace en el Bv. Patricio Peralta Ramos hasta Av. Juan B. Justo. Es una arteria eje importantísima, si bien su urbanismo edilicio no es del tipo de Colón o Av. Luro, tiene en su extensión, toda clase de actividad comercial, ya que en su recorrido está bordeada por barrios estables muy poblados que hacen de esta arteria su centro principal de aprovisionamiento tanto de artículos de primera necesidad, como en materia de modas, materiales para la construcción, automóviles, camiones, lugares de esparcimiento, Bancos: Popular Argentino, de la Nación Argentina y Provincia de Buenos Aires, frigoríficos, usina pasteurizadora de leche, escuelas, tránsito permanente de las principales líneas de micros, etc. Por último; es la calle que siguiendo al sur después de Juan B. Justo se transforma en la Av. J. P. Ramos, tomando una zona importante de población para comunicarse con el antiguo camino a Miramar, constituyéndose en la arteria principal de tránsito para los productos que se introducen en la ciudad procedente de esa zona.

Avenida Champagnant: Se inicia en el Rond Point de entrada a la ciudad de la Ruta 2, que viene de la Capital Federal, para llegar hasta el Monolito donde convergen la Av. Luro y su continuación al camino a Balcarce, Tandil, etc. En este tramo recibe la afluencia del tránsito en toda su intensidad. Además están instaladas en su influencia: Es-

taciones de Servicios para automotores de todas clases. Es el punto obligado del tránsito pesado y liviano que entra a la ciudad. Siguiendo hacia el sur, hasta el Gaucho, donde se une con la Ruta Provincial 88 a Necochea y con la Av. J.B. Justo, además del tránsito obligado del transporte de los productores de la zona del Cerenil y Hospital Regional que abastecen a la ciudad de verduras y que deben concurrir al Mercado de Horticultores por ser la vía más rápida y directa para llegar a la Avda. Libertad y de allí al centro de la comercialización de sus productos. Además en toda su extensión circulan varias líneas de Micro Omnibus de pasajeros de imprescindible necesidad que llegan hasta el Hospital Regional y Cerenil. Desde el Monolito hasta el Gaucho tiene una gran importancia, tanto comercial como industrial; en ese tramo se observa la instalación de frigoríficos, un matadero de carne de caballos para la exportación, fábrica de detergente, talleres, y por último, en la intersección con Alberdi, el nuevo Mercado de Concentración de Frutas y Verduras de Mar del Plata, habilitado al público en noviembre de este año. Sin duda alguna, es otra de las más importantes arterias ejes de la ciudad.

B - Arterias de Tránsito Mediano

Como las arterias de tránsito intenso, analizaremos su trazado de este a oeste y de derecha a izquierda:

Avenida Constitución: Que nace en Av. Félix Camet sobre la costa y termina en su importancia en el Rond Point, conectada con la Ruta 2, se utiliza con mucha asiduidad para entrar a la ciudad por la cos-

ta. Atraviesa en toda su extensión barrios de importancia turística, única de construcción moderna tipo chalet. Allí se encuentra instalada la única fábrica de papel que tiene la ciudad. Por esta vía se introduce la producción de los horticultores de la zona.

Avenida Luro: Desde el Monolito hasta el Pino, que luego conecta con la Ruta Nacional 226 a Balcarce, Tandil, Sierra de los Padres y Laguna de los Padres. Dentro del éjido urbano que atraviesa es de mucha importancia por cuanto hay numerosas casas comerciales que abastecen a una población numerosa y estable. Es el tránsito obligado de la Zona El Pino, Sierra de los Padres, Zona de Balcarce y productos de granja de Tandil.

San Martín y Rivadavia: Desde Independencia hasta 20 de Setiembre es la continuación de la zona comercial, pero de mucho menor importancia a la de la zona céntrica.

Moreno y Bolívar: Desde Buenos Aires hasta Independencia, si bien forma parte del conglomerado comercial permanente y central de la ciudad, y tiene una similitud comercial, indudablemente no tiene la importancia e intensidad del tránsito de aquellas.

Alberti: En el tramo de Las Heras donde se encuentra la Estación Terminal y única de micros de transportes de pasajeros que llegan a la ciudad por diversos motivos, es un tramo hasta Córdoba, que es una de las arterias principales para llegar a la Terminal. Además tiene un comercio bastante intenso, tan es así que el Banco Popular ha instalado

allí su sucursal, por la importancia comercial que está adquiriendo día a día. Tiene concentrada una cantidad de compañías de micros-ómnibus de pasajeros urbanos, que se justifican dada la Terminal de ómnibus interurbanos.

Alvarado: Desde Las Heras hasta Champagnant, punto también coincidente con la Terminal de micros, atraviesa de este a oeste una zona muy habitada con población permanente, tiene en algunas zonas comercios y talleres de cierta importancia, además, dentro de su influencia se encuentra el Hospital Mar del Plata, los Mataderos Municipales y Maestranza Municipal. Como es de suponer, tiene líneas de micro-ómnibus en toda su extensión.

Rodríguez Peña y Juan José Paso: Desde Arenales hasta Independencia ambas tienen las mismas características. Cuenta con un comercio de cierta importancia para la provisión de los habitantes permanentes de la zona que es de importante densidad ya que dichos barrios son zonas residenciales, de comerciantes, profesionales e industriales.

12 de Octubre: Desde Edison, Barrio Puerto hasta Talcahuano, abarca en toda su extensión una zona muy poblada; tiene su importancia comercial y turística. Además, en su zona se encuentra el Asilo de Ancianos y la Gruta de Lourdes, que son lugares de mucha concurrencia de los pobladores de la ciudad.

Ahora consideraremos las arterias de tránsito medio, que atraviesan la ciudad de Norte a Sur:

Cerrito: Tramo 12 de Octubre a Juan B. Justo, de mucho comercio minorista y lugar obligado debido a que en su zona se encuentra el Frigorífico Polo Sur, Fábricas de Pescados y Plantas de Felitear. De población permanente y permanente tránsito de micros ómnibus.

Córdoba: Desde Av. Colón hasta Juan B. Justo, atraviesa una zona muy poblada de habitantes permanentes, residencial de profesionales, comerciantes, etc. Comercio minorista muy importante; hay depósitos de frigoríficos mayoristas, talleres mecánicos, etc.; arteria preferida por el automovilista, después de J. B. Justo cambia de nombre por el de talcahuano, que es zona de depósitos y ventas de maderas, materiales para la construcción, artículos de primera necesidad y muy poblada hasta Vértiz, donde pierde intensidad.

Avenida Jacinto P. Ramos; Es la continuación de la Av. Independencia, que cambia de nombre en J. B. Justo; toma una extensión muy importante de población, que si bien está un poco dispersa, es, no obstante ello de residencia permanente. Además, en la zona del Martillo hay chacras y corralones, etc. de manera que toda la producción de la zona transita por esa arteria. Por otra parte, empalma con el viejo camino a Miramar, que si bien aún no está asfaltado, obligadamente tienen que transitar por allí los productores de la zona. Tomará mayor impulso cuando la Municipalidad construya el Cementerio Parque que tiene proyectado en esa zona.

San Juan: Su importancia comienza desde Av. Constitución, que

se llama Patagones, tomando su nombre a partir de la Av. Río Negro, has ta Juan B. Justo, cruza, como puede observarse, una zona muy importante y de población permanente de la ciudad. En toda su extensión tiene un comercio minorista intenso; hay depósitos importantes de artículos de primera necesidad, talleres fraccionamientos de vino y cruzan sus arterias diversas líneas de micros para el transporte de pasajeros.

Jara: De menor importancia que la anterior, atraviesa también una zona importante de la ciudad, de población estable, con comercio propio y la avenida que aguarda ver concretadas en un futuro no muy lejano las obras de desagües indispensables para evitar las inundaciones constantes que sufre la ciudad en las épocas de intensas lluvias. Según los estudios practicados por técnicos especializados, es el nudo gordiano de la cuestión.

Champagnant: Después de J.B. Justo o sea el punto coincidente con el Monumento al Gaucho, sigue al suroeste para empalmar con la ruta Nro. 88 a Necochea (provincial), si bien pierde en intensidad su tránsito no por eso deja de ser importante, por cuanto conduce al Centro de Rehabilitación del Niño Lisiado (C.E.R.E.N.I.L.) que ha dado a la zona un gran empuje urbanístico en razón de que muchas familias han establecido sus hogares en esa zona debido a la circunstancia que sus hijos necesitan la atención permanente de este Centro. También se está por construir otro instituto particular para niños no muy bien dotados nombrado "El Portal del Sol". Además, en esta zona hay quinteros

que deben forzosamente llevar sus productos a la ciudad por esa arteria y por consiguiente la importancia de la ruta a Necochea.

Dr. Arturo Alió (o 180): Desde Champagnant hasta Alvarado, si bien tiene una zona muy importante de población, así como de comercio, su importancia reside en el tránsito ya que sirve de desahogo al tránsito pesado que viene de la Ruta 2.

C - Arterias de Tránsito Común

Son las calles de movimiento ordinario y que, en cierta forma no tienen la importancia de los ya analizados.

Este análisis del tránsito de la ciudad corresponde a la época normal, es decir entre el 15 de Marzo y el 15 de Diciembre (actividad propia de la ciudad). De tener en cuenta la intensidad del tránsito en la época veraniega el análisis se complica seriamente por cuanto la ciudad en pleno se convierte en un verdadero torbellino transitable y lo que en tiempo ordinario es intenso pasa a transformarse en extraordinario, y así sucesivamente.

D - Arterias de Tránsito Turístico

Comprende toda la zona costera, desde el Parque Peña hasta el Faro; la intensidad del tránsito es extraordinaria, todo el mundo se vuelca en la época veraniega en esa zona en toda su extensión, ya sea por sus playas, sus paseos y los centros de diversión. Todo se convierte y desaparece la tranquilidad de épocas normales. Esta zona costera, además de la importancia turística que tiene, constituye la conexión

por el Sur (A) a la ciudad de Miramar y por el Norte (B) con la ruta Nacional Nro. 1 (todavía de tierra), que unirá el camino de la costa con - Buenos Aires, de suma utilidad, por cuanto aliviará sensiblemente el tránsito extraordinario de la única ruta pavimentada con la Capital Federal, o sea la Nro. 2.

II - Vías Férreas.

La única que llega a esta ciudad es la del F.C.Gral.Roca (antes Ferrocarril Sud) que viene de la Capital Federal y entra por la parte Sud a la Estación Norte que está ubicada en la Av.Luro al 4.500; ocupa la misma con sus galpones, etc. el radio comprendido entre las calles Don Bosco a San Juan y de Av. Luro hasta 3 de Febrero. De allí parte un ramal que atraviesa la ciudad al Sud, paralela a la calle Guido hasta la Estación de Carga ubicada en la Av.Juan B.Justo y Ayolas entre 152 y 148 de donde salen dos ramales" uno al Sureste, para la ciudad Balnearia de Necochea y el otro hacia el oeste, paralela a la calle Vértiz hacia el puerto, entrando el ramal entre las calles Ayolas y Magallanes, para dividirse en el Puerto en tres ramales hacia las distintas dependencias del mismo. Es de Trocha ancha y una sola vía.

III - Rutas de Acceso.

A - Principales

Ruta Nacional Nro. 2: Es la principal ruta de acceso a la ciudad, se une con la Capital Federal, pavimentada, en los últimos años

fue repavimentada y ensanchada, con el fin de cubrir el pavimento viejo que se encontraba muy deteriorado. Tiene una importancia extraordinaria ya sea en lo comercial como en lo turístico. En la época veraniega tiene un movimiento tan intenso y extraordinario que suele ser la causa de inevitables accidentes. Indiscutiblemente, en esa época esta ruta resulta insuficiente para el desenvolvimiento eficiente de la ciudad. Tiene destacamento policial todo el año.

Ruta Nacional Nro. 226: Pavimentada, une Mar del Plata con Tandil y Balcarce. Es importante por el comercio de los productos de esa zona y también turísticamente pero en mucho menor grado que en la anterior. No tiene destacamento policial.

Ruta Provincial Nro. 88: Pavimentada, une Mar del Plata con la ciudad turística de Necochea; tiene la importancia de la Nro.226.

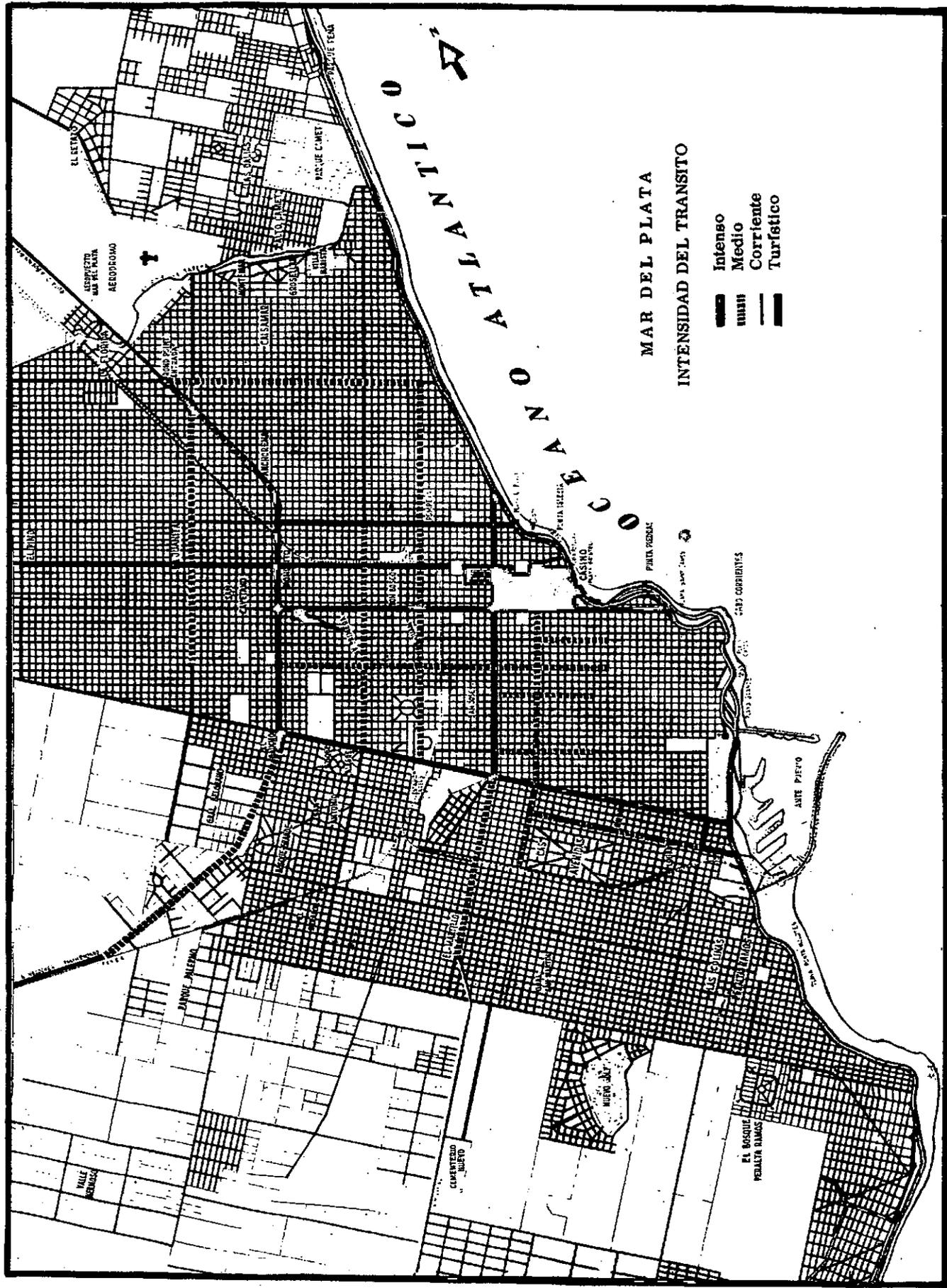
B - Secundarias

Antiguo Camino a Miramar: Sin pavimentar, que se utilizaba antes de habilitar el camino de la costa; es la continuación de la Av.J. Peralta Ramos; actualmente se usa para la entrada de los productos que se producen en las quintas ubicadas en su zona de influencia.

Puerto Mar del Plata: Es indudable que esta vía marítima es de gran importancia para Mar del Plata, que podría haberse convertido en un puerto de ultramar para pasajeros. Pero, sus instalaciones resultan tan costosas que no tienen la aplicación para ese tipo de puerto aparte de que, coetáneamente no existen las comodidades indispensables

para recibir al viajero de ultramar. Actualmente sus instalaciones más cómodas y mejores son utilizadas por la Base de Submarinos allí instalada.

La principal actividad que desarrolla el puerto es la pesca, ya sea tanto de altura como costera; en el se encuentran establecidas importantes firmas que se dedican desde la extracción del pescado hasta su industrialización en distintos aspectos. En la época de turismo, es un gran centro de atracción para el turista, que hace de él un lugar de esparcimiento por sus características especiales de puerto pesquero y además para disfrutar de la pesca deportiva en sus escolleras y playas.



MAR DEL PLATA

INTENSIDAD DEL TRANSITO

- Intenso
- Medio
- Corriente
- Turistico



ATLANTICO

COCA

CAP CORRIENTES

ANTE PUEVO

EL BOSQUE

REDACTA FINANS

COMPTON

BUETO

LAS SOLINAS

LAZARUS

CAPITULO IV

DEMOGRAFIA

La ciudad de Mar del Plata, ubicada a 400 kilómetros de la Capital Federal, con una ruta congestionada durante nueve meses del año con clima privilegiado y tierras fértiles junto al mar, que brindan al esfuerzo del hombre su gran riqueza pesquera, etc. es el centro de una zona favorecida por la naturaleza de manera que recibe en forma combinada la influencia de diversos factores y constituye demográficamente una gran ciudad. En los últimos quince años ha sufrido una transformación edilicia extraordinaria, entrando a formar parte de las grandes ciudades del país.

I - Población

El número de habitantes de Mar del Plata, de acuerdo a las dos fuentes que se encuentran en condiciones de proporcionarlos, difieren en forma absoluta. El cuadro siguiente consigna las cifras de ambas fuentes: municipal y provincial, ésta última estimada en base al crecimiento vegetativo registrado en la ciudad.

CUADRO Nro. 4

Años	Nro.de Habitantes (Municipal)	Nro.de Habitantes (Provincial)
1947	123.811	125.141
1948	134.440	128.146
1949	139.828	131.444
1950	149.770	134.934
1951	161.585	138.296
1952	174.395	141.195
1953	192.131	145.523
1954	195.092	145.889
1955	207.174	148.671
1956	223.914	151.320
1957	237.538	154.324
1958	249.783	--
1959	258.996	--
1960	267.272	--

A - Natalidad, Mortalidad y Crecimiento Vegetativo

Existen datos sobre la población total de la ciudad desde fines del siglo pasado, pero no sucede lo mismo con los que expresan su crecimiento vegetativo y migratorio, limitándose este trabajo a los últimos quince años. Las tasas de crecimiento medio anual fueron calculadas en base a datos obtenidos del Registro Civil, entendiendo que la natalidad y mortalidad de una población no pueden juzgarse por el número absoluto de nacimientos y decesos, sino relacionada con el número de habitantes.

Se conviene en clasificar de baja natalidad el lugar en que el número de nacimientos por mil habitantes es inferior a 20; de natalidad media aquel en que su tasa está comprendida entre los veinte y treinta mil; y de alta natalidad cuando la tasa es superior a treinta mil.

CUADRO Nro. 5

Nacimientos, Defunciones y Crecimiento Vegetativo, Cifras
Absolutas y Tasas - Años 1945 a 1960

Años	NACIMIENTOS		DEFUNCIONES		CRECIMIENTO VEGETATIVO	
	Nacimientos	Tasa por mil Hab.	Defunciones	Tasa por mil Hab.	%o Hab.	
1945	2.859	25,5	793	7,1	2.066	18,4
1946	2.799	23,7	1.020	8,6	1.779	15,1
1947	2.865	23,1	1.157	9,3	1.708	13,8
1948	2.879	21,4	978	7,3	1.901	13,7
1949	2.827	20,2	751	5,2	2.076	14,8
1950	2.880	19,2	1.488	9,8	1.392	9,4
1951	3.499	21,6	1.272	7,9	2.227	13,7
1952	3.489	20,0	1.324	7,6	2.165	12,4
1953	3.460	18,0	1.671	8,7	1.789	9,3
1954	3.329	17,0	1.264	6,5	2.065	10,60
1955	3.557	17,1	1.233	6,1	2.324	11,0
1956	4.033	18,0	1.358	6,0	2.675	12,0
1957	3.989	16,7	1.660	7,0	2.320	9,3
1958	4.422	17,6	1.740	6,1	2.682	11,5
1959	4.446	17,1	1.983	7,6	2.463	9,5
1960	3.871	14,4	1.957	7,3	1.914	7,1

B - Migración, Crecimiento Absoluto, Crecimiento Vegetativo y Saldo Migratorio

Sobre el crecimiento vegetativo, pesa en nuestro estudio otro factor de envergadura: las migraciones. Sin entrar a analizar las causas que lo originan, nos hallamos ante una realidad nacional que es el éxodo de la población rural en beneficio del crecimiento de los núcleos urbanos, originando lo que se llama las migraciones internas.

En el cuadro que se inserta más adelante se consignan los saldos migratorios calculados por diferencia entre el crecimiento total y crecimiento vegetativo.

El crecimiento migratorio en nuestra ciudad se ha hecho muy pronunciado en los últimos años, debido a la dinámica de la misma: fuentes de trabajo en las construcciones, fábricas de pescado, etc., cuya mano de obra proviene de todos los puntos del país.

(ver cuadro)

CUADRO Nro. 6Crecimiento Total, Crecimiento Vegetativo y Saldo Migratorio
1946 - 1960

Años.	Crecimiento Absoluto	Crecimiento Vegetativo	Saldo Migratorio
1946	4.000	1.779	2.221
1947	5.811	1.708	4.103
1948	10.629	1.901	8.728
1949	5.388	2.076	3.312
1950	9.942	1.392	8.550
1951	11.815	2.227	9.588
1952	12.500	2.165	10.335
1953	17.746	1.789	15.957
1954	2.961	2.065	896
1955	12.022	2.324	9.698
1956	16.800	1.675	14.125
1957	13.624	2.320	11.304
1958	12.245	2.682	9.563
1959	9.213	2.463	6.750
1960	8.246	1.917	6.329

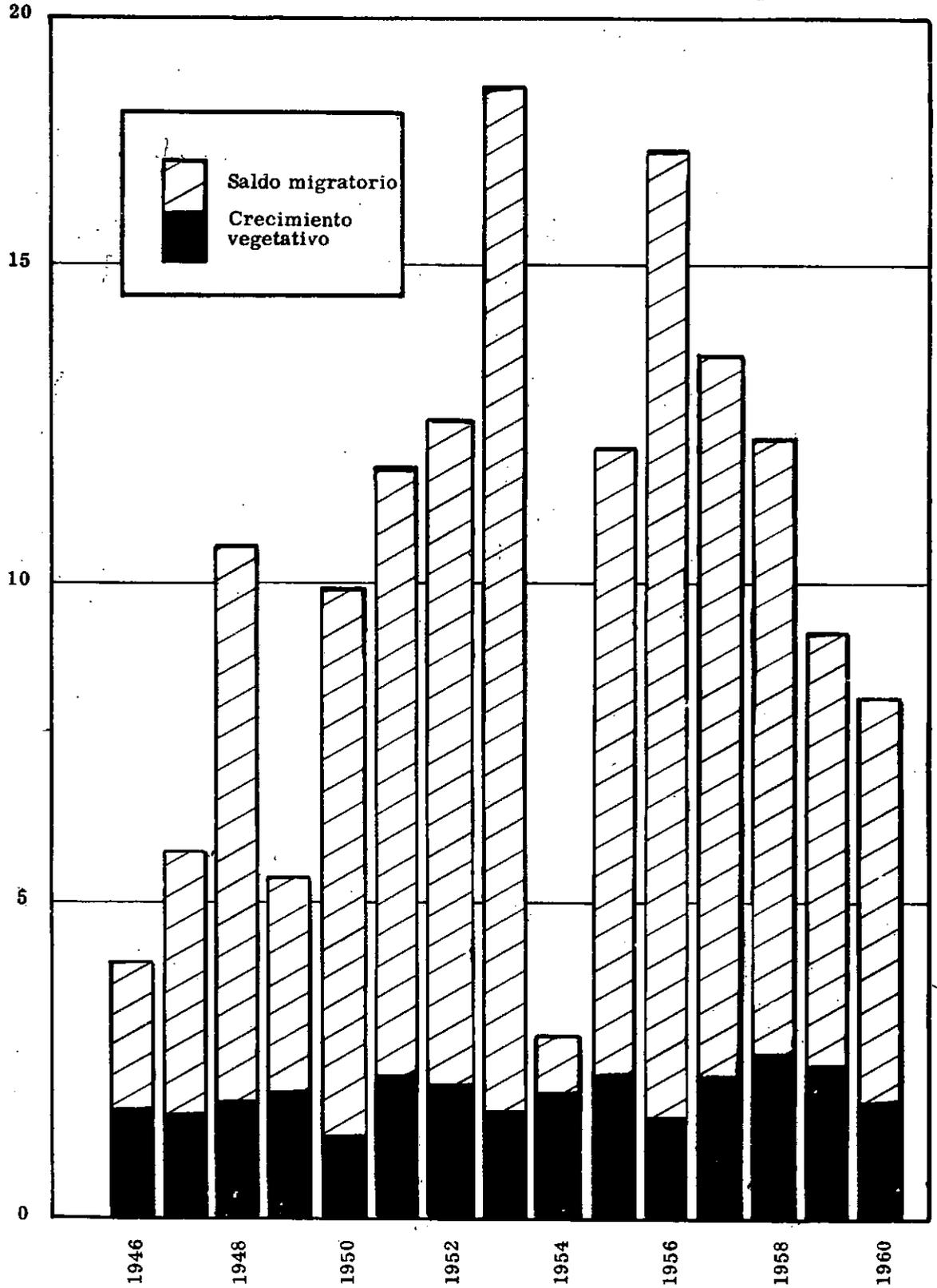
MAR DEL PLATA

CRECIMIENTO DE LA POBLACION

1946-1960

Miles

gráfico n° 1



C - Población Turística

Al referirse a la población de Mar del Plata es absolutamente indispensable tener en cuenta un factor determinante de su grandeza: su condición de ciudad de turismo, que alberga contingentes crecientes de veraneantes transitorios, imprimiendo características especiales a la vida y desarrollo de la urbe.

Esa población turística incorpora sus exigencias de vivienda, de bienes de consumo y de servicios de toda índole. Así ha sido previsto por el Consejo Municipal el Planeamiento al elaborar el Plan Regulador del Partido General Pueyrredón. En él se establecen la cantidad de pasajeros-día que moviliza el turismo de nuestra ciudad. La estimación surge:

1.- De calcular el número de pasajeros alojados en hoteles, por el promedio de días que permanecen en la ciudad.

2.- De la diferencia entre el total de pasajeros llegados, y los que se alojan en hoteles, residencias, pensiones, etc., constituiría el núcleo de los que ocupan su propia vivienda.

Ningún hecho nos habilita a fijar para ellos una permanencia media, optando entonces por un promedio relativo que permite, también en este caso, estimar el número de pasajeros-día.

Siguiendo igual procedimiento, para el año 1960 procuraremos identificar la masa de afluencia turística a un equivalente de habitantes estables. De acuerdo a los últimos informes suministrados por

la Dirección de Turismo local, habría en la ciudad, entre hoteles, residenciales y pensiones, un total de 27.000 habitaciones disponibles para turistas. Suponiendo en cada habitación un término medio de 3 personas (camas), y una temporada de 100 días de ocupación plena, resulta que a aquellas habitaciones proporcionan un total de 81.000 camas, que a su vez producen una cantidad aproximada de 8 millones de pasajeros día.

Si la permanencia de un pasajero es de 8 días, los 8 millones de pasajeros día provienen de $(8.000.000 : 8) 1.000.000$ de personas que se alojan en hoteles. Siendo la afluencia total de pasajeros de 1.350.000, los restantes 350.000 se estiman alojados en vivienda propia; al respecto no es fácil fijar una permanencia media. Generalmente parte de la familia permanece durante un mes, viajando algunos de sus integrantes en los fines de semana, por lo que se opta por un promedio estimado en 20 días.

350.000×20 es igual a 7.000.000 pasajeros - día.

En suma, el turismo moviliza una suma de 15.000.000 de pasajeros-día, dividida esta cifra por 360 días, nos da para la ciudad un equivalente a población estable de 41.600 habitantes.

Deriva importancia del cálculo de incidencia del turismo sobre el total de la población, por ser aquel un elemento de alto nivel de consumo (alimentos, servicios, etc.) y gran desplazamiento.

Cualquier previsión o determinación de carácter económico - que se estudie para la ciudad, deberá, en consecuencia, tener en cuenta

la existencia de una población estable de 267.200 habitantes más el promedio de 41.600 turistas identificables a tales, o sea una población de algo más de 300.000 habitantes a la fecha.

A los fines que correspondan, a continuación se dan los datos censales del movimiento de pasajeros, es decir de la entrada de los mismos en las temporadas veraniegas desde 1930/31 a 1958/59.

CUADRO Nro. 7

Pasajeros Entrados Durante las Temporadas 1930/31 a 1958/59

Temporadas	Trenes	Autos	Omnibus	Aviones	Total
1930/31	65.010				65.010
1931/32	66.125				66.125
1932/33	69.456				69.456
1933/34	72.817	16.984	195		89.996
1934/35	80.849	21.112	1.207		103.168
1935/36	85.598	22.792	12.876		121.276
1936/37	107.052	60.456	8.550		176.058
1937/38	103.170	83.604	5.261		192.035
1938/39	151.273	150.014	20.621		321.908
1939/40	136.266	180.408	45.104		361.778
1940/41	139.947	197.366	58.980		376.893
1941/42	127.549	236.407	83.284		447.240
1942/43	112.002	176.820	141.830		430.262
1943/44	127.750	108.689	178.001		414.440
1944/45	198.644	89.922	153.535	1.899	444.000
1945/46	173.474	139.950	188.104	2.979	504.517
1946/47	193.002	165.085	183.818	1.952	543.857
1947/48	213.723	232.935	222.074	5.709	674.441
1948/49	213.271	239.600	230.082	9.395	692.348
1949/50	279.231	363.938	252.549	11.476	907.194
1950/51	366.329	403.786	213.545	6.882	990.542
1951/52	225.956	476.353	294.473	3.390	1.000.172
1952/53	223.059	386.258	249.974	2.875	862.166
1953/54	350.749	434.078	281.232	1.514	1.067.573
1954/55	282.331	459.282	389.749	6.810	1.138.172
1955/56	295.040	434.965	405.453	6.078	1.141.536
1956/57	322.766	392.217	324.303	4.884	1.044.170
1957/58	300.758	485.727	412.190	10.469	1.209.324
1958/59	318.633	425.889	455.637	6.902	1.227.061
Totales	4.600.490	6.019.675	4.963.615	83.014	15.666.794

Miles
1250

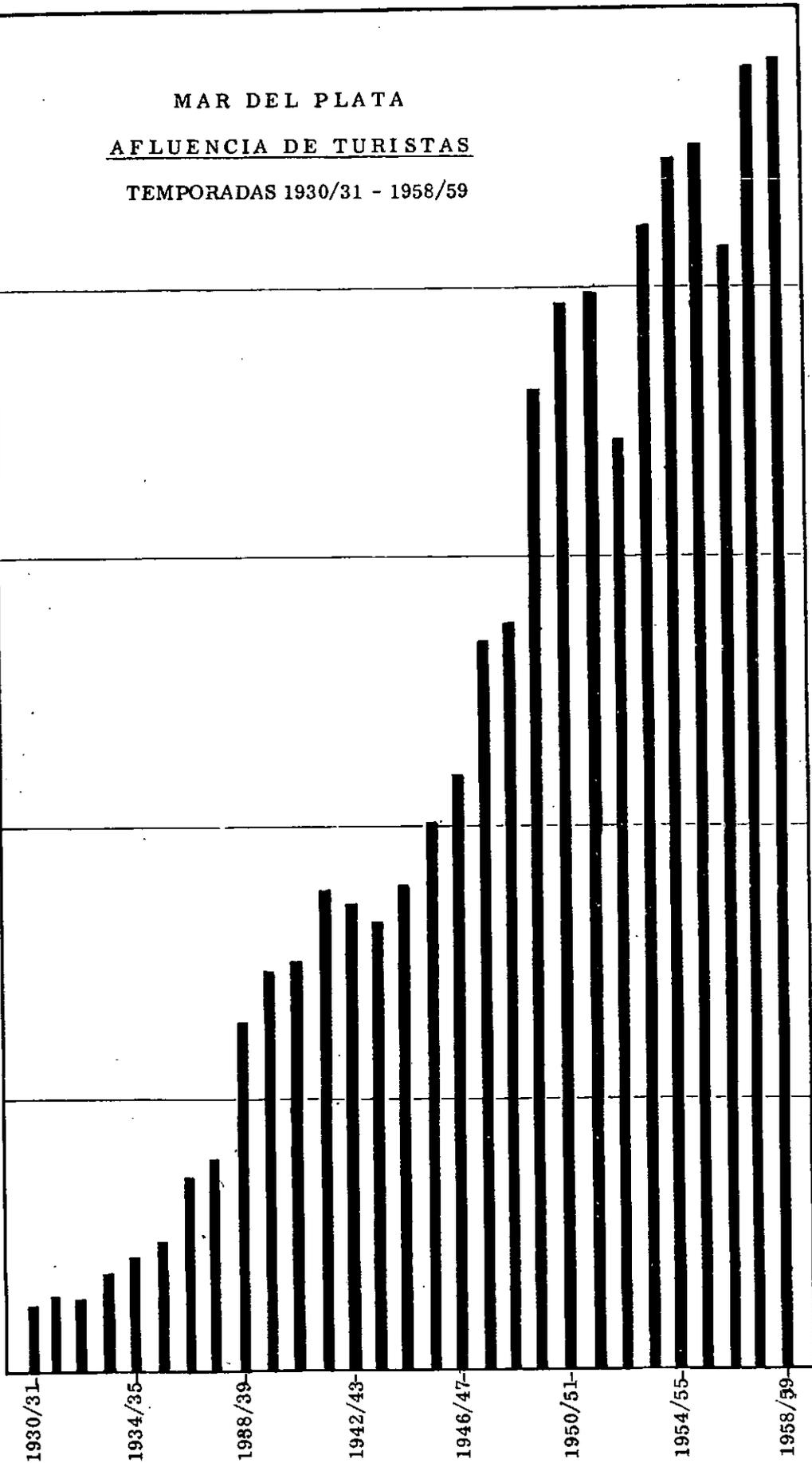
MAR DEL PLATA
AFLUENCIA DE TURISTAS
TEMPORADAS 1930/31 - 1958/59

1000

750

500

250



1930/31

1934/35

1938/39

1942/43

1946/47

1950/51

1954/55

1958/59

II - Consumo

No existe ningún estudio sobre el consumo individual de productos alimenticios para la ciudad de Mar del Plata. Por otra parte, no fue posible realizar censo de las entradas y salidas de los mismos como en otras ciudades, de tal manera que no disponemos de ningún elemento que nos permita conocer la importancia de su comercialización.

Sin embargo, y como referencia, a los efectos de estimar los datos declarados por los mayoristas y por la administración, podemos calcular aproximadamente el consumo de la ciudad utilizando los resultados de la encuesta realizada en Buenos Aires por la Dirección Nacional de Estadística y Censos en 1960 y el control de entradas y salidas de productos alimenticios que realizó este equipo en algunas ciudades del país, durante el año 1963.-

Se sabe que el censo precitado se refiere a un grupo social de recursos limitados (familias obreras), cuyo resultado no puede considerarse generalizable a Mar del Plata.

Por el contrario, el control de entradas y salidas de mercaderías de Córdoba puede considerarse abultado con respecto a la realidad.

El estudio precedente, referente a la población de Mar del Plata, nos permite hacer un cálculo de población consumidora de 300.000 habitantes estables, a los que hay que agregar una población turística de 40.000 habitantes de promedio anual, que en la práctica corresponden a una población de 100.000 habitantes durante los 5 meses de turismo: En

consecuencia, para el cálculo del consumo se tomarán 7 meses con 300.000 habitantes y 5 meses con 400.000 habitantes.

De acuerdo a las estadísticas, el consumo alcanza a 733 gramos por habitante y por día, o sea 90.000 Tn. para todo el año.

La encuesta de entradas y salidas de Córdoba, realizada en invierno, puede adaptarse al consumo de verano haciendo las siguientes correcciones: verduras de hoja, aumenta el 20%; tomate, zapallito, pimiento, chaucha y berenjena, aumenta el 100% y batata, disminuye el 20%. Para los otros productos no hay modificaciones.

Sobre esta base se puede calcular para Mar del Plata en 35.000 Tn. el consumo de hortalizas en invierno y 37.000 Tn. en verano, a las cuales se deben agregar 35.000 Tn. de frutas para todo el año, lo que eleva el total a 107.000 Tn.

Sin dejar de tener en cuenta la imprecisión de este modo de apreciación, se puede afirmar que en ningún caso el consumo de Mar del Plata puede ser inferior a 90.000 Tn. de frutas y hortalizas durante todo el año.

CAPITULO V

PRODUCCION

I - Zona de Producción Hortícola de Mar del Plata.

En la determinación de la zona de producción hortícola que inmediata a Mar del Plata, provée a ésta, colaboró eficazmente el gerente de la Cooperativa de Horticultores. En el plano se indican los sectores donde se encuentran situadas esas explotaciones.

Un trabajo especializado sobre el mismo aspecto, referido al período mayo de 1961 - abril de 1962, fué realizado por el I.N.T.A., pero ese organismo lo tiene reservado para una publicación propia.

A - Superficie Cultivada y Número de Quintas

Según informaciones obtenidas del I.N.T.A. el relevamiento de abril de 1962 proporciono los siguientes datos con relación a la superficie cultivada y al número de quintas situadas en las inmediaciones de Mar del Plata:

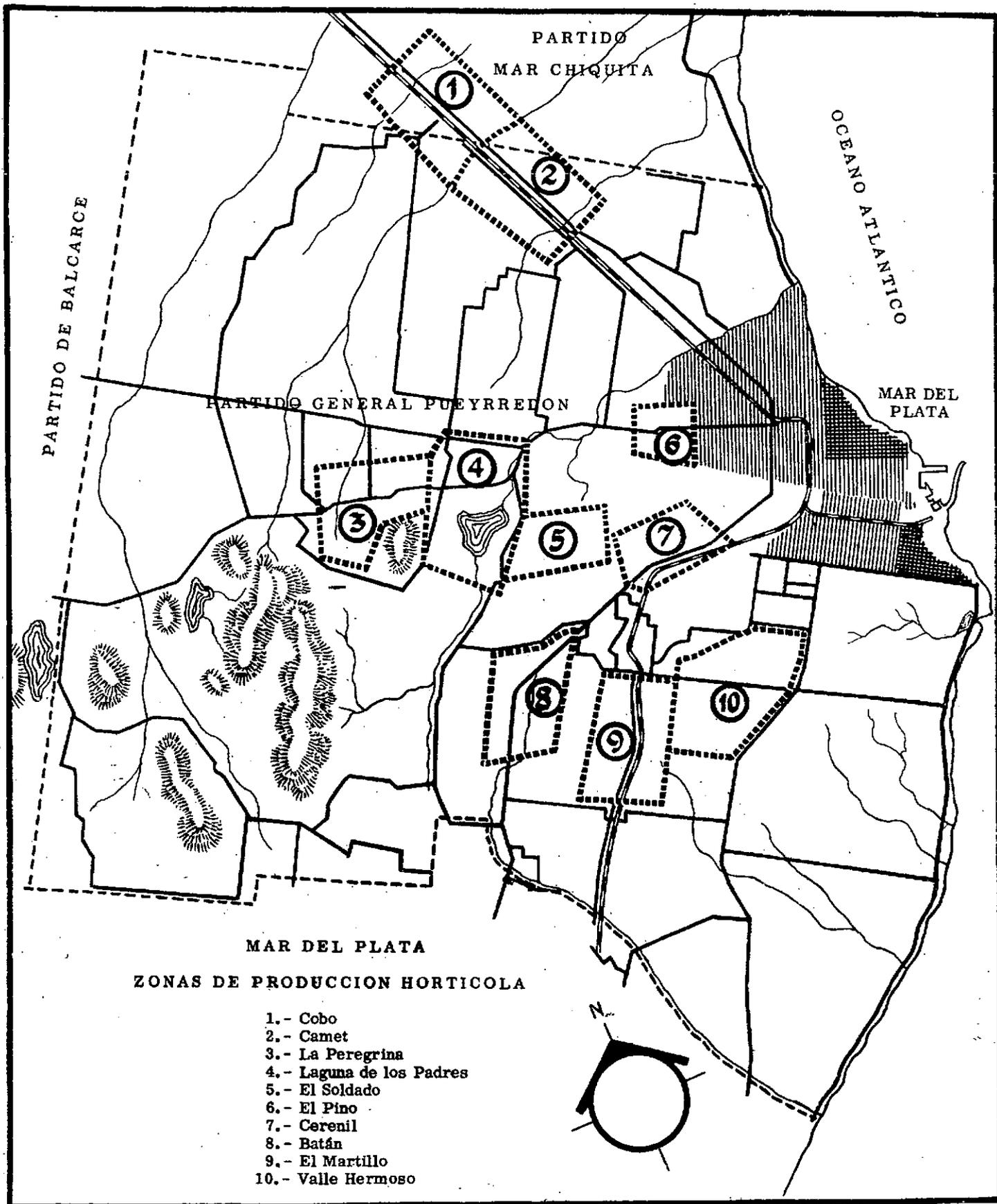
CUADRO Nro. 8

<u>Paraje</u>	<u>Superficie Hs.</u>	<u>Quintas</u>
1.- El Pino	401,7	187
2.- Laguna de los Padres	270,5	71
3.- Valle Hermoso y El Martillo	119,1	60
4.- El Soldado	88,7	27
5.- La Peregrina	63,9	24
6.- Cerenil	31,3	24
7.- Cobo, Camet y Batan	83,6	30
Total:	1.058,8	423

B - La Zona Señalada para el Desarrollo
de la Horticultura en el Futuro

Laguna de los Padres es zona recientemente destinada a la horticultura, habilitada por el Ministerio de Asuntos Agrarios de la Provincia de Buenos Aires. Hace tres años aproximadamente dicho ministerio distribuyó las tierras que correspondían a la zona aledaña a la laguna, a todos los horticultores interesados en explotarlas, concediendo las facilidades de pago y acordándoles créditos para la construcción de viviendas de acuerdo a planos aprobados por las autoridades.

La zona en cuestión se encuentra ubicada en el Partido General Pueyrredón, aproximadamente a 16 kilómetros de la ciudad y actualmente sólo es explotada por quintas en el 50% de la superficie utilizable,



estando el resto ocupada por cultivos de papa, maíz y por la crianza de ganados.

Conforme estudios practicados por I.N.T.A. la zona de Laguna de los Padres será en el futuro la principal fuente proveedora de hortalizas de la ciudad de Mar del Plata, atendiendo a que el paraje llamado "El Pino", que por hoy la surte del mayor volumen de verduras, se encuentra dentro del éjido municipal y los quinteros que allí tengan sus explotaciones se hallarán en inferioridad para competir con los de aquella. En efecto, al extenderse la ciudad en dirección a El Pino, los arrendamientos se elevan y siendo los quinteros propietarios de las tierras, les conviene lotearlas para su urbanización.

Cultivos Especiales:

Se anotan seguidamente los cultivos de hortalizas en orden a su importancia:

- 1.- Lechuga.
- 2.- Zapallo.
- 3.- Zanahoria.
- 4.- Poroto chaucha.
- 5.- Acelga.
- 6.- Tomate.
- 7.- Berenjena.

C - Epocas de Producción y Toneladas Producidas

1.- Epocas de Producción

Acelga	Todo el año. Mayor producción Noviembre a Marzo
Ajo	Mes de Diciembre.
Arvejas	Noviembre a Enero.
Alcaucil	Noviembre a Diciembre.
Achicoria	Marzo a Setiembre.
Apio	Enero a Marzo.
Berenjena	Enero a Abril.
Coliflor	Todo el año.
Cebolla Bulbo	Febrero y Marzo.
Cebolla Verdeo	Todo el año.
Espinaca	Todo el año. Mayor producción Setiembre a Enero.
Escarola	Marzo a setiembre.
Haba	Noviembre.
Hinojo	Marzo a Setiembre.
Lechuga	Todo el año.
Maíz Dulce	Enero a Abril.
Poroto Chaucha	Diciembre a Abril.
Nabo	Todo el año.
Puerro	Todo el año.
Pimiento	Diciembre a Abril.

Pepino	Diciembre a Marzo.
Remolacha	Todo el año.
Repollo	Todo el año.
Tomate	Enero a Abril.
Zanahoria	Todo el año.
Zapallo	Diciembre a Setiembre.
Zapallito	Noviembre a Marzo.

2. - Toneladas Producidas

CUADRO Nro. 9

Los datos a suministrar son por kilogramos en la mayor parte, el resto en atados, etc. según detalle:

Acelga	978.000. kg.
Ajo	9.300. kg.
Arvejas	134.400. kg.
Achicoria	251.200. kg.
Cebolla Bulbo	390.000. kg.
Cebolla Verdeo	214.000. kg.
Espinaca	65.540. kg.
Escarola	74.000. kg.
Haba	164.800. kg.
Lechuga	1.791.000. kg.
Poroto Chaucha	583.200. kg.
Nabo	35.000. kg.

Puerro	311.850. kg.
Pimiento	237.300. kg.
Pepino	13.000. kg.
Maíz Dulce	359.500. kg.
Remolacha.....	267.000. kg.
Repollo	512.500. kg.
Tomate	1.252.000. kg.
Zanahoria.....	1.602.000. kg.
Zapallo	2.496.000. kg.
Zapallito	279.000. kg.
	<hr/>
Totales	12.020.500. kg.

Alcachucil	260.000 cabezas.
Apio	19.200 atados 1 docena cada uno.
Coliflor	388.500 cabezas.
Hinojo	52.400 atados.

De todo lo informado precedentemente, vemos que los dos pa
rajes de mayor importancia tanto por su superficie como por producción
de hortalizas, El Pino se dedica con preferencia a los cultivos de hoja,
fruto y semilla, mientras que Laguna de los Padres lo hace en base
principalmente a cultivo de raíces. A título informativo y de acuerdo a
informaciones de técnicos del I.N.T.A. de la ciudad de Balcarce, se -

desprende que el trabajo de los quinteros es todavía muy rudimentario y que la producción, si bien es abundante en cantidad, no lo es del todo en calidad ya que este Instituto al efectuar el primer censo de acuerdo y en colaboración con la Cooperativa de Horticultores lo ha hecho con la finalidad de determinar los productores de la zona y el valor económico de las mismas y esto es recién la primer etapa del estudio ya que vendrán nuevas etapas a considerar: como deben hacerse los cultivos, épocas propicias, abono de tierras, herramientas, desinfecciones, etc. , para poder llegar a la mayor perfección posible y obtener productos de la mejor calidad.

CAPITULO VI

COMERCIALIZACION MAYORISTA

I - Generalidades

La comercialización mayorista de frutas y verduras se concentra en el Mercado de la Cooperativa de Horticultores de Mar del Plata, que se encuentra ubicado, como se puede ver en el plano anexo, a dos cuadras de la Avenida Luro y una de las vías del F.C.G.R., que son los accesos fundamentales a la ciudad y a aproximadamente cuarenta cuadras del centro comercial.

No se puede dar como seguro que la totalidad de los productos comercializados lo sean en este Mercado, ya que es conocido que los horticultores venden directamente sus productos a los minoristas, en las épocas de demanda excepcional y que, por otra parte, hay depósitos que si bien pueden pertenecer a mayoristas del Mercado, operan en algunos casos como mercados paralelos. De todos modos, esa circunstancia se produce a menudo, en verano, en razón de los desequilibrios de la demanda.

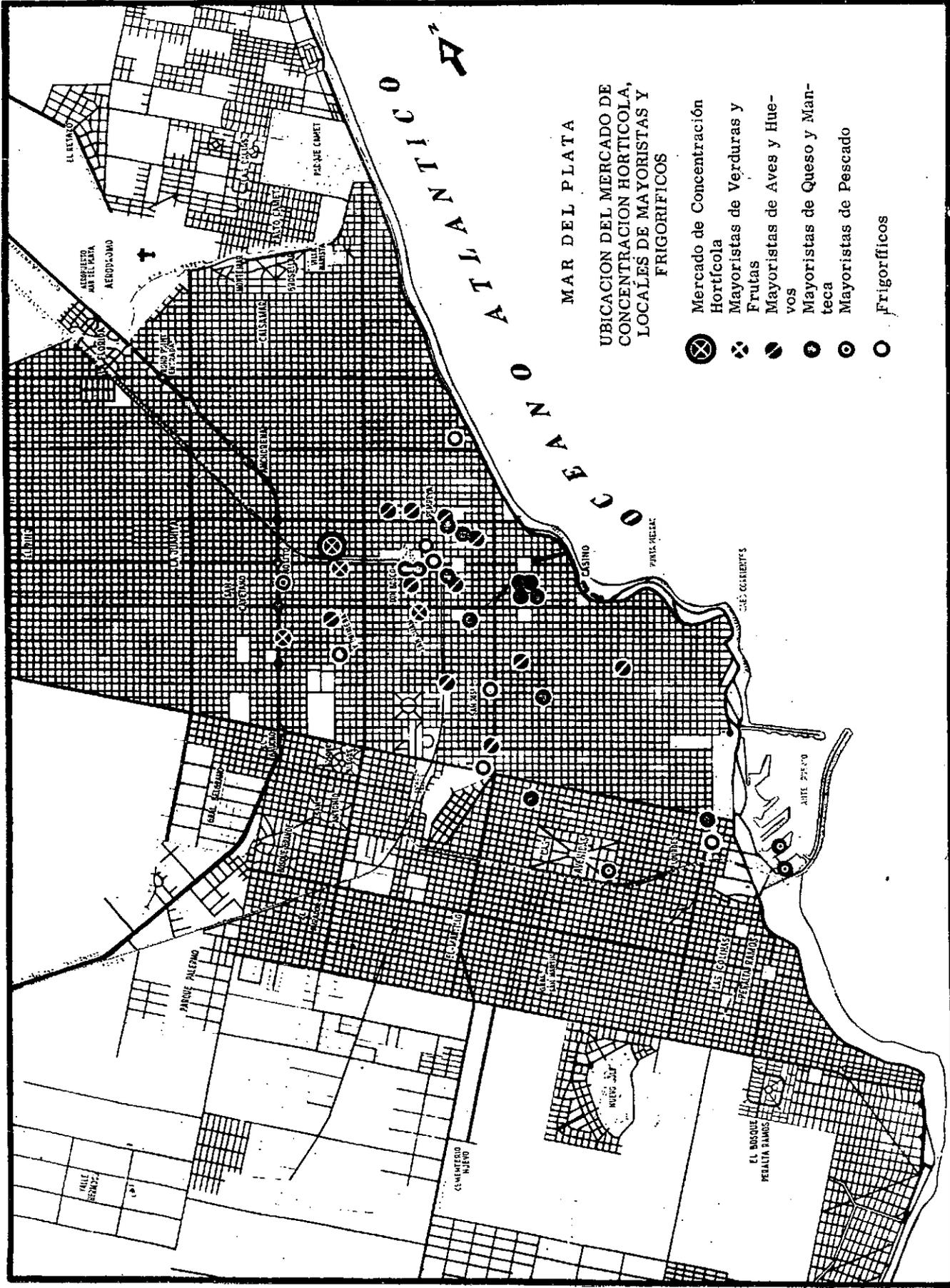
Dado que en la proximidad de Mar del Plata se encuentra la

mayor producción de papa del país, la distribución de ese producto se realiza por los acopiadores y exportadores que operan fundamentalmente fuera del Mercado, en oficinas y depósitos particulares.

Con respecto a los mayoristas de aves y huevos, no hay mercado de concentración. Cada mayorista tiene su depósito y la comercialización la hace por su cuenta a los minoristas. Ellos a su vez son minoristas, por cuanto el 90% tiene local de venta al detalle y lo complementan con artículos de granja (dulces, manteca, aceite, etc.). De acuerdo a los datos recogidos durante y antes de la encuesta, este sector necesita un mercado de concentración con cámaras frigoríficas, pues de esta manera evitarían la competencia ilegal durante la época de verano (diciembre-marzo) en que aparecen en la ciudad vendedores de aves y huevos que ofrecen al minorista mejor precio que los de plaza, en razón de que al vender en forma clandestina evaden toda clase de impuestos, con el consiguiente perjuicio para el Estado, aparte de otros gastos.

El pescado se produce en la zona el 100%, ya que es una de las principales industrias de la ciudad. No solamente abastece a la zona y a la Capital Federal de pescado fresco, lo hace a casi todo el país también en conservas de pescado, etc. Es pescado de mar exclusivamente.

En la ciudad hay cuatro usinas pasteurizadoras de leche y corresponden a las firmas: El Amanecer S.A. (Luro y Tierra del Fue-



MAR DEL PLATA

UBICACION DEL MERCADO DE
CONCENTRACION HORTICOLA,
LOCALES DE MAYORISTAS Y
FRIGORIFICOS

- ⊗ Mercado de Concentración Hortícola
- ⊗ Mayoristas de Verduras y Frutas
- ⊘ Mayoristas de Aves y Huevos
- Mayoristas de Queso y Manteca
- ⊖ Mayoristas de Pescado
- Frigoríficos

go) La Buena Medida S.A. (Independencia 4047); La Martona S.A. (Misiones 1670) y San Ramón S.A. (3 de Febrero 5022). Los lecheros minoristas se abastecen de estas firmas por intermedio de revendedores. Las playas que existen son de las usinas pasteurizadoras. La leche que se consume en la ciudad se pasteuriza el 95%. Procede del sudoeste de Mar del Plata hasta la localidad de Juárez, como así también del Norte, Tandil y en verano de Chascomús. Se trae en tanques - termos que son propiedad de las firmas que tienen las usinas. La venta está a cargo de los revendedores de las firmas ya mencionadas.

II - Mercado de Frutas y Verduras

El Mercado de concentración mayorista de la ciudad de Mar del Plata es propiedad de la Cooperativa de Horticultores del Distrito y sus alrededores. Se divide en dos partes: una playa de exposición de productos vendidos por sus propios productores y los locales o puestos. Los puestos son alquilados por la Cooperativa a los mayoristas. Hay 24 puestos mayoristas exclusivamente para frutas y verduras. Algunos mayoristas son productores, pero en su mayoría son consignatarios y comerciantes. Se puede considerar a 8 mayoristas como revendedores. Los productores pueden vender directamente su producción en la playa libre o entregarla para su venta a los mayoristas del Mercado. El productor para poder vender su mercadería tiene que ser socio de la Cooperativa.

23 puestos tienen una superficie unitaria de 50 m². y uno 100

m2. Hay dos mayoristas que alquilan dos puestos cada uno. La playa libre ocupa una superficie de 1.550 m2. y hay 4.000 m2. de terreno disponible para estacionamiento o extensión de la superficie útil.

El Mercado Cooperativo se encuentra actualmente en buenas condiciones higiénicas y de agua, luz, teléfono, etc., ya que hace poco fué totalmente refaccionado en ese aspecto.

Los días de mayor actividad son los martes, jueves y sábado.

A - Depósitos Externos

En los alrededores del Mercado hay 18 depósitos particulares de los cuales la mayoría son mayoristas que no han podido obtener puestos en el Mercado. En cambio hay otros que son complemento de los puestos del Mercado. En estos depósitos hay frutas y verduras de toda clase, siendo también locales de venta. Se puede notar que por lo general en estos locales anexos se comercializa más la parte importada del abastecimiento (citrus, uva, banana, tomate, zapallo, cebolla, papas en parte, etc.) y que el Mercado se especializa más en la producción procedente del cinturón verde de la ciudad.

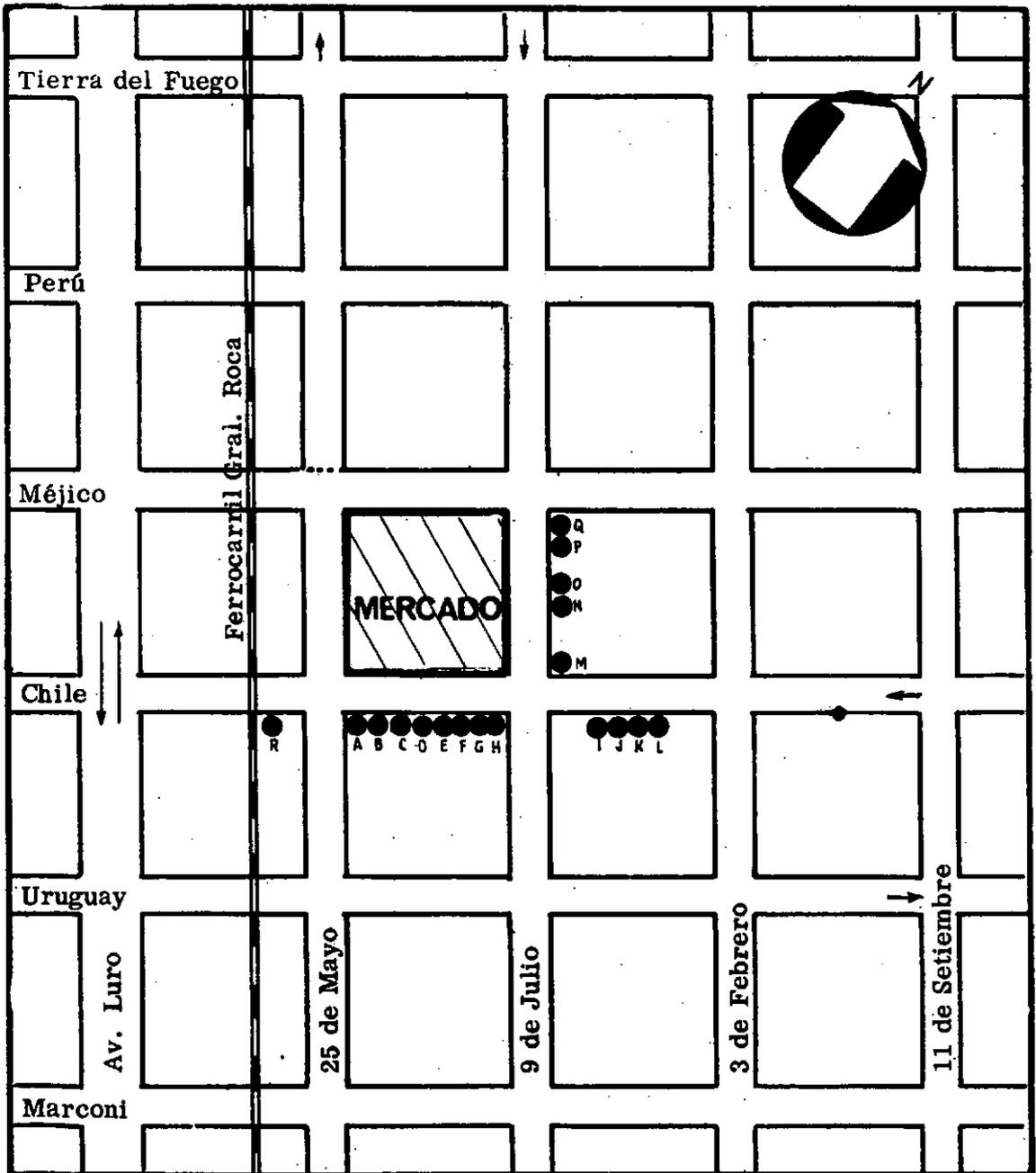
B .- Asociaciones Gremiales

Los mayoristas de frutas y verduras están agrupados en una sola entidad que se denomina Sociedad de Fruteros Mayoristas. Tiene 20 socios, o sea los mayoristas principales. No están reconocidos ni tienen personería jurídica, es una sociedad privada.

MAR DEL PLATA

UBICACION DEL
MERCADO CONCENTRACION HORTICOLA
Y ZONA ALEDANA

mapa n° 7



Los productores están agrupados en la Cooperativa de Horticultores y son dueños del Mercado. Las relaciones entre las dos asociaciones se suponen buenas, ya que en las mejoras que se hiciera últimamente en el Mercado, los mayoristas ayudaron financieramente a la Cooperativa.

C - Transportes

Las verduras llegan al Mercado en transportes propios de los productores (carros, chatas, camioncitos, pick-up, etc.). Vienen de la zona de Laguna de los Padres, El Pino, Valle Hermoso, El Martillo, El Soldado, La Peregrina, Cerenil, Camet, Cobo y Batán. Las frutas llegan del 90 al 95% en camiones de distritos de la provincia de Buenos Aires o de otras provincias. En ferrocarril viene solamente citrus y melones, llegan a la estación de carga ubicada a 40 cuadras del Mercado. Desde la estación se transporta en camiones. el 90% de los camiones son de los mayoristas o productores. Por ferrocarril en invierno no entra casi nada y teniendo en cuenta el verano habrá un máximo de 40 vagones por año. Son vagones completos que vienen consignados a varios comerciantes a la vez.

La época de mayor entrada es de Diciembre a Marzo, por el turismo que invade prácticamente la ciudad. Traen la fruta y verdura que escasea o no hay en la zona y que se produce en otras del país, cualquiera sea el lugar y la distancia.

D - Volumen de Ventas

La producción del Mercado se vende totalmente a los minoristas. Las instituciones oficiales (hospitales, asilos etc.) compran poco y nada, debido a que por el sistema de las licitaciones y concursos de precio y por la demora en los pagos, no pueden comprar directamente al Mercado, por cuanto este debe liquidar las ventas semanalmente a sus socios y no puede dar créditos mayores de 5 días. Las instituciones oficiales generalmente compran a comerciantes de sólida situación económica, que se presentan a las licitaciones con precios aumentados casi en un 100%; la que no puede venderse y se encuentra en buen estado es donada a hospitales, Asilo de Ancianos, etc. La fruta que sobra y se conserva en buen estado se mantiene para tratar de venderla y cuando ya está en mal estado se tira frente al Mercado,

E - Personal Ocupado

Los mayoristas que actúan en el Mercado, utilizan un promedio de 2 personas cada uno, aproximadamente 48 personas. El 90% de los mayoristas tienen encargados que los representan en su ausencia.

Dentro del recinto del Mercado, en la playa de productores, hay 3 empleados y 7 playeros encargados de la venta; son controlados por la Cooperativa. En los depósitos de los alrededores trabajan 30 obreros.

Para la carga y descarga de la fruta, dentro y fuera del Mer

cado, hay una cuadrilla de 100 obreros en verano. Esta cantidad disminuye en invierno. El Mercado tiene 5 empleados administrativos.

F - Exigencias Mínimas

En general la opinión es de que el Mercado es cómodo, según los mayoristas, aunque como es lógico hay una minoría disconforme. No hay ninguna objeción en que se haga un nuevo mercado. La objeción sería que en el invierno, uno de los dos tendría que cerrar, ya que dos mercados en competencia no podrán subsistir en esa época.

El actual Mercado de Abasto, es decir el Cooperativo, no tiene vías férreas de acceso, pero es factible construir un ramal, ya que se encuentra a escasos 100 metros de la vías del FF.CC.

En la calle Champagnant y Alberti, una firma particular, construyó un nuevo mercado, habiéndose inaugurado recientemente. Se eligió ese lugar por ser donde coinciden las rutas a Buenos Aires y Necochea y además en esa zona se están construyendo mataderos y hay frigoríficos cercanos, pero no puede asegurarse que se haya hecho un previo estudio integral. El nuevo mercado está aproximadamente a unas 40 cuadras de la estación de carga, al igual que el actual. Ninguno de los dos está alejado de la población. El nuevo Mercado está cerca y dentro de un barrio ya totalmente poblado.

III - Nuevo Mercado de Concentración de Frutas y Verduras

Respecto a este Nuevo Mercado, recientemente inaugurado, se han logrado obtener los siguientes datos:

a) Nombre del Mercado: Mercado Mar del Plata

b) Razón Social: Pellegrino y Sánchez, Soc. de Hecho.

c) Ubicación: Ocupa una manzana, que se encuentra comprendida entre las calles, Alberti, Champagnant, Rawson y Dr. V.E. Montes, es decir, al oeste de la ciudad y en la zona permitida por las autoridades municipales. Dista de la estación del FF.CC. unas 40 cuadras.

d) Construcción: Totalmente de mampostería y de ambiente moderno y agradable. Tiene 8.600 metros cubiertos, de los cuales 4.600 m. están destinados a la instalación de los puestos para mayoristas y una plaza de 4.000 m. exclusivamente afectada para playas de los productores que tienen acceso gratis al citado Mercado, con toda clase de comodidades, higiene, luz, etc.

Para los mayoristas, hay asignados 80 puestos. Estos puestos están divididos por mamparas enrejadas de hierro, semejando jaulas metálicas, donde el mayorista debe almacenar su mercancía. Estos puestos se alquilan a razón de \$ 120 por día, más una llave inicial cuyo monto fué imposible determinar, dada la negativa de los dueños a informar sobre ello, como sobre el nombre de los mayoristas que ocupaban los diferentes puestos.

e) Cámaras frigoríficas: No tiene;

f) Horario: de 3 a 10 hs. y de 16 a 19 hs.

g) Planos y reglamento: no fué factible obtener el suministro de esta información.

h) Problemas: Desde su inauguración (12-XI-63), los empresarios de este Mercado no han podido conseguir que los productores de la zona lleven sus productos al mismo. Se comercializa solamente productos que llegan de Buenos Aires. El motivo reside en que los productores se encuentran agrupados en la Cooperativa de Horticultores y son propietarios del viejo Mercado. El administrador confía en que para el mes de marzo de 1964 todos los productores llevarán sus productos a este Mercado. Además considera que los dos mercados no pueden subsistir, porque la ciudad, especialmente en invierno, dá solamente para uno solo.

IV - Análisis de la encuesta Mayorista

A - Frutas y Verduras

La encuesta mayorista en la ciudad de Mar del Plata se inició en un ambiente de mucha desconfianza, circunstancia que fue muy poco superada en el transcurso de los días sucesivos. Los entrevistados fueron visitados previamente a la realización de la encuesta y en esa oportunidad no se negaron a colaborar. Sin embargo, se pudo observar en las primeras encuestas realizadas que las contestaciones, particularmente en lo que concierne a los volúmenes comercializados, no respondían a la verdad.

La gestión realizada por el gerente de la Cooperativa de Horticultores, como la paciencia de los entrevistadores, que se presentaron en cada local y en varias oportunidades para satisfacer las comodi-

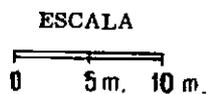
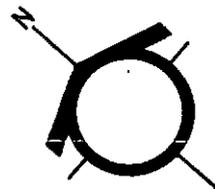
dades del mayorista, permitieron que se realizara casi totalmente la encuesta prevista.

De los 42 mayoristas existentes dentro y fuera del Mercado, 39 fueron entrevistados, de los cuales 34 contestaron en forma completa y 5 en forma parcial, lo que no permite incluirlos en el análisis de las conclusiones.

Haciendo el balance anual de la población permanente y la turística, se puede estimar una población de 310.000 personas. De esto surge que hay un mayorista cada 7.600 habitantes, con irregularidades entre verano e invierno. Como ninguna parte del estudio permite pensar que ese promedio, el más elevado de toda la república, sea el reflejo de una organización excepcional se puede deducir que una parte del abastecimiento, fundamentalmente en verano y a pesar de la distancia, se comercializa directamente desde Buenos Aires. Existen también acopiadores de papa y cebolla que operan fuera del Mercado, sin puestos de exposición y con reparto directo a los minoristas.

Ya hemos visto que el abastecimiento global anual de frutas y hortalizas podría elevarse a 90.000 Tn., de las cuales 15.000 serían de producción local, comercializadas en su mayoría sobre la playa libre. Se puede suponer que la mitad del consumo tiene comercialización directa, lo que representa aproximadamente 15.000 Tn. anuales. En esas condiciones, el promedio comercializado por mayorista y por año sería de 1.400 Tn. Este promedio, muy alto, no parece coincidir con las

MAR DEL PLATA
MERCADO DE CONCENTRACION HORTICOLA



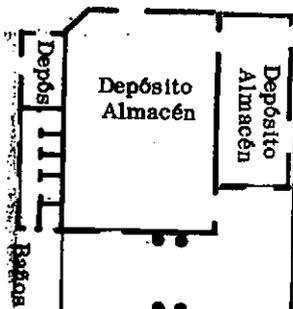
CALLE 9 DE JULIO

Entrada

Locales

Circulación vehículos

Circulación vehículos



Playa techada - Descarga de hortalizas

Circulación vehículos

Locales

CALLE CHILE

Terreno libre

Circulación vehículos

Playa techada
Descarga de hortalizas

Circulación vehículos

Tinglado
Playa
Concentración
de hortalizas



Salida

Administración

Locales

Galpón

Terreno libre

CALLE 25 DE MAYO

declaraciones de los entrevistados (promedio de 600 Tn.) ni con la idea que se puede hacer sobre sus maneras de trabajar. Esto confirma la existencia de una comercialización ajena al Mercado y a sus mayoristas.

B - Especialidades de Productos Vendidos

En general, no hay especialidades bien características en las operaciones comerciales declaradas por los mayoristas. Una primera característica se presenta entre los 34 mayoristas analizados: 2 exclusivamente venden hortalizas, 8 exclusivamente frutas y 24 los dos productos.

Los dos especialistas en hortalizas venden toda clase de productos y en cantidad más importante papas, tomate y lechuga, lo que no representa ningún tipo de especialidad, sino por el contrario, las exigencias polivalentes de un minorista en verduras.

Entre los fruteros exclusivos o no, son pocos los que venden un número limitado de productos, a saber;

5 venden un tipo de fruta (4 manzana y 1 banana)

1 vende dos tipos de fruta (banana y citrus)

Los demás venden una o varias de las frutas fundamentales - (citrus, manzana y banana), generalmente con algunas hortalizas fundamentales (tomate, cebolla, zapallo, batata, papa y zanahoria).

El 90% de los mayoristas venden más de 5 productos.

||| En resumen, esas características son las de un grupo mayorista de segunda categoría o revendedores, lo que demuestra con eviden

cia que el fuerte de las operaciones comerciales de acopio y de importación, está en manos de otros mayoristas. En particular, ha de notarse que no se registró ningún especialista en papas, cebollas y zapallo, como debería existir normalmente en número de 5 a 8, si nos basamos en la experiencia de las otras ciudades.

C - Localización de las Compras

La mayoría de los entrevistados expusieron y detallaron con bastante claridad los datos referentes al origen de los productos que comercializan.

Se han considerado en este análisis 32 formularios, que declaran 219 productos o grupos de productos, lo que significa un promedio de 7 productos por mayorista, con extremos de 1 a 23.

Una primera observación nos permite ver que el 40% de los mayoristas declaran hacer las compras más importantes en el Mercado de Abasto de Buenos Aires. Como se puede observar en los cuadros siguientes, una gran parte del abastecimiento proviene de zonas que se encuentran al Norte de la Capital Federal, lo que justifica en parte su concentración en esta ciudad para una posterior redistribución, ya que no existe vía de comunicación que permita evitar el tránsito por la misma.

Se ha intentado analizar el rol de cada centro de producción del país en el abastecimiento de la ciudad de Mar del Plata, a través de las compras declaradas por sus mayoristas. No se ha podido obtener los tonelajes comprados por productos y por zona, sino únicamente por

producto y por cada mayorista, la lista de los lugares en los cuales se realizan las compras. Se puede utilizar este índice para medir la importancia relativa de cada zona, pero teniendo en cuenta que el número de veces que fué declarada una zona determinada para un producto determinado, varía no solamente en función de la importancia de la zona, sino también en función de la importancia del producto en las ventas globales del Mercado y la importancia del número de mayoristas que venden este producto. Es así como la manzana está nombrada 27 veces y el citrus 37, mientras que la frutilla y las cerezas 4 y 6 veces respectivamente, lo que hace que las provincias abastecedoras de manzanas o de citrus tengan mayor número índice que las de frutilla, sin que esto signifique que tienen mayor poder relativo una que otra. Es así que Santa Fe con el índice 4, abastece casi el 90% de frutilla, y Río Negro, con el índice 21, no abastece más que el 70% de manzana. Tampoco se puede decir que este índice representa el tonelaje comercializado por cada provincia en un producto determinado, ya que varía con el porcentaje de mayoristas que distribuyen el producto, el cual no está siempre en relación directa con el volúmen comercializado. Por ejemplo la ciruela, con índice 17, no representa ni la mitad de la comercialización de los citrus con índice 37, pero ocurre que en la estación de la ciruela muchos mayoristas de otras especialidades venden este producto mientras que los vendedores de citrus son más especializados.

En consecuencia presentamos a continuación los índices rela-

tivos por productos y por provincias y detallamos, utilizando las características del Mercado, las conclusiones que se pueden sacar.

No se ha tomado en cuenta banana y ananá, que vienen íntegramente de Brasil y que son comercializadas en Buenos Aires por los importadores. Tampoco se ha considerado la papa, cuya zona de producción nacional se encuentra centralizada en Mar del Plata.

En frutas se puede observar el gran número de centros que entran en competencia sobre el Mercado de Mar del Plata: 13 provincias y 7 localidades de la provincia de Buenos Aires, hacen un total de 20 centros productores. Podemos distinguir los productos que tienen una zona fundamentalmente abastecedora, con varias zonas anexas, y los productos que se reparten regularmente entre varias zonas. En el primer grupo aparecen: manzana y pera, que vienen de Río Negro de acuerdo al 90% de las declaraciones; citrus de Entre Ríos, 52% de las declaraciones; uva de San Juan, 60% de las declaraciones; frutilla, de Santa Fe, 100% de las declaraciones. En el segundo grupo aparecen: durazno que viene de Río Negro, Mendoza, Dolores y San Pedro, por partes iguales y según el 90% de las declaraciones; ciruelas, de Mendoza, Dolores y Tigre, por partes iguales, 90% de las declaraciones; igualmente melón, San Juan y Santiago del Estero y cereza de Río Negro y Mendoza.

También se pueden clasificar los productos que vienen de pocas o de muchas zonas. En el primer grupo tenemos: frutilla, una zona; cereza y melón, 3 zonas; manzana, 4 zonas. En el segundo grupo:

citrus y durazno, 8 zonas.

Haciendo la suma de los índices de una provincia para todos sus productos comercializados, podemos observar la importancia de esa provincia como abastecedora de Mar del Plata. Se destacan fundamentalmente Río Negro, Mendoza, San Juan y Entre Ríos, con índices superiores a la suma de los índices de todos los centros de la provincia de Buenos Aires.

Entre los centros nombrados de la provincia de Buenos Aires se encuentran Dolores, Mercedes y Río Colorado, que tienen en el abastecimiento nacional un rol muy secundario, pero que por la proximidad juegan en Mar del Plata un papel de regular importancia. Los otros centros nombrados son todos importantes en el orden nacional, como se puede ver en el cuadro siguiente. Sin embargo, debemos destacar Tigre, San Pedro y La Plata, que juegan en Mar del Plata un papel más importante que sobre las otras plazas.

En verduras, el número de centros abastecedores no es tan numeroso, 10 provincias y 4 localidades de la provincia de Buenos Aires. Con excepción del alcaucil, que viene el 100% de La Plata, la mayoría de los productos importantes vienen de varias zonas, en proporción parecida. Sin embargo, algunos índices muy fuertes revelan centros productores especiales como Salta, Jujuy y La Plata para el tomate, pimiento, chaucha y arveja; Médanos para el ajo; San Juan para la cebolla; Tucumán y La Plata para la lechuga; Santiago del Estero para el zapallo;

Mendoza y Córdoba para la zanahoria; etc. Como se puede ver, esta e numeración no aporta ninguna novedad a lo que se conoce ya de la pro - ducción nacional. De todas maneras, es importante subrayar que por ra - zones de distancia o de vínculos comerciales, algunos centros toman más importancia que otros a pesar de que estos últimos tienen más gravi - tación en el Mercado Nacional; La Plata en verduras, domina a Santa Fe y Córdoba; Dolores y Río Colorado pueden mantenerse en competencia - con Mendoza, Santiago del Estero y Tucumán.

D - Tonelaje y Superficie

Las declaraciones de los 34 mayoristas analizados suman 20.976 Tn., que representa un promedio aproximado de 600 Tn. para ca - da uno, o sea un total comercializado de 25.200 Tn. para el conjunto del Mercado, si se toma en cuenta los mayoristas no encuestados y encuestados no analizados. En el mejor de los casos se puede comercia - lizar en la playa libre el 80% de la producción local, o sea 10.000 Tn., lo que eleva el total general a 35.000 Tn. anuales, siendo pocas compa - radas con las estimaciones que hemos podido hacer y que alcanzan a - 90.000 Tn. La diferencia responde en parte a las reducciones de las de - claraciones de los entrevistados y en parte a las distribuciones direc - tas.

El factor superficie disponible tiene poca importancia. En e - fecto, los locales del Mercado son todos superiores a los 50 m². La - playa libre tiene una posibilidad de desarrollo no aprovechada sobre un

CUADRO Nro.10

Zonas de Producción que Concurrer al Abastecimiento - Repartición por Producto
(Índice en base a las declaraciones de los mayoristas)

	Río Negro	Mendoza	San Juan	Entre Ríos	Salta y Jujuy	Tucumán	San Luis	Catamarca	Sgo. del Estero	Misiones	Corrientes	Santa Fe	La Plata	Dolores	San Pedro	Tigre	Mercedes	Burattovich	Río Colorado	Totales
Manzana y Pera	21	3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	2	27
Citrus	-	-	-	19	2	1	-	-	1	9	-	-	-	1	3	1	-	-	-	37
Uva	2	5	11	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1	21
Durazno	6	5	1	-	-	-	-	-	-	-	-	2	-	4	5	-	1	-	1	25
Damasco	1	4	5	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	11
Ciruela	2	5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	4	-	4	-	-	1	17
Cereza	3	3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	7
Fruílla	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4	-	-	-	-	-	-	-	4
Melones y Sandías	-	-	4	-	-	-	-	-	4	-	-	1	-	-	-	-	1	-	-	10
	35	25	21	19	2	1	1	1	5	9	7	7	1	9	8	5	2	2	6	159

	La Plata	Santa Fe	Mendoza	San Juan	Salta y Jujuy	Tucumán	Córdoba	Río Negro	Sgo. del Estero	Entre Ríos	Dolores	Medanos	Río Colorado	Totales
Tomate - Pimiento	7	3	-	-	7	1	-	1	-	-	-	-	1	20
Berenjenas - Zapallitos														
Chauchas - Arvejas	5	-	-	-	2	-	-	-	1	-	1	-	-	9
Ajo	-	-	2	1	-	-	-	1	3	1	-	7	-	15
Cebolla	-	-	1	13	-	-	-	-	4	-	-	2	-	20
Alcaucil	5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5
Lechuga - Acelga	4	1	-	-	-	2	-	-	-	-	1	-	-	8
Zapallo	1	2	2	-	-	-	-	-	5	-	2	-	-	12
Batata	-	-	-	-	-	-	-	-	5	-	6	-	-	11
Zanahoria	3	2	5	-	-	-	6	-	-	-	-	-	-	16
Coliflor	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1
Repollo	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1
	27	8	10	14	9	3	6	2	18	1	10	9	1	118

terreno libre de propiedad del Mercado. Si bien el desarrollo en superficie de los mayoristas en el Mercado es imposible, lo sería sin dificultad sobre los terrenos vecinos y de esa forma existen muchas posibilidades que no son aprovechadas. Quiere decir entonces que las necesidades actuales están satisfechas, lo que está confirmado, ya que los 5.400 m2 disponibles, tanto dentro como fuera del Mercado, permiten comercializar un promedio de 75.000 Tn. de frutas y verduras por año.

Sabemos que el Mercado mayorista en construcción tiene previsto 8.000 m2. para puestos, cuya mitad está reservada para productores y el resto para 80 mayoristas. Esta superficie permitirá comercializar 110.000 Tn. anuales, pero no se ha tenido en cuenta las necesidades de tránsito, manipuleo y estacionamiento. Con este número de mayoristas el promedio por habitante se aproximará a los promedios comunes del país (3.200 habitantes por mayorista).

Esta observación confirma que el Mercado mayorista actual no concentra la totalidad de las operaciones comerciales.

A pesar de la similitud que existe en las declaraciones, se pueden destacar algunos grupos de mayoristas:

Mayoristas fuertes

En este grupo hay 3 mayoristas, o sea el 10% del total analizado. El total de sus ventas llega a 6.700 Tn. por año, que representa el 34% de las declaraciones. El promedio de 2.200 Tn. por mayorista fuerte parece bastante reducido, por lo que opinamos que no se le -

puede dar excesiva fe.

Se puede notar que todos venden varios productos, tanto frutas como verduras, sin especializaciones características.

La superficie de puestos que declaran ocupar son, respectivamente, 50, 100 y 400 m². Las declaraciones sobre días mayores y menores varían entre 25 y 30 Tn. para los primeros y 1.000 y 4.000 kilos para los segundos.

Mayoristas importantes

Fueron clasificados en este grupo los que declaran vender entre 800 y 2.000 Tn. Hay 5 mayoristas, o sea el 15% de los analizados, con una venta global de 5.920 Tn. anuales, 30% de las declaraciones, - siendo el promedio por mayorista de 1.200 Tn. Estos índices, para un grupo que abarca a los que normalmente deberían ser los principales en el Mercado, parecen razonables, aunque el número de mayoristas aparenta ser muy limitado por lo que opinamos que debe ser superior.

Con excepción de un mayorista especialista en citrus y banana, los demás declaran vender toda clase de productos.

El 60% tiene puestos en el Mercado, ocupando además depósitos externos, mientras que el 40% restante utiliza exclusivamente puestos y depósitos externos. En total ocupan 746 m². de puestos y 1.044 m² de depósitos, lo que significa un promedio de 150 m² de puestos y 210 m². de depósitos, superficies muy superiores a las necesidades de las comercializaciones declaradas.

Las declaraciones de días mayores varían en 5 y 30 Tn. y las de días menores en 100 y 3.000 kg.

Mayoristas Medianos

En este grupo se clasifican 7 mayoristas, que declaran vender entre 500 y 800 Tn. anuales. Representan el 20% de los mayoristas y suman 4.325 Tn. por año o sea el 22% del total. El promedio de venta de 6.100 Tn. por año es bastante regular para este grupo, pero se puede notar que para un mercado chico el número de mayoristas medianos es excesivo, ya que es un grupo de transición.

El 70% tiene puestos en el mismo Mercado, sin declarar depósitos externos, los restantes declaran puestos externos y uno solo depósito. Ocupan en total 488 m² de puestos y 300 m² de depósitos, o sea un promedio de 70 m² por mayorista, sin tener en cuenta el único depósito del grupo.

Las declaraciones de días mayores y menores varían entre 6 y 20 Tn. para los primeros y 100 y 1.000 kg. para los segundos.

Todo parece indicar que en este grupo se encuentran varios importantes o fuertes, que han declarado operaciones comerciales inferiores a las que realizan realmente.

Mayoristas Chicos

Son 19 en total y representan el 55% del total analizado, con 4.031 Tn. anuales declaradas o sea el 20% del total. El promedio de venta es de 210 Tn. por mayorista.

Aunque estos datos pueden ser tomados como razonables para el mercado que se estudia, se debe observar por una parte que el promedio es muy bajo y que la repartición de las especialidades de venta es muy diferente de lo que se puede observar generalmente para este grupo en otros mercados. —

En efecto, se puede observar 3 mayoristas para un solo producto (5 para todo el Mercado); 1 que vende 3 productos (manzana, cebolla y zapallo), 2 especialistas en verduras y el resto, o sea el 70% no tiene especialidad. Por las características del Mercado, el porcentaje de mayoristas especializados es demasiado elevado para este grupo.

Según las declaraciones utilizan 1.376 m² de puestos y 380 m² de depósitos, lo que significa un promedio de 72 m² por mayorista.

Las declaraciones de días mayores varían entre 2 y 16 Tn. y las de días menores entre 100 y 1.000 kg.

*Me de al
cuadro.*

E - Conclusiones

Las declaraciones fueron tan poco veraces que es muy difícil sacar conclusiones analíticas.

El cuadro siguiente resume las características más importantes:

CUADRO Nro. 11

Mayoristas	Nro.	Ventas	Puestos Ocupad.	Depó- sitos	Días Mayor. Tn.	Días Menores Kg.
<u>Analizados</u>						
Fuertes	10%	33%	550 m2		25-30	1000-4000
Importantes	15%	27%	750 m2	1050 m2	5-30	100-3000
Medianos	20%	21%	490 m2	300 m2	6-20	100-1000
Chicos	55%	19%	1375 m2	380 m2	2-16	100-1000
TOTAL	34 Unid.	20800 Tn	3165 m2	1730 m2		
<u>No Analizados</u>	5	3000 Tn	250 m2			
<u>No entrevistados</u>	3	1800 Tn	150 m2			
<u>Playa productores</u>	400	10000 Tn	1550 m2			
TOTAL		35600 Tn	5115 m2			
Superficie calculada			5400 m2			
Superficie del Nuevo Mercado			8000 m2			

Es muy difícil saber en qué medida esas declaraciones pueden ser inexactas, ya que se sabe que un importante porcentaje se comercializa sin utilizar los servicios del Mercado y además no tenemos ninguna estadística y no fue posible realizar ninguna encuesta para determinar el alcance de las operaciones reales. Sin embargo, por las dimensiones proyectadas para el Nuevo Mercado deben ser por falta de estudio pre-

vio, el resultado de un conocimiento práctico por parte de los mayoristas. Esto permite pensar que la comercialización global anual se eleva a 90.000 Tn. y que intervienen entre 60 y 70 mayoristas.

Las variaciones entre mes mayor y mes menor van de 6.000 a 10.000 Tn., datos que en el caso de Mar del Plata se deben tomar en cuenta más que los promedios anuales.

Varias informaciones de la encuesta permiten pensar que el Mercado Cooperativo es el abastecedor normal de la población estable - y que en el mismo se juxtaponen los productores de verduras locales y los importadores de frutas y verduras originales de otras provincias. Pero en la época de afluencia de población turística, en cantidades muy variadas y permanencia difícil de estimar con exactitud, se debe proveer la ciudad en gran parte directamente de otros mercados expedidores importantes del país como los de Abasto de Buenos Aires, Rosario y La Plata. La imposibilidad de realizar una encuesta de entradas y salidas en la época de verano no nos permite aportar pruebas a esta simple hipótesis.

Por último, se debe observar que Mar del Plata es el único caso de ciudad importante de la república abastecida por un mercado mayorista cooperativo. En otras ciudades, los mercados son de propiedad privada o pública, generalmente municipal, se alquilan puestos a las cooperativas que se encargan de la comercialización de los productos de sus socios. Esto tiene particular importancia en los mercados Abasto y

Dorrego de Buenos Aires, Rosario y Córdoba. En Buenos Aires hubo un intento de crear un mercado cooperativo que no llegó a concretarse. En Bahía Blanca la Cooperativa estudia un proyecto para hacer un mercado mayorista de su propiedad, en competencia con el actual que no protege los intereses de los productores. Debe destacarse que por el contrario en Mar del Plata se autorizó la edificación de un mercado mayorista privado en competencia con el Cooperativo.

Nomina de Mayoristas Instalados en el Mercado

100 m2	Local 4 y 3 bis	Néstor Grifero	s/Chile	Frutas y Verduras
50 m2	" 2	Marcelo Cecias	"	" "
50 m2	" 1	Chantini Hnos	"	" "
50 m2	" 1	Gaetano Ranieri	"	" "
50 m2	" 2	Marcelo Cecide	"	" "
40 m2	" 3	Chantini Hnos	"	" "
50 m2	" 4	Luciano Tomaselli	"	" "
50 m2	" 5	Domingo Caruso	"	" "
50 m2	" 6	José Di Savino	"	" "
50 m2	" 7	Raúl Gatti	"	" "
50 m2	" 8	César Aparicio	"	" "
50 m2	" 9	Rubén Di Paula	"	" "
100 m2	" 5 bis	Ferrante y Cía	"	esq. 9 de Julio F. y V.
50 m2	" 10	Callao y Munani S.A.	9 de Julio Fr.	y Verduras
50 m2	" 11	Francisco Gianivello	"	" "
50 m2	" 12	Giacomini Hnos	"	" "
50 m2	" 13	Eduardo Cecide	"	" "
50 m2	" 14	Pascual D'Astorfo	"	" "
50 m2	" 15	Orpianesi y Rechiani	"	" "
50 m2	" 16	Yantorno Hnos	"	" "
100 m2	" 17 y 18	Mario Perticone	"	" "
50 m2	" 19	Barba y Brown	"	" "

Nomina de Mayoristas que tienen locales fuera del Mercado
Frutas y Verduras

AMADO L. BENGOCHEA Chile 1492

Local de 8,60 x 17,62

No tiene transporte - alquiler

ANTONIO GIAMPAOLO Chile 1478

Local de 4 x 18,60

Transporte propio - 1 camión alquiler

Planta Alta Maduradero de banana 4 x 18,60

ANTONIO ALVAREZ Chile 1474

Local de 4 x 18,60

No tiene transporte Alquiler

SALVADORES, CABRERA y CIA. Chile 1470

Local de 8 x 4

No tiene transporte Alquiler

DI JULIO HNOS. Chile 1462

Local de 8,60 x 43,30

No tiene transporte Propietario

PERTICONE HNOS. Chile 1442

Local de 8,60 x 43,30

Transporte propio 2 camiones Propietario

CAMPORALE y RIVEIRO Chile 1432

Local de 10 x 22

No tiene transporte Alquiler

PERTICONE HNOS. Chile 1414

Local de 8,60 x 17,32

Transporte 2 camiones Propietario

LAS MARISMAS Chile 1380

Local de 5 x 12

No tiene transporte Alquiler

COOPERATIVA DE PRODUCTORES LTDA.

DE RIO COLORADO Chile 1368

Local de 4 x 12

Tiene transporte Alquiler

CECIVE HNOS. Chile 1366
Local de 9 x 26
Transporte propio 2 camiones Alquila

Desocupado

ARIAS HNOS. Chile 1399
Local de 10,55 x 23,30
Transporte propio 3 camiones Propietario

BERNARDI HNOS. Chile esq. 9 de Julio y México
Local de 6 x 10,50
No tiene transporte Alquila

FELIX BESATO 9 de Julio esq. Chile y México
Local de 6 x 10,50
No tiene transporte Alquila

ANIBAL FONTANA 9 de Julio esq. Chile y México
Local de 6 x 10
Propietario

ROSINOS HNOS. 9 de Julio esq. México
Local de 8 x 12
Transporte propio 1 camión Alquila.

FRANCISCO ABRAHAN Chile 1568
Local de 7,30 x 9,50
Transporte propio 1 camioneta Alquila

MANUEL P. CALLAU S.R.L. San Juan esq. Colón
Local de 30 x 12
No tiene transporte Alquila

V - Informe sobre la Cooperativa de Pesca
e Industrializacion Limitada.

Esta Cooperativa está formada en su mayoría por propietarios de lanchas pesqueras. Su personería jurídica le fue acordada por decreto del P.E. de la Provincia de Buenos Aires con fecha 15 de febrero de 1960.

Está ubicada en la Dársena Puerto, cerca de la Banquina de Pescadores. Sus socios son los dueños de las lanchas que hacen pesca costera, es decir, sardinas, cornalitos, etc., quienes al no mejorar sus embarcaciones no pueden efectuar otro tipo de pesca.

Cada socio entrega a la Cooperativa el producido diario de su pesca y ésta se encarga de la venta y conservación de la mercadería hasta que es vendida. Los días jueves y viernes de cada semana la cooperativa liquida a sus socios el producido de las ventas, previa deducción del 2% que le corresponde de acuerdo a los estatutos. Con este porcentaje debe mantener las instalaciones en buenas condiciones, para evitar perjuicios a sus socios.

El local donde funciona la Cooperativa es propiedad de la Secretaría de Transportes de la Nación. Todas las inversiones que se efectúen quedan como mejoras para el fisco. Hasta la fecha se ha hecho una inversión aproximada de 7.000.000 de pesos para poner las instalaciones en condiciones óptimas.

La Cooperativa se encarga de conseguir a sus socios todos los elementos para un mejor desenvolvimiento de sus tareas, como ser: motores, repuestos, combustibles, redes, etc. Además compró una grúa especial para facilitar el trabajo de descarga de las lanchas. En ese sentido efectuó una inversión de siete millones de pesos, debiendo los socios para poder utilizarla abonar una cuota mensual de mil pesos.

No todos los dueños de lanchas de pesca costera se encuen -

tran. agrupados en la Cooperativa. Según la información obtenida a la fecha están asociados unos doscientos propietarios y se está bregando para agruparlos a todos. El total de socios activos asciende a trescientos setenta y nueve.

VI - Mayoristas de pescado en el puerto y frigoríficos

- P. Corresponde a ubicación según plano anexo.

- P.1 COOPERATIVA MARPLATENSE DE PESCA E INDUSTRIALIZACION LTDA. Matrícula 1916; Dársena de pescadores.

- P.2 PEMASUR S.C.A. Dársena de pescadores; armadores: 6 barcos de su propiedad. Pesca de altura: merluza, bacalao, calamar. Capacidad: 700 cajones por barcos. total 4.200 cajones. Planta fileteado de merluza. Fábrica harina de pescado.

Cámaras frigoríficas: planta congelación rápida 40° B/0. Capacidad 300 toneladas.

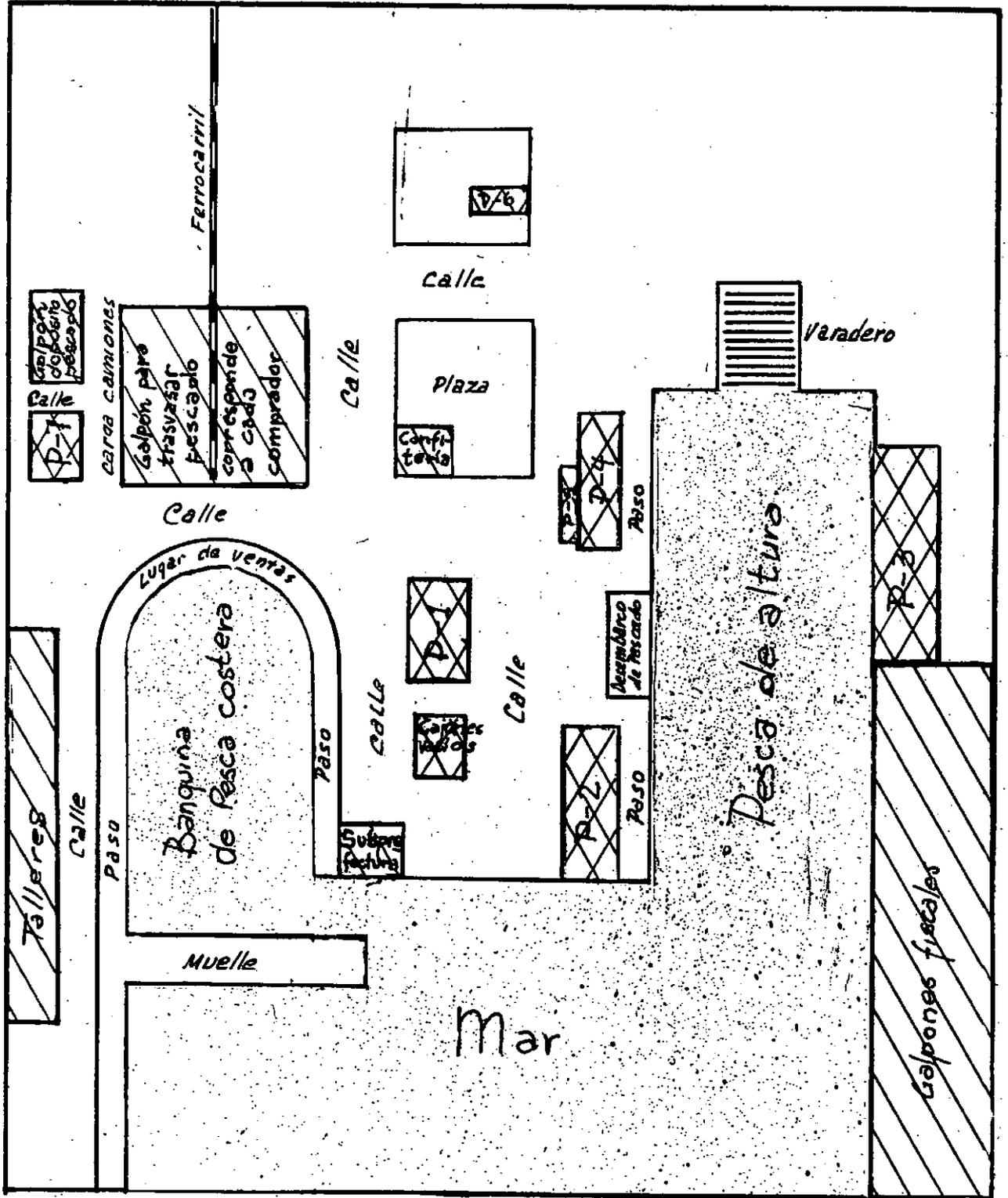
- P.3 COPEMAR S.A. Espigón Nro. 2 Dársena de pescadores. Armadores: 3 barcos propios y 6 contratados, todos para pesca de altura. Planta fileteado de merluza.

Cámaras frigoríficas: 2 cámaras conservación hielo de 16 x 16 mts. 10° b/0; una cámara congelado de 12 x 7 mts. 30° B/0; 2 cámaras conservación de pescado de 45 x 8 mts. 18° B/0; una antecámara de 4 x 9 mts.

- P.4 ARGEMBEL S.A. Pesq. Ind. y Fin. Banquina. Fábrica de harina de pescado. Una planta de fileteado de merluza. 5 barcos.

PUERTO DE MAR DEL PLATA

PLANO APROXIMADO DE LA BANQUINA



- P.5 APIC.

- P.6 MINIPESC R.L.T. calle F.Dársena. Mayorista venta al público. Local de venta al público de 20 x 15 mts. cubierto. Planta fileteado de merluza.

Cámara frigoríficas: 3 cámaras para conservación de 25° B/0 capacidad total de las cámaras 200 Tn. Un congelador para 8 Tn.

- P.7 FRIGORIFICO DEYACOBBI. Dársena de pescadores. Cámaras para mantenimiento de pescados y fábrica de hielo.

Cámara de 14,5 m2	33,4 m3
" " 16,4 m2	37,8 m3
" " 19,3 m2	44,4 m3
" " 22,2 m2	51. m3
" " 12,4 m2	28,5 m3
" " 6,7 m2	15,5 m3
Total 91,5 m2	210,5 m3

360 moldes de 25 kg. cada uno para barras de hielo; producción 9000 kg. diarios. Dos plantas de fileteados.

VII - Mayoristas de pescado fuera del puerto.

- 25 POLO SUR S.A.I.C. Cerrito 754. Mayorista de pescado de toda su variedad. Planta de fileteado de merluza de 600 metros cubiertos con cámaras frigoríficas de 4,50 x 10 mts. 25° B/0 ubicada en la calle Jacinto Ortíz Zárate 4127.

Cámaras frigoríficas: 3 cámaras conservadoras de 25° B/0; 1 cámara de 15° B/0; 2 túneles de congelación de 35° B/0; capacidad total 250 a 350 toneladas, según la variedad de pescado. Total de metros cubiertos 800 m2. Son exportadores de liebres en latas.

- 26 E.S.D.I.P.A. S.A.; Avenida Champagnant 1874. Mayorista de pescado y mariscos. 3 plantas de filet congelado. Transporte: 1 camión con acoplado termo. Esta sociedad esta ubicada en el mismo edificio - que el frigorífico FRIGOCEN S.A. cuyos socios forman parte de ambas firmas.

VIII - Frigoríficos

- 27 PAULUCCI HNOS. Independencia 3365; Fábrica de hielo y cámaras frigoríficas para terceros (aves, huevos, pescado, carne y frutas). 3 cámaras de 300 m³ de 9 x 9 x 5 mts., de 0° para conservación frutas y huevos; 1 cámara de 88 m³ de 7 x 3,40 x 3,80 mts. de 5° B/0 para hielo; 1 cámara de 88 m³ de 4 x 3,40 x 3,80 mts. de 10° B/0 para conservación de carne; 1 cámara de 87 m³ de 3 x 2,40 x 2,80 mts. 30 B/0; 2 cámaras de 87 m³ de 4 x 2,80 x 3,50 mts. de 18° B/0; 1 galpón de 30 x 12; 1 galpón de 27 m². 1 galpón de 20 x 12 mts.

- 28 FRIGORIFICO SUD ESTE S.A. Juan B. Justo 3333; Cámaras frigoríficas para terceros (Carne, huevo, pescado, fruta y verdura). 19 cáma-
ras de 12 x 15 x 5 mts.

- 29 COMPAÑIA FRIGOCEN S.A. Avda. Champagnant 1874. 3 plantas con 27 cámaras de 3° B/0 a 30° B/0. Total 12.700 m³. Transporte: 2 camiones.

- 30 FRIGORIFICO SAN TELMO - NAZARIO PARRA E HIJOS S.R.L. Chile y Rawson. 12 cámaras de 20 x 10 x 6 mts. de 30° B/0. Total 4.000 metros cubiertos exclusivamente para carne vacuna. Según infor

maciones es el frigorífico de la zona. Está construyendo sobre la Ruta 2 (a Buenos Aires) un matadero de vacunos con cámaras frigoríficas.

- 31 LA CAMPAGNOLA S.A. Edison 572. Fábrica de conservas de pescado. Cámaras frigoríficas.

- 32 JOSE DEYACOBBI. Funes 1549. Fábrica de hielo y cámaras frigoríficas para terceros (aves, huevos, pescado, fruta, verdura y carne).

Total 25 cámaras: 2 para hielo de 2° B/0; 13 para enfriamiento de 3° B/0; 5 para congelamiento de 2° B/0; 5 para depósito de congelado de 15° B/0. Total 1.805 metros cubiertos.

- 33 MACCHIAVELLO, D'AMBRA & CIA. S.A.I.C. T.Falkner 3773. Fábrica de conservas de pescado. 3 cámaras frigoríficas de 20° B/0; 1 túnel de congelación de 35 a 40° B/0; 1 congelador de placas de 35° a 40° B/0; 1 planta de fileteado de merluza. Exporta filete de merluza congelado. Transporte: 2 camiones. Total 6.000 metros cubiertos.

- 34 LAZA Y ZAMORA. Dorrego 1213.

IX - Mayoristas de Aves y Huevos

- 1 AURELIO DIEZ - Guemes 3145

Local de venta al público de 6 metros de frente por 4 mts. de fondo. Una Cámara frigorífica de 3 x 3 mts. a 0° para conservación. Un depósito de 10 x 5 mts. Transporte propio 1 camión.

- 2 PASCUCCI HNOS. S.C.A. - Alvarado 2744

Local venta al público de 4 x 11 mts. Una cámara frigorífica de 3,80 x 4 x 3 mts. enfriamiento 0° para conservación. Un depósito de 10 x 30 mts. Transporte propio 2 camiones. Criadero de aves ruta a Balcarce "San José". Como complemento, venta de granja en general.

- 3 MARINO & CIA, S. C. A. - Juan José Paso 3243
Local de venta al público de 4 mts. x 5 de fondo. Cámara frigorífica de 8 x 5 mts. 0° para conservación. Total del depósito con todo incluido de 40 x 10,80 mts. transporte propio 1 camión. Como complemento venta de artículos de granja en general.
- 4 DA CRUZ VAZ & HNOS. S. C. - Dorrego 3345
Local de venta al público de 5,80 x 6 mts. Un galpón de 5 x 10 mts. Transporte propio 1 camión y 1 chata. Local de venta público sucursal Alberti 1419.
- 5 JULIAN CASEO - Chile 2311
Depósito de venta de 15 x 10 mts. Total metros cubiertos 150. Transporte propio 1 camión.
- 6 LUIS GARCIA & CIA. - Rivadavia 4454
Local de venta al público: Mercado Giannelli, Luro esq. Guido, depósito de 8,50 x 10 mts. Transporte propio 1 camión.
- 7 ORDUÑA E HIJOS. - Maipú 4499
Depósito de 20,80 x 10 mts. Transporte propio 2 camionetas. Actualmente ampliando y reformando las instalaciones.
- 8 PASCUAL GATTI - Maipú 4672
Salón 6 x 6 mts. venta al público, y 36 mts. cubiertos de depósito. Transporte propio 1 camión.
- 9 JUAN GONA - Libertad 3971
Salón de venta al público: Mercado Pelaez, Rivadavia 2479. Total metros cubiertos de depósito 350. Una cámara frigorífica 5,70 x 3,80 x 2,80 mts. Transporte propio 2 camiones 1 camioneta.
- 10 DOMINGO GUTIERREZ - Jujuy 1379
Depósito de venta 10 x 43,60 mts. Metros cubiertos 200. Transporte propio 3 camiones y 1 camioneta.
- 11 LA TORRE E HIJOS - Rivadavia 3802
Depósito de venta 8 x 6 mts. Transporte propio un camión y 1 camioneta.

X - Conclusiones

Varios inconvenientes en la realización de las tareas de in -
vestigación no han permitido llevar a fondo el análisis proyectado.

Los organismos públicos locales no disponen de un material suficientemente completo o actualizado. También ocurre que algunas reparticiones no permiten publicar estudios recientemente terminados. Es to hace que el material en nuestro poder no reuna todos los elementos requeridos.

En la investigación directa realizada por este equipo no se pudo llegar tampoco a informaciones completas, ya que algunas encuestas no fueron realizadas por falta de colaboración local o de material básico y las realizadas carecen en gran parte de los datos necesarios.

Es evidente que la existencia del nuevo Mercado, ya casi terminado, compromete de tal forma los intereses privados que no permite desarrollar una tarea de investigación en óptimas condiciones, ya que todas las partes tienen tomada determinada posición y responde de acuerdo a ella.

El problema fundamental y característico del abastecimiento marplatense reside en los altibajos de la demanda, motivados por el desequilibrio de la población turística. Conforme a una característica ya observada en el curso del estudio de otras ciudades del país, se puede ver que este desequilibrio juega en favor del lugar de concentración más importante que se encuentre "próximo" a la ciudad. El Mercado de Buenos Aires, que abastece a 6 millones de habitantes puede fácilmente satisfacer las exigencias normales de Mar del Plata cuando su mercado local no las cubre. En 6 millones de habitantes 100.000 no es diferencia,

en 300.000 como tiene Mar del Plata si lo es, esto no solamente por el problema de espacio, sino también por el de recursos comerciales.

Ese "próximo" por Buenos Aires, representa 400 kilómetros, pero como no existe ningún lugar más cercano que pueda cumplir ese cometido, la diferencia no juega como factor negativo. Más aún, estudiando el origen de la mayoría de los productos, vemos que por una cuestión de ubicación en el mapa de la república, Buenos Aires es lugar de tránsito obligado de los mismos.

Se debe observar también, que la idea del nuevo Mercado fue iniciativa de un grupo de mayoristas que están acostumbrados a abastecer a Mar del Plata desde Buenos Aires.

Todas estas razones hacen necesario aclarar, a título de conclusión, que este informe no tiene todavía elementos suficientes como para justificar una posición más que otra.

ANEXO

- I - METODO PARA REALIZAR LA ENCUESTA DE CIERRE DE CIUDAD

- II - GENERALIDADES PARA LA DEFINICION FISICA DE UN MERCADO ESTACION

- III - FORMULARIOS: a) cierre de ciudad, b) encuesta mayorista

Método para realizar la encuesta de cierre de ciudad

La operación que consiste en realizar el bloqueo completo de una ciudad importante para registrar los movimientos de productos alimenticios, tiene como propósito determinar globalmente el nivel y la composición de la dieta familiar mediana, así como también el origen de los productos que la satisfacen.

Sabemos que existen varias otras formas más precisas para llegar al mismo resultado, pero en algunos casos característicos esta forma es la de más simple realización para el resultado a obtener.

La ciudad tiene que ser suficientemente importante y ofrecer bajo número de entradas para que los errores a cometer no tengan significación. Los mismos son bien conocidos: a) evasión de camiones por caminos secundarios, generalmente de tierra, por los cuales transitan carros o camionetas con poca carga; b) error en la evaluación del peso de los productos, aunque difícilmente puedan representar toneladas importantes, ya que se hacen por bultos de fácil contabilidad y de peso común o corriente; y c) error en la generalización de la encuesta.

Es evidente que la generalización del resultado de una encuesta de cierre de ciudad debe apoyarse en un conocimiento profundo del abastecimiento local.

Se deben distinguir fundamentalmente dos tipos de productos, según su aptitud para conservarse durante el almacenamiento. Un primer tipo son los productos que se renuevan en las reservas de los comer -

cientes cada vez que se agotan y este lapso de tiempo dependen de esa aptitud. En manzanas, pescados y huevos el almacenamiento dura varias semanas o meses; en zapallos, papas, batatas y zanahorias las entradas son semanales o quincenales; en tomates son cada tres o cuatro días.

El otro tipo se refiere a las verduras de hoja cuyas entradas son cotidianas o cada dos días.

El número mínimo de días durante los cuales se debe comprobar en forma continua las entradas y salidas de la ciudad, depende del conocimiento previo que se pueda tener sobre la forma en que se realiza el abastecimiento para cubrir el ciclo mínimo de renovación de stock de los productos que componen la dieta. Generalmente este número varía entre tres y ocho días. Los productos que, como manzanas en frigoríficos, escapan a este ciclo se registran directamente en su lugar de almacenamiento, interno a la ciudad.

Es también importante, observar las variaciones que experimentan a lo largo de las estaciones, tanto la lista de productos importados como el origen de los mismos. Es además interesante considerar la variación que puede ocurrir en la demanda local en función de movimientos estacionales de población. Estas son las razones por las que conviene realizar en distintas estaciones características del consumo, generalmente agosto, noviembre y febrero/marzo, el cierre a que nos referimos.

En la práctica es difícil cerrar totalmente una ciudad, asegurándose que todos los consumidores estén dentro de la misma y todos los productores afuera. También lo es determinar las entradas del día que fueron destinadas al consumo. Existen movimientos complejos internos o externos al límite de control que deben ser tomados en consideración para el cálculo del balance real. Además es fundamental para la planificación del abastecimiento conocer los lugares importantes de concentración y despacho de productos.

Por todas estas razones se efectúa un doble control de la ciudad: a) de las entradas exteriores y b) del barrio urbano de mayor concentración de productos.

A continuación y a título informativo presentamos el formulario al que se ajustó la tarea de control realizada en la ciudad de Rosario, que exigió la colaboración de 48 censistas y 63 agentes de policía durante las 24 horas de los 5 días de encuesta.

Movimiento de Entrada de Productos a la Zona
Blóqueada del Mercado de Abasto

Normas a seguir por los agentes censistas.

Las cargas que ingresen a la zona bloqueada pueden tener los siguientes orígenes:

- a) Procedentes de fuera del Municipio.
- b) Idem de quintas situadas dentro del Municipio.
- c) Idem de depósitos situados fuera de la zona bloqueada.

- d) Idem de frigoríficos situados fuera de la zona bloqueada.
- e) Idem de estaciones ferroviarias.
- f) Idem de estaciones de carga por automotor, situadas fuera de la zona bloqueada.
- g) Idem del puerto. Dos accesos (Rioja y Pellegrini).

El contralor de los productos según procedencia se efectuará así:

- a) y g) en los puestos de contralor sobre los accesos
- b) y f) en los puestos de contralor del bloqueo del Mercado.

Tareas de los Agentes de Control

Normas para el contralor de vehículos cargados con verduras, frutas, pescado, aves y huevos.

Entrada de Vehículos

Vehículos con carga para la ciudad de Rosario	Tarea a cumplir por todos los controles menos el de Arroyo Seco	<ol style="list-style-type: none">1. Llenará el formulario consignando "entrada".2. Anotará en el "ticket" la característica y número de chapa del vehículo, la fecha y hora en que se produce el paso.3. Colocará el "ticket" mencionado en la parte más visible del vehículo.
Vehículos en tránsito	Tarea a cumplir por todos los controles menos el de Arroyo Seco	<ol style="list-style-type: none">1. Llenará el formulario consignando "entrada en tránsito".2. Procederá como lo indicado precedentemente en 2.3. Realizará la operación señalada precedente - mente en 3.

Tareas de los Agentes en el Bloqueo
de la zona del Mercado de Abasto

Entrada de vehículos

1. Llenarán el formulario por cada vehículo que conduzca verduras y frutas, siempre que éste no tenga "ticket".
2. Si el vehículo tiene "ticket" no se llenará formulario. Después de verificar la coincidencia de los datos del "ticket", se le retirará este.

Salida de vehículos

1. No serán objeto de ningún contralor.

El primer y último día en que se cumpla el bloqueo de la zona del Mercado de Abasto, se inventariarán las existencias de los puestos del Mercado, de los depósitos de la zona bloqueada y de las cámaras frigoríficas de Celle y Cía.

Salida de Vehículos

Vehículos con carga
de la ciudad de Ro-
sario.

Tarea a cumplir por
los controles de La
Florida, Nvo. Alberdi
Fisherton, Av. Godoy
Puente Gallegos y
Puerto.

1. Llenará el formulario con
signando "SALIDA".

Tarea a cumplir por
los controles de Mo-
lino Blanco y Puen-
te Swift.

1. Llenará el formulario con
signando "SALIDA"
2. Anotará en el "ticket" la
característica y número
de chapa del vehículo y
la fecha en que se produ-
ce el paso.
3. Colocará el "ticket" men-
cionado en la parte más
visible del vehículo.

Tarea a cumplir por
el control de Arroyo
Seco.

1. Llenará el formulario con
signando "SALIDA" a to-
dos los vehículos que no
lleven "ticket"
2. A los que lleven "ticket"
se les retirará éste y no
se llenará el formulario.

Vehículos en
Tránsito.

Tarea a cumplir por
los controles de La
Florida, Nvo. Alberdi
Fisherton, Av. Godoy
Pte. Gallego y Puer-
to.

1. Llenará el formulario con
signando "SALIDA EN -
TRANSITO".
2. Se retirará el "ticket" -
que lleve el vehículo.

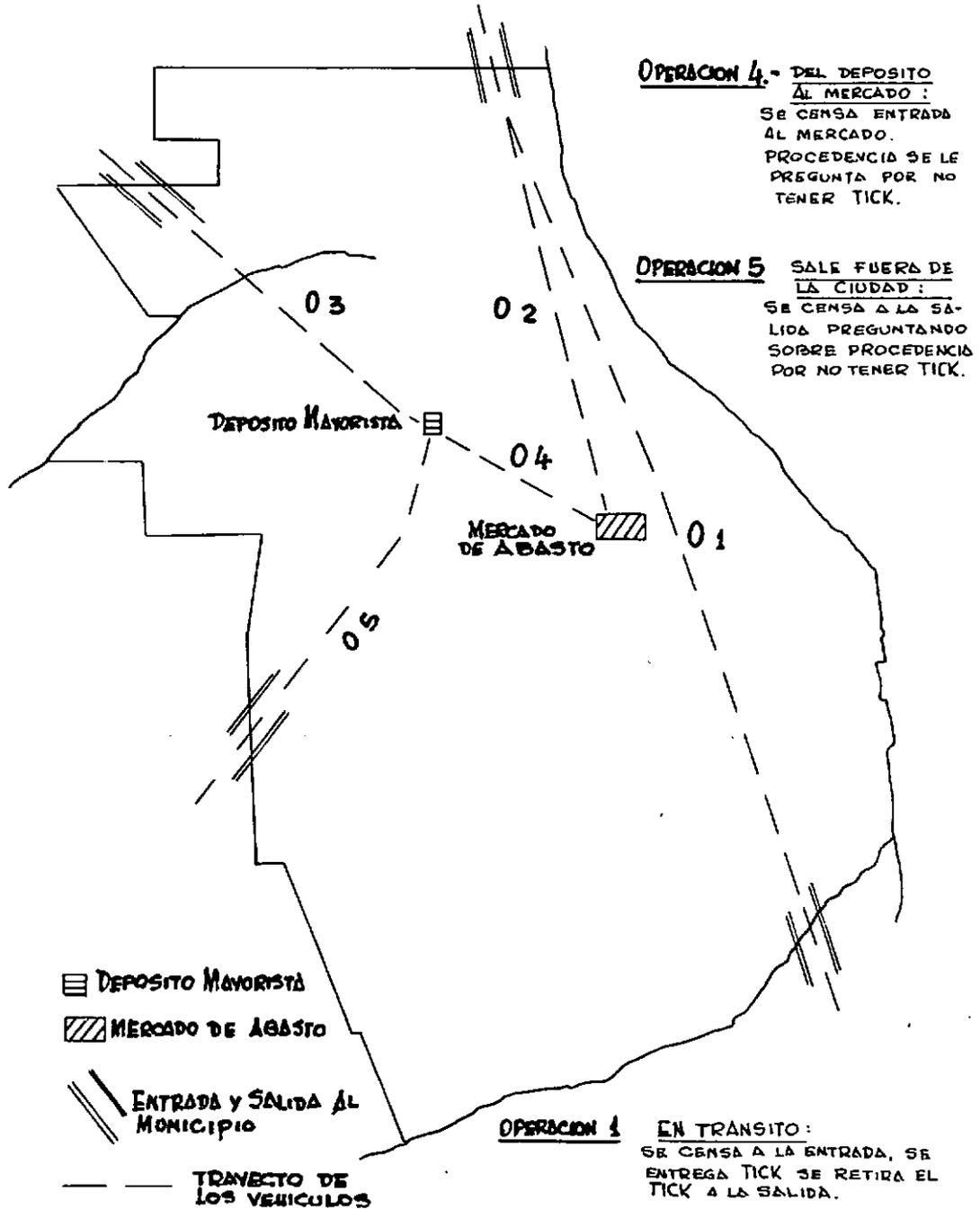
Tarea a cumplir por
los controles de Mo-
lino Blanco y Puen-
te Swift

1. Observará que los vehí-
culos lleven "ticket" y -
los dejará pasar.

Tarea a cumplir por
el control de Arroyo
Seco

1. Llenará el formulario con
signando "SALIDA EN
TRANSITO".
2. Retirá el "ticket" que
lleve el vehículo.

DIÁGRAMA DE UN CIERRE DE CIUDAD Y DE MERCADOS



OPERACION 4. - DEL DEPOSITO AL MERCADO:
SE CENSA ENTRADA AL MERCADO.
PROCEDENCIA SE LE PREGUNTA POR NO TENER TICK.

OPERACION 5 SALE FUERA DE LA CIUDAD:
SE CENSA A LA SALIDA PREGUNTANDO SOBRE PROCEDENCIA POR NO TENER TICK.

☐ DEPOSITO MAYORISTA
▨ MERCADO DE ABASTO

▬▬▬ ENTRADA Y SALIDA AL MUNICIPIO

— — — TRAYECTO DE LOS VEHICULOS

OPERACION 1 EN TRÁNSITO:
SE CENSA A LA ENTRADA, SE ENTREGA TICK SE RETIRA EL TICK A LA SALIDA.

OPERACION 2 ENTRADA AL MERCADO:
SE CENSA A LA ENTRADA, SE LE ENTREGA UN TICK Y SE LO RETIRA AL TICK EN EL MERCADO

01 OPERACION.

OPERACION 3 ENTRADA AL DEPOSITO:
SE LLENÁ A LA ENTRADA SE LE ENTREGA TICK.

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.

I - "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 minoristas.

Cuáles son las necesidades que surgen de estas dos funciones?

La función comercial tiene 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 experien-

cia 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 mayo - rista como parte del minorista, el volúmen y la calidad de la mercadería existente en el mercado.

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

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

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

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

La primera condición es relativamente simple de obtener.

Para la segunda, el número bastante importante de vehículos minoristas y las cargas generalmente escasas que toman, obligan en general a permitir el acceso directo al puesto a los que cargan únicamente cantidades importantes (a definir en cada caso según el tamaño del mercado, los tipos de vehículos minoristas y las costumbres de compra). Los otros vehículos tienen que parar en las playas de estacionamiento, en las cuales se les entregará la mercadería por medio de pequeños trenes de carritos (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 evolucionado, el mercado debe ser lo suficientemente flexible para poder adaptarse a esta evolución, es decir compuesto de superestructuras lo menos especializadas posibles, económicas y fácilmente ensanchables o desarmables.

Los dos tipos fundamentales de mercados

Elección del tipo más adaptado.

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

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

Halles de París, Mercado de Hamburgo).

El Mercado Lineal (Mercados de Lyón, 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 diferente, y en el cual están agrupados todos los mayoristas.

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

Cuáles son las ventajas respectivas de estos dos tipos?

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

El Mercado Lineal, al contrario está perfectamente adaptado a las necesidades concernientes al manipuleo y a la flexibilidad, efectivamente las calles de circulación no son cubiertas, lo que permite reducir considerablemente el costo de la obra y proveer, para las construcciones, una serie de galpones standards fácilmente transformables. El

carácter "lineal" da lugar a mucho más espacios de carga y descarga frente a los puestos mayoristas y no hay 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 del 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 los paperos, los fruteros, los especializados en cuatro o cinco productos idénticos, etc. también por tamaño.

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

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.

Galpones mayoristas Frutas y Hortalizas

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

Primeramente, la mayor parte de los mayoristas tienen que disponer de una vereda para exponer "muestras" de su mercadería (la sola excepción puede estar constituida por los grandes mayoristas que venden productos muy particulares, en general papas y batatas únicamente a otros mayoristas, estos últimos constituyendo clientes fieles, lo que suprime prácticamente la necesidad de la elección del producto, y por consiguiente la exposición del mismo). Esta vereda se encuentra sobre una calle "comercial" en la cual circulan los compradores. El ancho aconsejable de esta vereda parece ser de 6 mts. Efectivamente, esto corresponde a una exposición de alrededor de 400 Kg. por metro de vereda en el sentido longitudinal, o sea por un puesto de 4 mts. de largo (mayorista mediano, comercializando alrededor de 5 toneladas por día) una reposición de 1,6 Tn. 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 de ancho?. Pensamos que no, por las razones siguientes:

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

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

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

(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 a elegir este valor que en realidad no es el valor óptimo.

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

Esta superficie está ligada al volúmen de mercadería descargada anualmente sobre piso, inferior al volúmen total comercializado por el conjunto de los mayoristas dado que, así como lo hemos explicado en en 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, frutas, etc. pro

ductos que se presentan en general en cajón.

Los otros productos que se presentan o sea un lienzo o sea a granel (verduras, citrus a granel, bananas, zapallos, etc.)

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

$$\text{-Bolsas: } (2,50 \text{ m}^3. \times 250 \text{ kg. } \times \frac{2}{3}) \times 1/2 \times 300 \text{ días} = 62,5 \text{ Toneladas.}$$

$$\text{-Cajones: } (2 \text{ m}^3. \times 240 \text{ kg. } \times \frac{20}{30}) \times 1/2 \times 300 \text{ días} = 48 \text{ Toneladas.}$$

$$\text{-Otros: } (1 \text{ m}^3. \times 150 \text{ kg. } \times \frac{2}{3}) \times 1/2 \times 300 \text{ días} = 15 \text{ Toneladas.}$$

Cifras que hay que multiplicar por el coeficiente:

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

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

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

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

o sea

$$\text{- Bolsas: } 34,7 \text{ Toneladas/m}^2.$$

- 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 Tn.

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

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

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

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

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

Calles de Circulación

Calle comercial

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

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

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 agrupan los galpones dos por dos, un ancho de $12 \times 2 = 38$ 40 mts., y si se considera al galpón aislado con una calle para 2 x 2 filas camiones, con un ancho de:

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

Calle de circulación

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

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 exponemos 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 preveer para cada camión unos metros cuadrados de más para poner los bultos

antes de cargarlos, aconsejamos tomar una superficie de 75 m2.

Instalaciones de Ferrocarril

Si se hace la clasificación de los vagones en el mercado mismo, hay que 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 de mayoristas. Pero, para no perturbar el movimiento de los camiones en la calle de descarga, aconsejamos ubicar las vías de ferrocarril en las calles comerciales.

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

Andenes de Carga y Descarga

Además de los andenes frente a los galpones, hay que preveer -al lado de las vías del ferrocarril integrando la playa de descarga- andenes mixtos de descargas para vagones-camiones que sirvan a la vez para descarga de la mercadería de los vagones que no van hasta

los puestos mayoristas, y llevarla después por zonas con vagoncitos hasta los puestos mismos, y también para descargar o cargar camiones en caso de reexpedición fuera del mercado sin permanencia de la mercadería en los puestos.

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

Otras Indicaciones

Playa libre

En cada mercado, hay que preveer una "playa libre" en donde los chacareros puedan vender directamente su mercadería al minorista sin pasar por un mayorista. La superficie de dicha playa puede ser calculada suponiendo que los chacareros comercializan directamente la mitad de la producción del "cinturón verde" correspondiente a la ciudad estudiada, tomando un promedio de 10 Toneladas de producción por hectárea y eligiendo por cada "puesto chacarero" una superficie de 35 m². (estacionamiento de vehículos del interesado y exposición de una parte de su mercadería), sobre el cual suponemos un promedio de comercialización de 20 Tn/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 supuesto no son individualizados.

Clasificación de Embalaje

La devolución de los embalajes vacíos es en general una pérdida de tiempo bastante importante para el minorista. Proponemos entonces prever 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 embalajes", 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 prever también, en el Mercado galpones para mayoristas de aves y huevos, de pescado y frigoríficos. Es difícil establecer normas y reglamentaciones que sean válidas para todos los mercados. Conviene en cada caso estudiar bien el problema para definir las necesidades.

Oficinas Mayoristas

En los galpones mayoristas conviene prever, 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 Tn/año de bananas por m². de maduradero.

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:

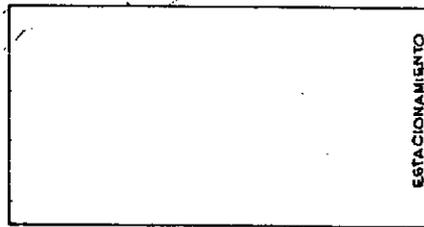
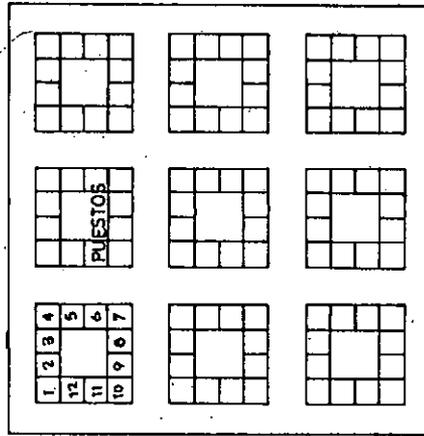
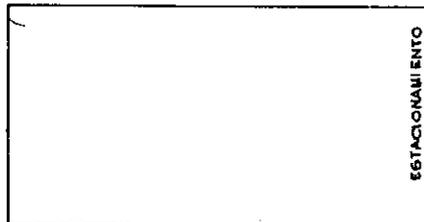
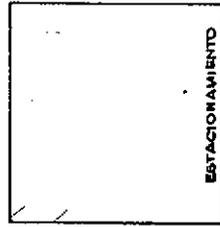
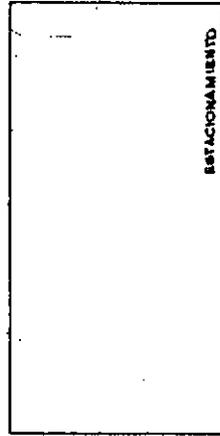
Las ventas a minoristas tienen que hacerse sin que haya al mismo tiempo aprovisionamiento en mercaderías, para que no cambien los volúmenes de los productos al llegar un camión o un vagón.

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

ESQUEMA TIPO A



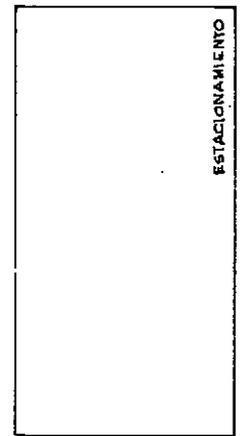
MERCADO TIPO PABELLON

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

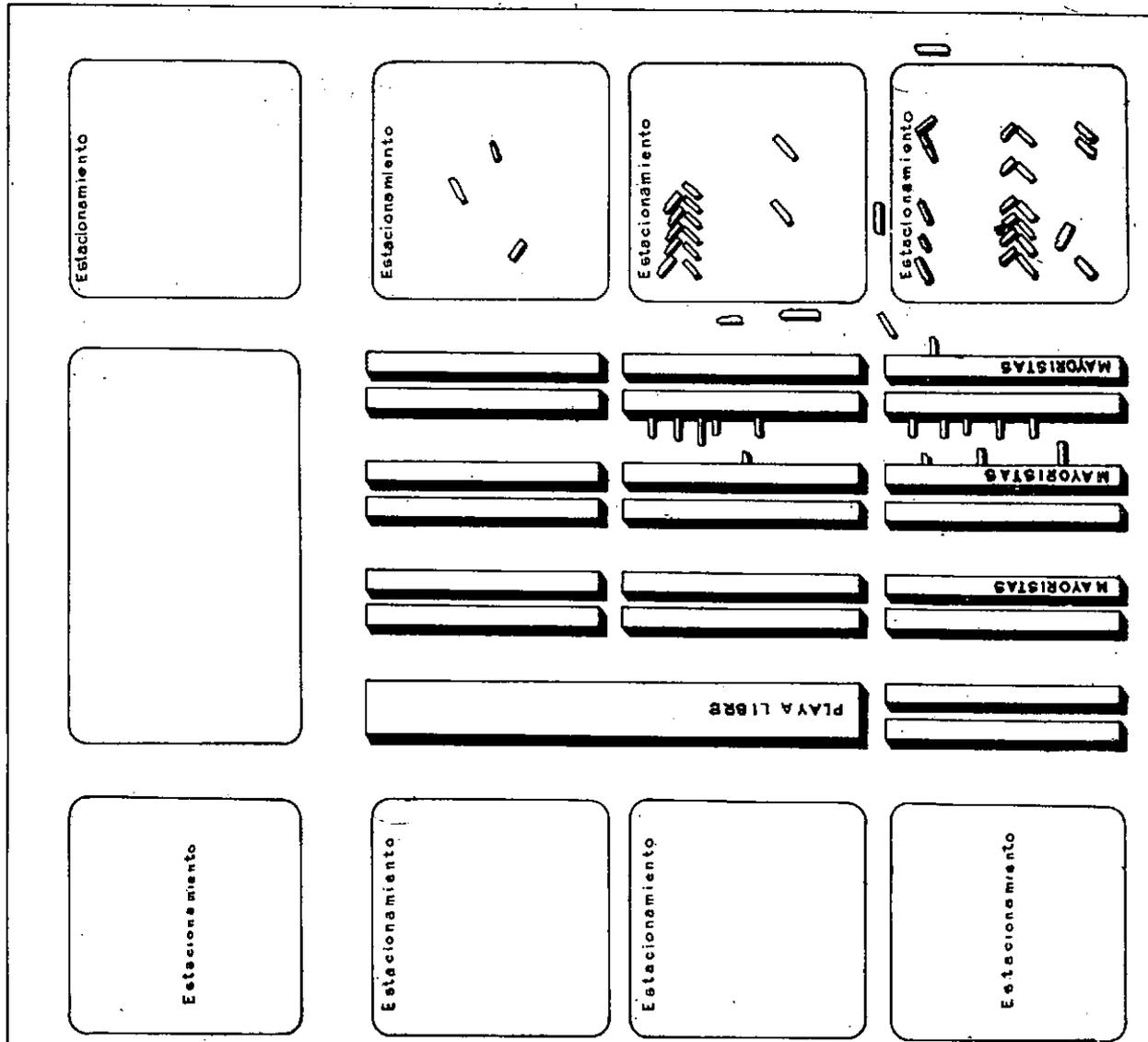
Estudio de la:

COMERCIALIZACION DE LOS PRODUCTOS PARA LA ALIMENTACION

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



ESQUEMA TIPO B



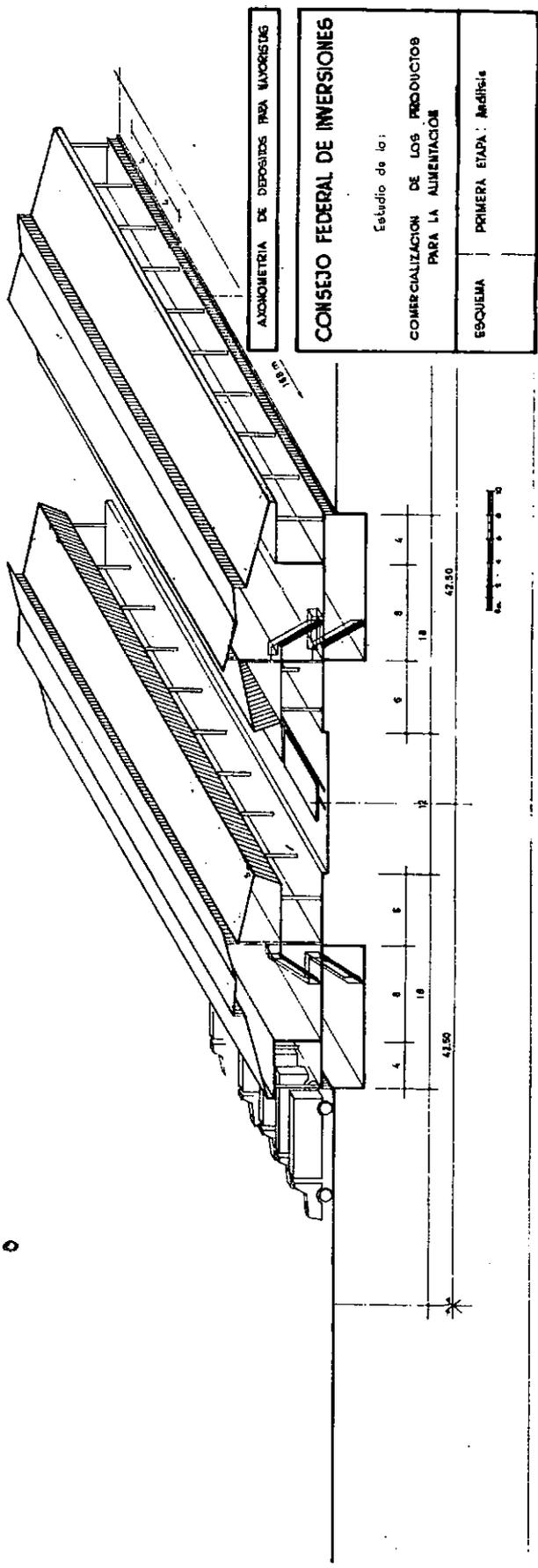
MERCADO TIPO LINEAL

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

Estudio de la:

COMERCIALIZACION DE LOS PRODUCTOS PARA LA ALIMENTACION

ESQUEMA PRIMEA ETAPA : Analisis



AXONOMETRIA DE DEPOSITOS PARA MAYORISTAS

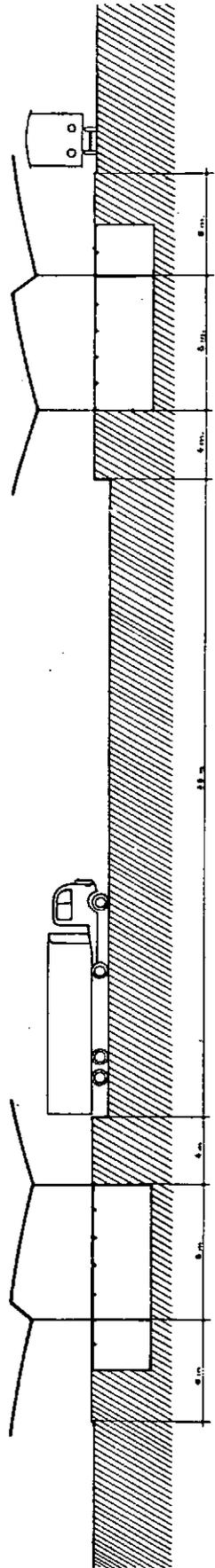
CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

Estudio de la:

COMERCIALIZACION DE LOS PRODUCTOS PARA LA ALIMENTACION

ESQUEMA

PRIMERA ETAPA: Medición



CORTE ESQUEMATICO DE UN GALPON PARA MAYORISTAS



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

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

0. DESIGNACION DE LA EMPRESA

00. Razón social o Nombre y apellido

.....

01. Carácter orgánico

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

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

02. Carácter jurídico

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

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

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

Nacional

Municipal

04. Lugares de actividad

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

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

1. Mercaderías Comercializadas por la Empresa

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

11. Tonelaje puesto en depósito por la empresa en el año 1962		
110. Remanente diario	en el mercado	externo
1100. Remanente diario más elevado		
1101. Remanente diario 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			
	<u>Cantidad de Bultos</u>	<u>Peso unidad</u>	<u>Provincia</u>
1220 Acelga			
1221 Ajo			
1222 Alcauciles			
1223 Arvejas			
1224 Batatas			
1225 Berenjena			
1226 Cebolla de cabeza			
1227 Coliflor			
1228 Chaucha			
1229 Frutilla			
1230 Lechuga			
1231 Melón			
1232 Papas			
1233 Pimiento			
1234 Poroto			
1235 Repollo			

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

12.3 Origen Comercial de la mercadería

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

		poco	bastante	mucho
Directamente al productor	x			
Cuales productos particularmente				
A acopiador de producción	x			
Cuales productos particularmente				
A comisionistas que representan los productores en la zona	x			
Cuales productos particularmente				
A comisionistas que representan los productores en el centro de consumo	x			
Cuales productos particularmente				
A negociantes especializados del centro consumidor	x			
Cuales productos particularmente				

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

13. Tipo de envase utilizado para los productos

130. Característica	Promedio por tipo de envase
1300. A granel	%
1301. Cajones consignados	%
1302. Jaulas	%
1303. Bolsas	%
1304. Envase perdido	%
1305. Otros (lienzos, atados..)	%
	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.	1º 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 necesarias

62. Telex

Si No

Observaciones.

Fecha y Firma Aclarada

INDICE DE MAPAS

<u>Nro.</u>		<u>Página</u>
1	- Mar del Plata. Plano General.	9
2	- " " " Evolución Urbana.	11
3	- " " " Rutas camineras y ferrocarriles.	51
4	- " " " Intensidad del tránsito.	53
5	- " " " Zonas de producción hortícola.	75
6	- " " " Ubicación del mercado de concentración hortícola, locales mayoristas y frigoríficos.	85
7	- " " " Ubicación del Mercado concentración hortícola y zona aledaña.	89

INDICE DE PLANOS

1.	- Mar del Plata. Mercado de concentración hortícola.	97
2	- Puerto de Mar del Plata. Plano aproximado de la banquina.	121
3	- Diagrama de un cierre de Ciudad y de Mercados.	137
4	- Mercado tipo lineal. Esquema tipo A.	155
5	- Mercado tipo pabellón. Esquema tipo B.	157
6	- Axonometría de depósitos para mayoristas - Esquema.	159
7	- Corte esquemático de un galpón para mayoristas.	161

INDICE DE GRAFICOS

1	- Crecimiento de la población.	63
2	- Mar del Plata. Afluencia de turistas.	69

INDICE DE CUADROS

1	- Estadística de hoteles de Mar del Plata, año 1956.	25
2	- Estadística sobre la evolución de la construcción.	29
3	- Estadística de la producción pesquera de Mar del Plata.	35
4	- Número de habitantes de Mar del Plata.	56
5	- Nacimientos, defunciones y crecimiento vegetativo. Cifras absolutas y tasas. Años 1945 a 1960.	57
6	- Crecimiento total, crecimiento vegetativo y saldo migratorio.	61
7	- Pasajeros entrados durante las temporadas 1930/31 a 1958/59.	67

<u>Nro.</u>		<u>Página</u>
8	- Superficie cultivada y número de quintas situadas en las inmediaciones de Mar del Plata.	74
9	- Producción hortícola en toneladas.	79
10	- Zonas de producción que concurren al Abastecimiento.	105/107
11	- Declaraciones de los mayoristas encuestados.	113

ANEXOS

I.	Método para realizar la encuesta de Cierre de Ciudad.	131
II.	Generalidades para la definición física de un Mercado- Estación.	139
III.	Formularios:	
	a) Cierre de Ciudad.	163
	b) Encuesta Mayorista.	165