



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

06007 fis

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

CATALOGADO



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

ANALISIS

SEGUNDA PARTE

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

TOMO 19

CIUDAD DE TUCUMAN

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 Cooperación Técnica del Gobierno Francés.

INDICE GENERAL

DEL TOMO 19

Página

CAPITULO I

INTRODUCCION

I.	Objeto del Estudio, Metodología Empleada.	1
II.	Organismos que Colaboraron en el Trabajo.	5
III.	Fuentes de Información.	5

CAPITULO II

TERRITORIO

I.	Ciudad de San Miguel de Tucumán.	7
	A - Plano del Municipio.	7
	B - Departamentos y Principales Ciudades de la Provincia. Vías de Comunicación.	11
	C - Altimetría del Municipio. Plano con Curvas de Nivel.	15
II.	Comunicaciones Viales y Ferroviarias. Caminos y Ferrocarriles con Señalamiento de las Rutas de Acceso a la Ciudad y Ferrocarriles.	19
III.	Movimiento e Intensidad del Tránsito dentro del Municipio.	23
IV.	La Ciudad: Zona Céntrica y Barrios.	27
V.	Evolución del Crecimiento de la Ciudad.	31

CAPITULO III

POBLACION

I.	Evolución de la Población y su Proyección para el Año 1970.	37
II.	Densidad Demográfica.	42

CAPITULO IV

PRODUCCION

I.	Importancia de Tucumán y su Zona de Influencia en el Abastecimiento de la Ciudad y otros Centros Urbanos.	47
----	---	----

A - Localización de la Producción Hortícola y Frutal por Departamentos, en Porcientos del Total Provincial.	47
1 - Caña de azúcar.	47
2 - Citricultura.	48
3 - Horticultura.	49
3.1. - Hortalizas de primicia.	49
3.1.1. - Tomate.	52
3.1.2. - Papa.	54
3.1.3. - Poroto para chaucha.	56
3.1.4. - Lechuga.	57
3.1.5. - Batata.	57
3.1.6. - Pimiento.	57
3.2. - Hortalizas para consumo como grano seco.	58
3.2.1. - Arveja.	58
3.2.2. - Garbanzo.	59
3.3. - Lechuga para semilla.	59
3.4. - Hortalizas de estación.	59

CAPITULO V

COMERCIALIZACION

I.	Mercado de Abasto Municipal.	69
	A - Descripción.	69
	B - Características del Mercado de Abasto actual.	71
	C - Proyecto de Ampliación del Mercado.	71
	D - Proyecto del Instituto de Arquitectura y Planeamiento.	72
II.	Comercios Mayoristas Ubicados dentro de la Ciudad.	101
III.	Venta al Por Menor de Alimentos Perecederos.	105
	A - Mercados Municipales.	105
	B - Mercados Particulares.	106
	C - Mercados en Construcción.	107
	D - Comercialización de Aves y Huevos.	107
	E - Pescado.	109
IV.	Venta al Por Mayor y al Por Menor de Alimentos Perecederos.	110
	A - Análisis General del Mercado	110
	B - Análisis de la Encuesta Mayorista.	113
	INDICE DE CUADROS.	165
	INDICE DE MAPAS.	165
	INDICE DE PLANOS.	166
	INDICE DE FOTOGRAFIAS.	166
	INDICE DE GRAFICOS.	166
	INDICE DE ANEXOS.	166

CAPITULO I

INTRODUCCION

I - Objeto del Estudio. Metodología Empleada

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

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

Existen varias formas de llegar al conocimiento del consumo total anual de una ciudad determinada. Una de ellas es la de realizar un muestreo en base a encuestas directas a familias de consumidores. Sin embargo, ello no estaba al alcance de las posibilidades, tanto materiales como humanas, que teníamos a nuestro alcance. Debe pensarse que nuestro trabajo com -

prende a once ciudades, en todos los casos con una población que supera las 25.000 familias. Una encuesta que cubra los mínimos requisitos técnicos para poder considerarla un "muestreo" satisfactorio, hubiese exigido interrogar en cada ciudad a un número de familias que varía entre 2.500 y 5.000.

Se decidió entonces hacer un "cierre de ciudad", es decir registrar durante un cierto período las entradas y salidas de mercaderías de la ciudad considerada, ubicando puestos de control en los caminos de acceso a la misma para certificar la naturaleza, peso, origen y destino de la carga transportada.

Debido a ciertos problemas existentes en la ciudad, que llegaron hasta crear un conflicto entre las autoridades y las fuerzas vivas de los distintos sectores que participan en la realización del abastecimiento local, nos fue imposible llevar a la práctica la realización de dicha encuesta. Se adjunta en el anexo de este estudio la metodología recomendada para la realización de la misma.

En lo que concierne al consumo, por las características de la población que no guarda similitud con las de las otras grandes ciudades del país, para llegar al conocimiento estratificado de las dietas locales, pensamos que en una etapa ulterior será necesario realizar una encuesta de consumo o de canasta familiar.

Esas dos encuestas, sin representar una duplicación del trabajo, se complementarían para llegar al conocimiento exacto de un problema particularmente complejo en la ciudad de Tucumán.

Otro aspecto fundamental desarrollado en nuestro trabajo es el estudio de la situación física y humana de la ciudad. Esta parte incluye a todas las estructuras que participan en el urbanismo, tales como caminos, vías férreas, edificaciones, población, etc. La evolución histórica, como también los factores actuales que incidirán 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 que se debe prever en la evolución humana de la ciudad. El detalle de la dieta y las exigencias de los consumidores están indirectamente vinculados al desarrollo económico y al nivel social de la población. En fin, la forma en la cual se debe distribuir los alimentos depende directamente de la forma de vida de los habitantes, y más particularmente, de los horarios y lugares donde concurre cotidianamente.

En el estudio de la ciudad de Tucumán, la parte correspondiente a la producción de la propia ciudad ha sido desarrollada en forma particular debido a su importancia nacional. La ubicación geográfica de los lugares importantes en las cercanías de la ciudad y las condiciones agro-económicas de la producción, hacen imposible destacar un cinturón verde para la ciudad. Por esa razón, se ha estudiado toda la producción del Valle, la que de todas maneras interesa, directamente para el consumo e indirectamente para el comercio, a la economía de la Ciudad. Ade-

más, en el estudio de la comercialización de los productos de la alimentación tiene igual importancia para la ciudad el problema de las exportaciones hacia otras provincias que el abastecimiento del conglomerado urbano.

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

En razón de la poca disponibilidad de personal, la comercialización minorista no fue analizada.

El estudio de la comercialización mayorista se hizo sobre la base de una encuesta que abarcó a poco menos del 50% de los comerciantes. El formulario de encuesta que se adjunta en el Anexo sirvió de base para los requerimientos del encuestador.

En definitiva, consideramos que se ha realizado un análisis coherente que permitirá encarar el estudio del proyecto de un nuevo mercado. El mismo en la ciudad de Tucumán se hace necesario por la ubicación céntrica del edificio actual y por la falta de espacio que obliga a un número considerable de comerciantes a operar en los locales aislados, incidiendo este hecho negativamente en la operatividad de las transacciones comerciales.

En este trabajo no se hizo ningún estudio preliminar sobre el proyecto de un nuevo mercado, debido a la falta de idea con respecto al mismo, en el momento en que se realizaba este estudio, por parte de la

Intendencia Municipal. En esta materia es muy difícil tomar una posición, si no se tienen los elementos de juicio oficiales y privados.

Por lo expuesto, esta presentación se limitará a presentar los elementos técnicos necesarios para encarar tal proyecto y un memorandum de generalidades sobre la técnica de proyección de un mercado moderno.

II - Organismos que Colaboraron en el Trabajo

Es dable señalar la importante colaboración de organismos oficiales y privados que ofrecieron en todo momento su valioso y desinteresado aporte. Entre ellos corresponde citar, aunque pueda incurrirse en involuntarias omisiones, a los siguientes:

- Dirección de Abastecimiento de la Municipalidad;
- Instituto de Arquitectura y Planeamiento de la Universidad;
- Centro de Productores y Distribución de Frutas, Hortalizas y Anexos.
- Asociación de Productores de Frutas, Hortalizas y Afines.

III - Fuentes de Información

Se contó con los siguientes elementos de información:

Estadísticos:

- De producción: por zona de producción y por producto;
- De transporte ferroviario: por producto, líneas y estaciones;

- De movimiento de mercadería de mercados. (Debe considerarse que estos datos fueron casi siempre incompleto);
- De consumo: por mes y por producto, para una familia obrera de Buenos Aires en 1960.

Trabajos publicados:

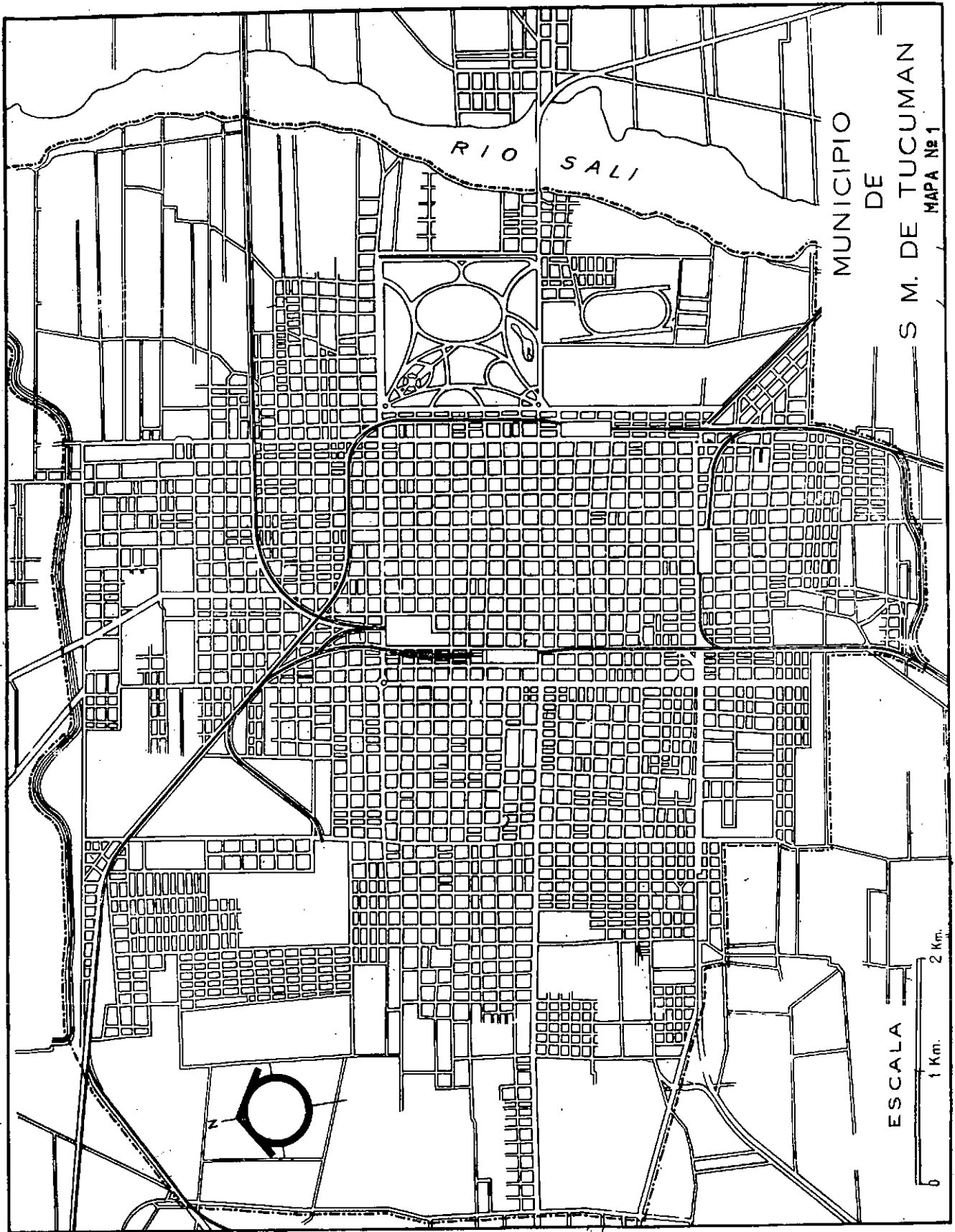
- "Estudio preliminar de la comercialización de los productos de la alimentación para la Capital Federal y el Gran Buenos Aires", C.F.I., 1960;
- Primera y Segunda parte del presente trabajo.

CAPITULO II

TERRITORIO

I - CIUDAD DE SAN MIGUEL DE TUCUMAN

A) Plano del Municipio



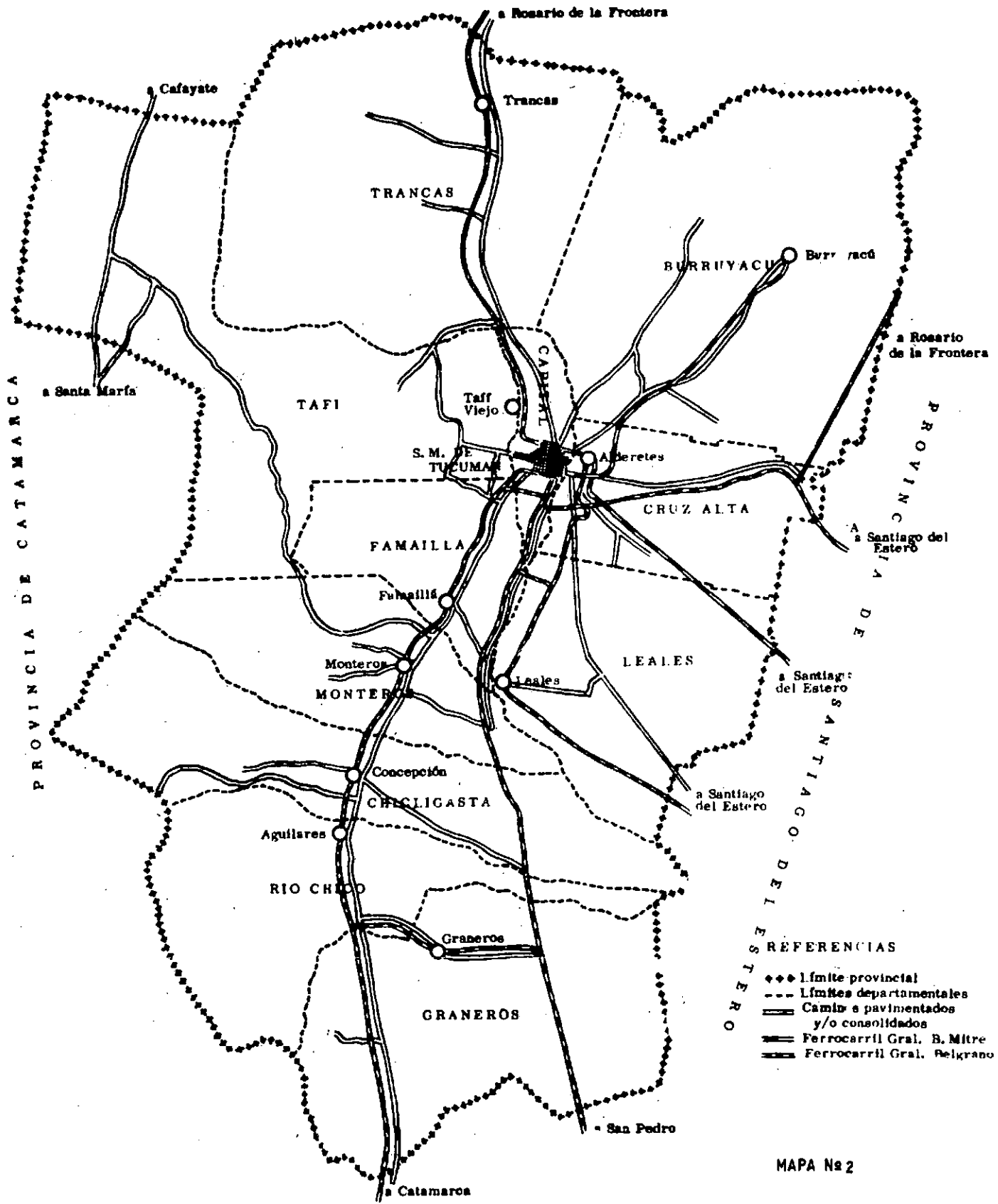
RIO SALI

MUNICIPIO DE S. M. DE TUCUMAN
MAPA Nº 1

ESCALA
0 1 Km. 2 Km.

B) Departamentos y
Principales ciudades de
la Provincia - Vías de
Comunicaciones.

PROVINCIA DE SALTA

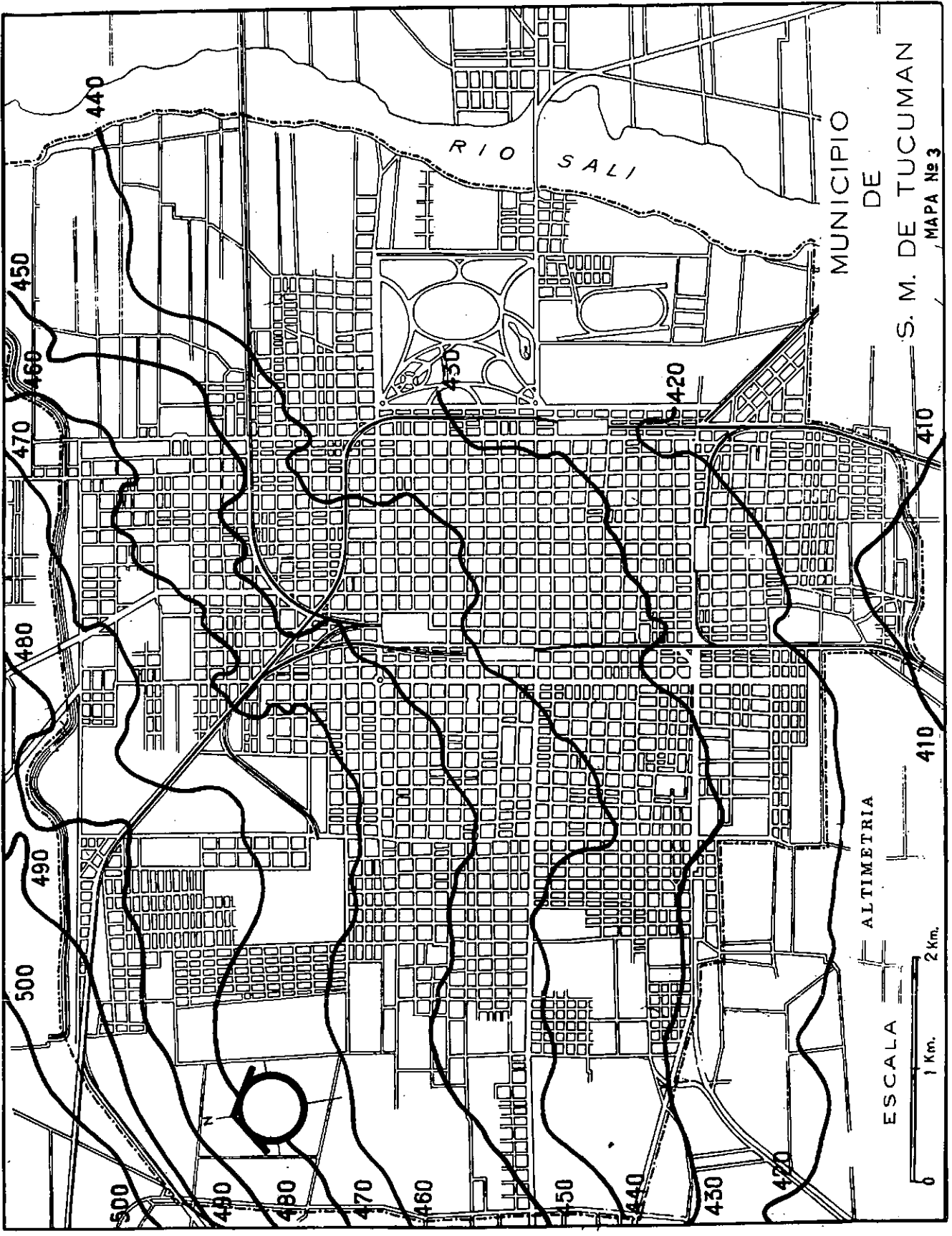


REFERENCIAS

- ◆◆◆ Límite provincial
- - - Límites departamentales
- ▬▬▬ Camín pavimentados y/o consolidados
- ▬▬▬ Ferrocarril Gral. B. Mitre
- ▬▬▬ Ferrocarril Gral. Belgrano

MAPA N° 2

C) Altimetría del Municipio: Plano con curvas de nivel.



MUNICIPIO DE S. M. DE TUCUMAN
MAPA No 3

RIO SALI

ALTIMETRIA

ESCALA

1 Km.

2 Km.

410

410

420

430

440

450

460

470

480

490

500

500

490

480

470

460

450

440

430

420

II - Comunicaciones Viales y Ferroviarias: Caminos y Ferrocarriles Señalamiento de las rutas de acceso a la ciudad y ferrocarriles

Caminos y Ferrocarriles

Caminos:

Tres rutas nacionales pavimentadas y de gran movimiento penetran al municipio. La numerada 9, con entrada por el Este a través de un puente tendido sobre el río Salí, sostiene la mayor intensidad del tránsito, siguiéndole en orden de importancia la número 38, al Sudoeste, y en tercer término la número 9, con salida hacia el Norte.

Estas rutas marcan las siguientes precedencias: N° 9, de Rio Hondo (Santiago del Estero) y Sud del país. N° 38, de Concepción, Monteros y Sudoeste del país. N° 9, de la ciudad de Salta y Norte del país.

Otros siete caminos provinciales que en algunos tramos se encuentran pavimentados y con suelo consolidado otros, vinculan la ciudad con poblaciones de la provincia de Tucumán y de otras linderas. Estos caminos, que administrativamente se identifican con los números 300, 302, 304, 305, 306, 308 y 309, corresponden a los numerados 2, 4, 5, 6, 12 y 13 en el plano respectivo.

Ferrocarriles:

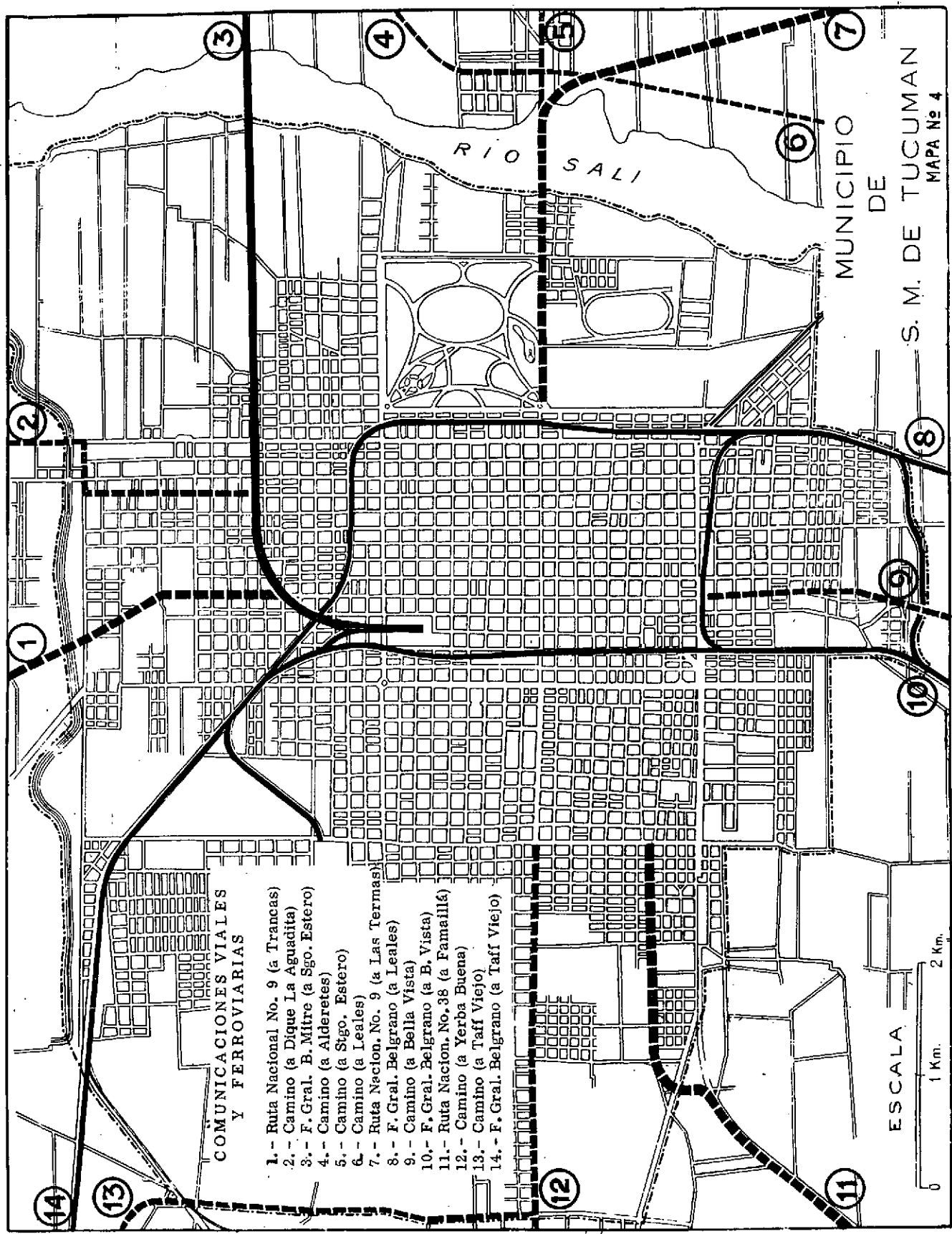
En la actualidad comunican a San Miguel de Tucumán con el resto del país dos ferrocarriles: Bartolomé Mitre y General Belgrano, con trochas de 1,676 m. y un metro respectivamente.

Las vías del General Belgrano cercan prácticamente el centro de la ciudad, encontrándose las en todos los rumbos cardinales y creando serias

dificultades en la intercomunicación de las distintas zonas urbanas y suburbanas.

El ferrocarril Bartolomé Mitre posee su estación sobre el ángulo noroeste del perímetro indicado y el General Belgrano cuenta con tres, una por cada costado Este, Sud y Oeste. La de la parte Sud ya fue eliminada en cumplimiento de un plan de alejamiento y unificación del sistema ferroviario, que también contempla otros cambios y traslados de significación. Con anterioridad fue levantada la estación 24 de Septiembre, que estuvo situada en el ángulo Sudoeste del Municipio, y levantadas las vías que corriendo al Sud de la avenida Mario Bravo las unían con la estación de la parte Sud ya desaparecida.

Se cuenta con otros distintos proyectos con relación a la concentración de los servicios. Uno de estos prevee llevar el movimiento de pasajeros a una estación única para los dos ferrocarriles, señalándose para este objeto la del General Belgrano situada al Este, con frente a la avenida Sáenz Peña.



**COMUNICACIONES VIALES
Y FERROVIARIAS**

- 1.- Ruta Nacional No. 9 (a Trancas)
- 2.- Camino (a Dique La Aguadita)
- 3.- F. Gral. B. Mitre (a Sgo. Estero)
- 4.- Camino (a Alderetes)
- 5.- Camino (a Sigo, Estero)
- 6.- Camino (a Leales)
- 7.- Ruta Nacion. No. 9 (a Las Termas)
- 8.- F. Gral. Belgrano (a Leales)
- 9.- Camino (a Bella Vista)
- 10.- F. Gral. Belgrano (a B. Vista)
- 11.- Ruta Nacion. No. 38 (a Famallá)
- 12.- Camino (a Yerba Buena)
- 13.- Camino (a Taff Viejo)
- 14.- F. Gral. Belgrano (a Taff Viejo)

ESCALA
0 1 Km. 2 Km.

MUNICIPIO DE
S. M. DE TUCUMAN
MAPA No 4

III - Movimiento e Intensidad de Tránsito Dentro del Municipio,

Intensidad del Tránsito Urbano

Una definida concentración de arterias con tránsito extraordinario se percibe en el casco antiguo de la ciudad, zona eminentemente comercial que se extiende desde la calle San Juan (Norte) a la de San Lorenzo (Sud) y desde la calle Las Heras (Este) a la de Jujuy - Lisandro de la Torre (Oeste).

Entre las distintas calles comprendidas en la zona mencionada, las de San Martín, 24 de Septiembre y Crisóstomo Alvarez, que corren de Este a Oeste y las de Chacabuco - Maipú, Buenos Aires - Muñecas y 9 de Julio - 25 de Mayo que lo hacen de Norte a Sud, sostienen la máxima circulación de vehículos y peatones.

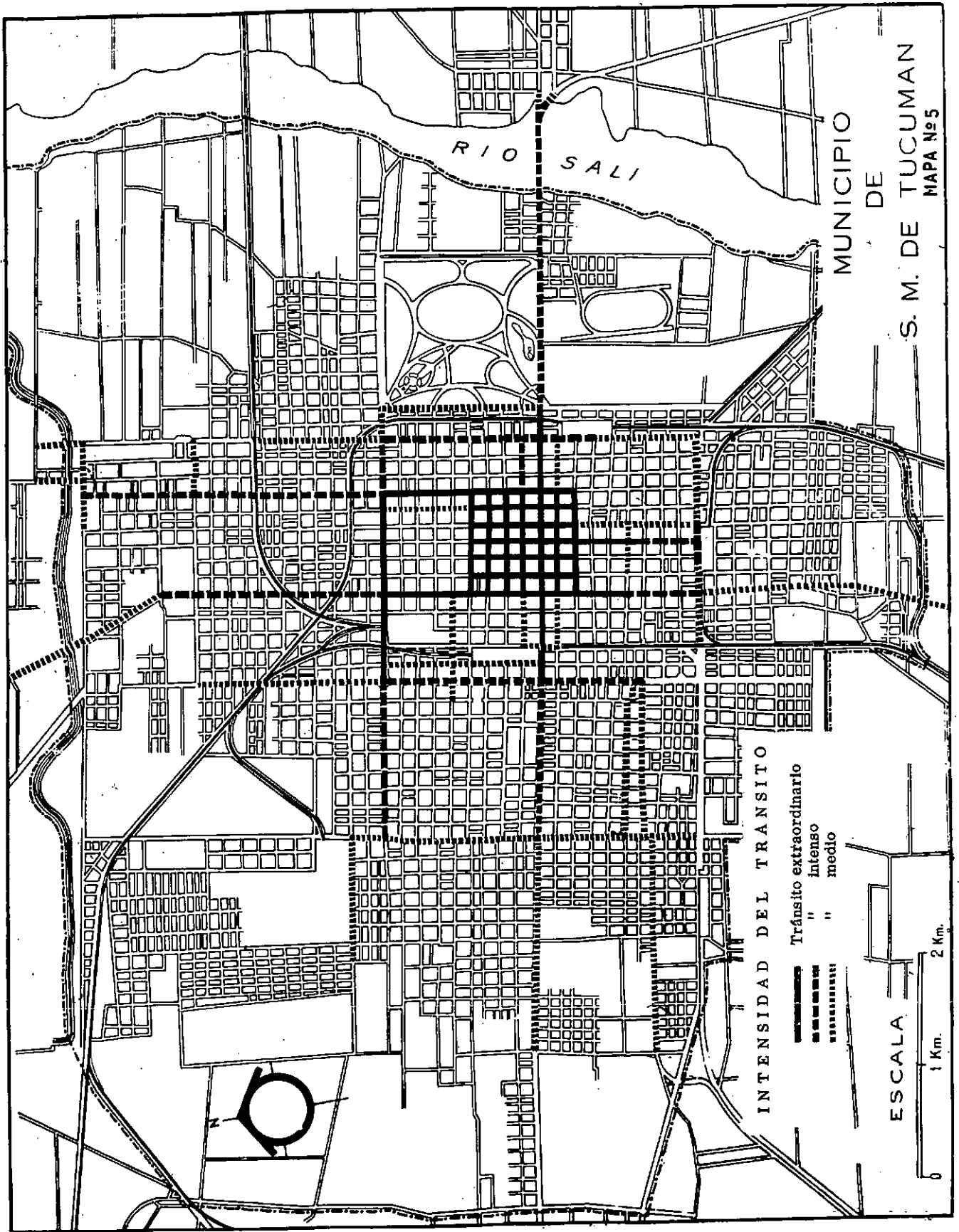
Completan la nómina de arterias con circulación extraordinaria otras siete que se detallan a continuación, todas las cuales, con la sola excepción de la avenida Belgrano - Sarmiento, tienen tramos incluidos en la zona comercial y, en consecuencia, son prolongaciones de éstos.

- Calle 24 de Septiembre: (Corre de Este a Oeste), desde la avenida Brígido Terán a la calle Las Heras - Rivadavia y desde la calle Jujuy - Salta a la avenida Alem - Mitre.
- Calle Rivadavia: (Corre de Sud a Norte), desde la calle San Juan a la avenida Sarmiento.
- Calle Salta: (Corre de Sud a Norte), desde la calle San Juan a la avenida Sarmiento.
- Calle Jujuy: (Corre de Norte a Sud) desde la calle San Lorenzo a la de Lamadrid.
- Calle Buenos Aires: (Corre de Norte a Sud), desde la calle San Lorenzo a la de Lavalle.

- Avenida Sarmiento - Belgrano: (Corre de Este a Oeste), desde la calle Rivadavia a la avenida Mitre.

Arterias consideradas de tránsito intenso son prolongaciones de una parte de las clasificadas de tránsito extraordinario, las que a medida que se alejan de la zona comercial van perdiendo progresivamente parte de su movimiento. Entre éstas se mencionan las calles Rivadavia, Salta, Jujuy, Buenos Aires, avenida Benjamín Araoz, que es la prolongación de la calle 24 de Septiembre, y calle San Martín. También se incluyen entre éstas vías de tránsito intenso a las avenidas Sáenz Peña - Avellaneda, Alem - Mitre y Roca, ésta última en el breve tramo que se extiende entre las calles Ayacucho y 9 de Julio.

Entran entre las vías de tránsito medio las que conectan directamente con las rutas nacionales y provinciales, con la única excepción de la avenida Benjamín Aráoz, que por ser el acceso por el Este a la Ruta N° 9 mediante un puente sobre el río Salí, se ha considerado de tránsito intenso.



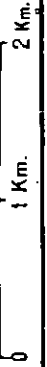
RIO SALI

MUNICIPIO DE S. M. DE TUCUMAN MAPA No 5

INTENSIDAD DEL TRANSITO

- Tránsito extraordinario
- " intenso
- " medio

ESCALA

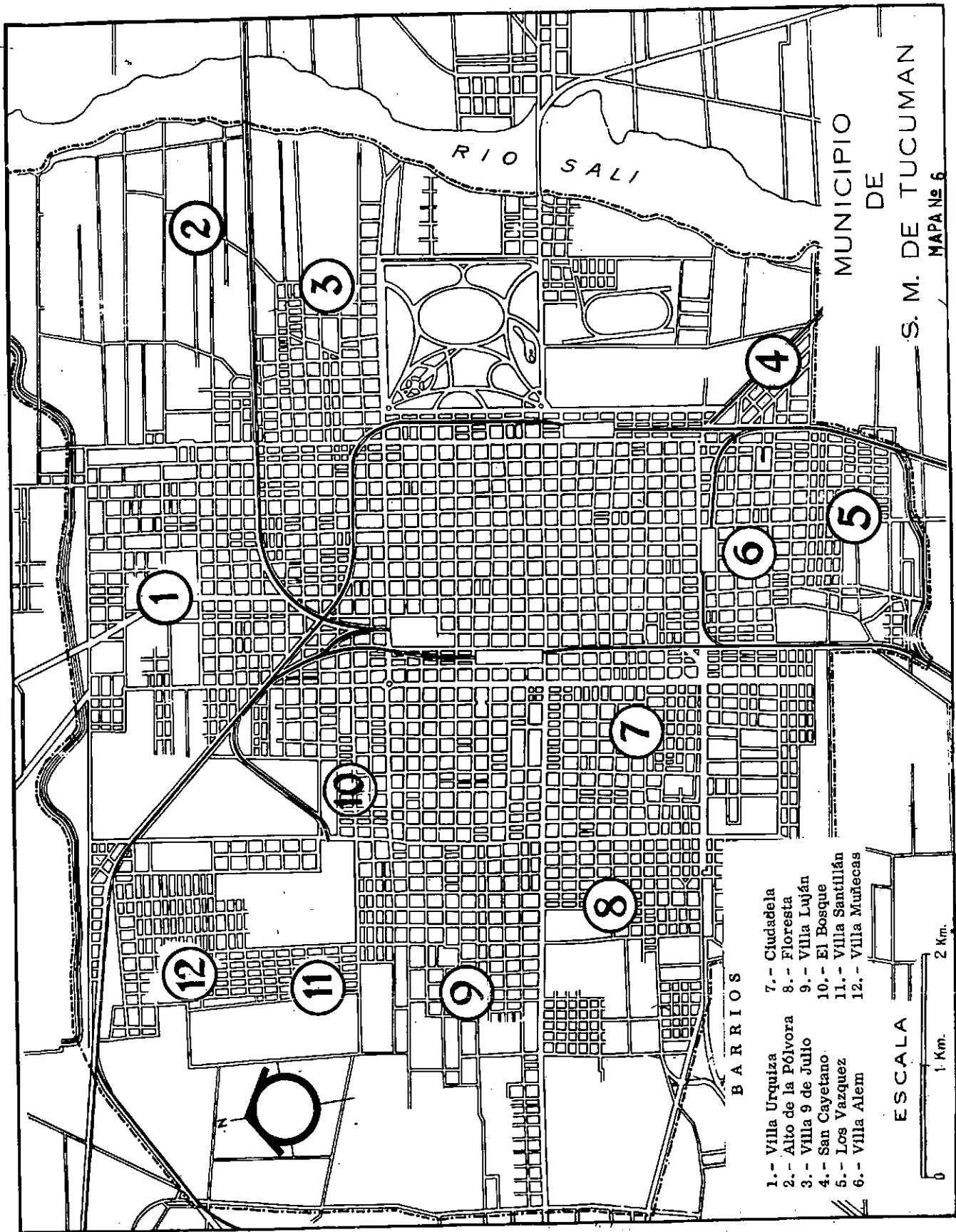


IV - La Ciudad: Zona Céntrica y Barrios.

La zona céntrica, que ocupa el lugar donde se ubicara el casco urbano inicial de Tucumán, es eminentemente comercial, residiendo en ella comerciantes, profesionales y personas de clase media. Esta zona ha dejado de ser centro geográfico de la ciudad en los últimos veinte años.

Los barrios prácticamente rodean a la zona céntrica y con respecto a ella, pueden distinguirse las siguientes características, según su ubicación y población.

- Al Norte: Villa Urquiza, habitado por familias de trabajadores y en mínima parte por clase media.
- Al Noroeste: Alto de la Pólvora, habitado por familias de condición humilde y trabajadores.
- Al Este: Villa 9 de Julio, que concentra núcleos de familias de trabajadores.
- Al Sudeste: San Cayetano, poblado por familias de condición humilde.
- Al Sud: Los Vazquez, en zona rural con abundancia de casas quintas. Villa Alem, habitado por familias de trabajadores y clase media.
- Al Oeste: Ciudadela, Floresta, Villa Luján, El Bosque y Villa Santillán, todos habitados por familias de trabajadores y un porcentaje de clase media. A lo largo de la avenida Mate de Luna, divisoria de los barrios Floresta y Villa Luján, se extiende una zona residencial que trasponiendo el límite Oeste del Municipio, se proyecta hacia Yerba Buena. También al Oeste del barrio Floresta se encuentra en formación el Barrio de Bancarios.



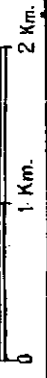
RIO SALI

MUNICIPIO DE
S. M. DE TUCUMAN
MAPA No 6

BARRIOS

- 1.- Villa Urquiza
- 2.- Alto de la Pólvora
- 3.- Villa 9 de Julio
- 4.- San Cayetano
- 5.- Los Vazquez
- 6.- Villa Alem
- 7.- Ciudadela
- 8.- Floresta
- 9.- Villa Luján
- 10.- El Bosque
- 11.- Villa Santillán
- 12.- Villa Muñecas

ESCALA



V - Evolución del Crecimiento de la Ciudad.

Breve Comentario Sobre el Crecimiento de la Ciudad

La ciudad de San Miguel de Tucumán fue fundada en 1550, en zona inmediata al río Gastona. En los dos años siguientes sufrió desplazamientos en busca de un paraje que ofreciera mejores condiciones a los vecinos conquistadores. Así, en 1551, se la trasladó al Noroeste, en zona alta, y en 1552, fue llevada al llano. El emplazamiento actual data de 1565 y el diseño de su caso urbano colonial aún se mantiene a través del tiempo transcurrido.

Dicho trazado del siglo XVI, en forma de damero, siguió las características de la época, aunque no rigurosamente observado, por lo que numerosas arterias aparecen con desplazamientos. Al expandirse la ciudad se continuó el damero a todos los barrios, con la sola excepción de Villa Muñecas.

El sector céntrico de la ciudad actual, encerrado por las avenidas Sarmiento, Mitre - Alem, Roca y Avellaneda - Sáenz Peña, responde exactamente al trazado de la fundación y sus manzanas y calles conservan las mismas dimensiones de entonces.

Esta superficie representó hasta el año 1905 la totalidad de la ciudad, año en que comenzó la urbanización de zonas ubicadas fuera de las avenidas mencionadas. Al principio la ciudad se extendió hacia el Sud, pero de inmediato giró hacia el Noroeste. Posteriormente lo hizo hacia el Este, hasta llegar hasta la margen occidental del río Salí y, en las

últimas décadas, tomó decididamente rumbo al Oeste, en dirección a Yerba Buena, y en parte sobre el Norte.

El desplazamiento que se registra actualmente se cumple sobre las siguientes vías de comunicación:

- Hacia el Norte: A la vera de la Ruta Nacional N° 9, que vincula la ciudad de San Miguel de Tucumán con la de Salta.
- Hacia el Oeste: A ambos lados de la avenida Mate de Luna. Este desplazamiento es el más importante observado en los últimos treinta años.

a) 1816 a 1845: Se produce al comienzo un corto período de desarrollo y luego una posterior estabilización, todo ello, derivado únicamente del auge logrado por las explotaciones agrícolas, abandonadas un tanto en los últimos años del período.

b) 1845 a 1875: De estabilidad casi total, las explotaciones agrícolas continúan el ritmo del ciclo anterior y la industrialización de la caña de azúcar sigue siendo una actividad eminentemente casera, con bajo rendimiento y numerosos establecimientos. Aún no surgieron los verdaderos ingenios.

c) 1876 a 1900: Se produce una marcada evolución de vida fundamentalmente a dos factores:

1. Industrialización de la caña de azúcar mediante nuevos sistemas con reducción del número de establecimientos y aumento de su magnitud como industria. Surgen los ingenios como entes fabriles de significación, con maquinaria moderna, medios de transporte de la materia prima, producto elaborado acorde con la época y una capacidad de molienda ampliamente superior a la de los períodos precentes. Ello genera inmediata elevación del área sembrada con caña de

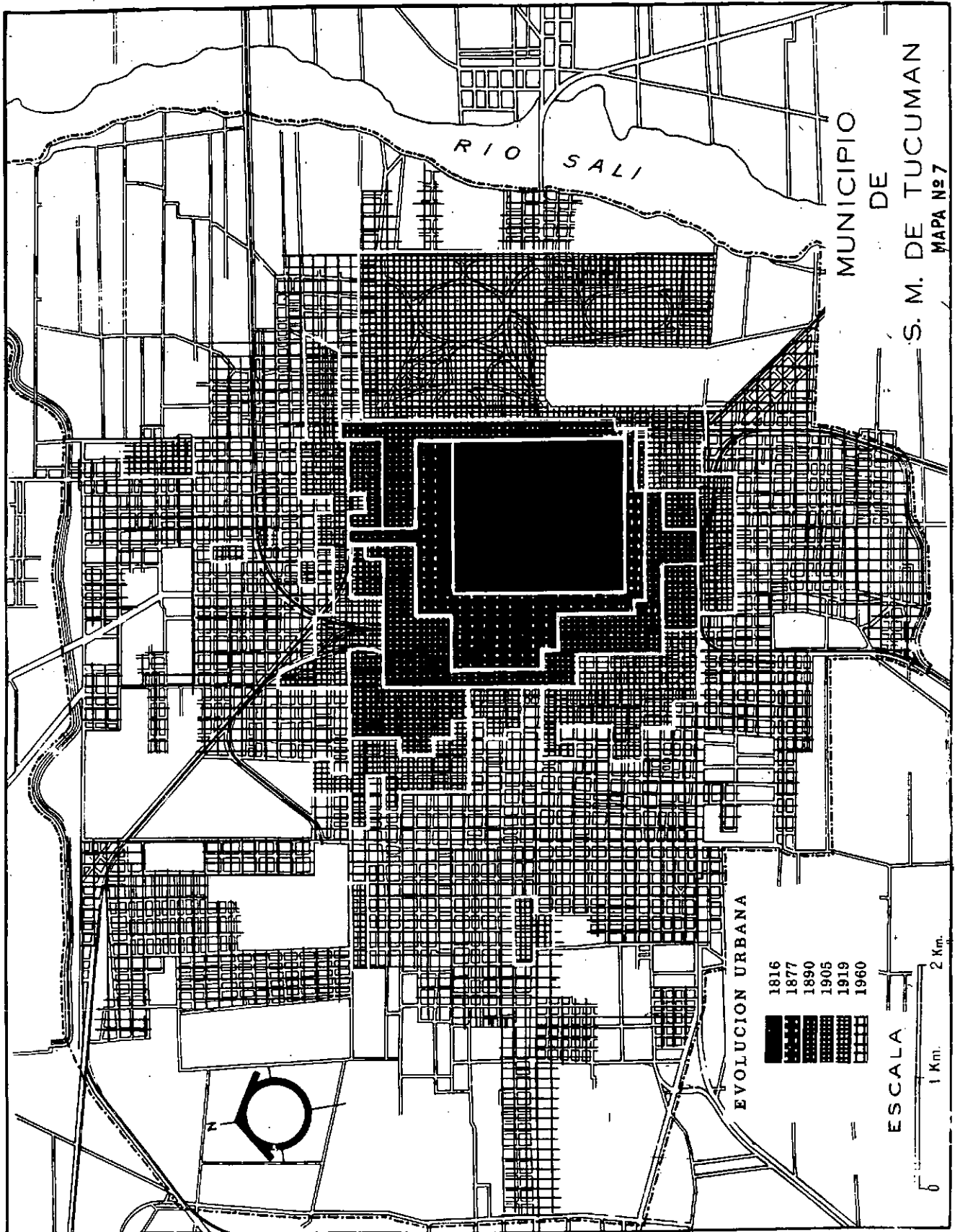
azúcar y considerable aumento de las necesidades de mano de obra fija y eventual.

2. El tendido de las líneas del Ferrocarril Central Córdoba que la une a la ciudad de Córdoba.

d) 1901 a 1920: La ciudad crece vertiginosamente en dirección al este hasta llegar al río Salí, siempre bajo la influencia de los mismos factores que hacia fines del siglo XIX generaron una verdadera eclosión en el ritmo de crecimiento.

e) 1921 a 1963: La urbanización se desplazó hacia el Oeste, paralela a la avenida Mate de Luna y en busca de Yerba Buena y, en general, de terrenos más altos. También se proyecta hacia el Norte, a lo largo de la ruta nacional N° 9 y, en menor escala, hacia el Este, a los costados de la avenida 24 de Septiembre.

En la actualidad es una ciudad excesivamente extendida, con bajo índice de densidad demográfica y con un área de influencia que abarca íntegramente la Provincia y zonas limítrofes de provincias vecinas.



RIO SALI

MUNICIPIO DE S. M. DE TUCUMAN MAPA Nº 7

EVOLUCION URBANA

- 1816
- 1877
- 1890
- 1905
- 1919
- 1960

ESCALA

0 1 Km. 2 Km.

CAPITULO III

POBLACION

I - Evolución de la Población y su Proyección para el Año 1970

La ciudad capital está ubicada dentro del Departamento del mismo nombre que comprende en su totalidad a 15 poblaciones.

Desde el año 1947 a 1960 ha sucedido una constante transferencia de población del departamento a la ciudad Capital. El cuadro siguiente consigna en Nro. de índice esta evolución.

CUADRO Nro. 1

Población Relativa
(base 1947-100)

Referencia	1947	1960
Total Departamento	100	141
Total Municipio	100	178
Total resto del Departamento	100	33

Así mientras el departamento Capital ascendió de 100 a 141, el Municipio de San Miguel de Tucumán subió de 100 a 178. En el año 1947 el Municipio representa casi el 75% de la población total, y en

1960 llegó al 94%. Esta participación en constante aumento significaba una aceleración del fenómeno de concentración urbana, razón por la que, en relación con el abastecimiento de productos alimenticios, hemos decidido tomar en consideración las cifras de la población del Municipio.

Teniendo en cuenta que según Censos Nacionales, para 1947 la población era de 152.508 habitantes y que a fines de 1960 llegó a 272.585, hemos calculado una tasa anual de crecimiento ajustada del 4,5 %.

Suponiendo el mantenimiento de este ritmo de aumento en un futuro cercano de 7 años, podemos estimar con una función de 2° grado que la población de San Miguel de Tucumán para 1970 será alrededor de **422.447**.

Hay que destacar una característica muy especial de Tucumán: la zafra de caña de azúcar que motiva un movimiento de afluencia de población estacional muy pronunciado. Estos habitantes transitorios de la ciudad Capital provocan efectos de comercialización similares a los de corrientes turísticas en otras ciudades del país.

Generalmente una parte de esta población golondrina se afinsa en la ciudad y engrosa el caudal urbano, constituyendo así el principal motor de la inmigración interna.

La magnitud de los movimientos migratorios puede constatare comparando en las series que siguen, las diferencias anuales con las consignadas en el cuadro para 1947 y 1960. Estos cuadros acumulan sólo las poblaciones del año anterior más el crecimiento vegetativo y de allí las diferencias apuntadas.

CUADRO Nro. 2

DEPARTAMENTO CAPITAL

Año	Población	Nacimientos	Matrimonios	Defunciones	Crecimiento Vegetativo
1901	55066	2444	513	2198	246
1902	56848	2391	388	1950	441
1903	57632	2630	447	1540	1090
1904	59059	2584	425	1681	903
1905	60481	2613	476	1780	833
1906	62471	2654	532	2015	639
1907	65405	2881	583	2153	728
1908	68685	3177	580	2077	1100
1909	72579	3397	615	2370	1027
1910	75524	3601	617	2813	788
1911	79152	3833	658	3495	338
1912	83601	4124	691	2786	1338
1913	89555	4254	700	2982	1272
1914	94510	4343	663	2664	1679
1915	100080	4203	627	2597	1606
1916	101859	4302	602	2849	1453
1917	103898	4128	538	3111	1017
1918	105639	3778	571	3337	441
1919	106767	3923	678	3606	317

Año	Población	Nacimientos	Matrimonios	Defunciones	Crecimiento Vegetativo
1920	107330	4160	795	2676	1484
1921	107750	4412	836	3045	1367
1922	109550	5054	918	2456	2598
1923	111297	5291	945	3217	2074
1924	114628	5304	990	3304	2000
1925	117718	5817	980	2887	2930
1926	120337	5667	1006	3441	2226
1927	123789	5667	1070	3220	2247
1928	126460	5929	1058	3206	2723
1929	129537	6182	1079	3641	2541
1930	132641	6238	1093	3361	2877
1931	135549	5918	1086	3188	2730
1932	138771	6289	954	3142	3147
1933	141644	6033	1000	3709	2324
1934	144836	6283	1139	3427	2856
1935	147165	6380	1126	4130	2250
1936	150036	5647	1135	3562	2085
1937	152286	5706	1059	3756	1950
1938	154371	5836	1024	4110	1726
1939	156327	5997	969	3597	2400
1940	158053	6075	975	3282	2793

Año	Población	Nacimientos	Matrimonios	Defunciones	Crecimiento Vegetativo
1941	160463	6365	1069	3290	3075
1942	163256	6079	1058	3227	2852
1943	166331	6196	1199	3049	3147
1944	169183	6485	1487	3080	3405
1945	172330	6714	1379	3517	3197
1946	175735	6996	1724	2991	4005
1947	178932	6890	1837	3002	3888
1948	202076	7464	1991	2891	4573
1949	205964	7705	1929	3006	4699
1950	210537	8188	2014	3001	5187
1951	215236	8689	1897	2995	5694
1952	220423	8718	2035	2973	5745
1953	238158	9493	2126	3197	6296
1954	244628	9619	2121	3149	6470
1955	251153	9932	2081	3407	6525
1956	258103	9916	2000	2966	6950
1957	264963	9942	1932	3109	6833
1958	271593	9753	1964	3096	6657
1959	277933	9598	1982	3258	6340
1960	284442	9695	1901	3404	6291
1961	289768	8482	1897	2938	5544
1962	295486	8509	2253	2791	5718

II - Densidad Demográfica.

San Miguel de Tucumán

Población y su Densidad por Hectárea, Según Radios
del Censo Nacional de 1960

CUADRO Nro. 3

Radio	Población	Densidad de Hab. por Hect.
1	11.932	10.91
2	47.250	60.57
3	13.445	20.71
4	67.653	108.4
5	40.105	53.18
6	9.633	13.28
7	53.447	81.10
8	<u>29.120</u>	<u>25.47</u>
TOTAL	272.585	42.41

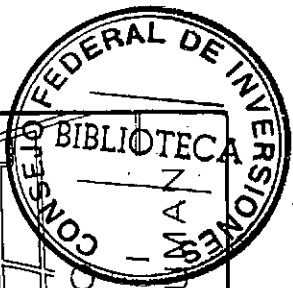
La mayor concentración demográfica por superficie se observa en el sector antiguo de la ciudad, que también contiene la zona comercial y la sede de las reparticiones oficiales. En el Censo Nacional practicado en el año 1960, de esa zona, que a los efectos de dicho relevamiento se determinó como Radio 4, se constataron numerosas manzanas (de 143 x 143 metros) conteniendo más de 400 personas.

En promedio, el número de habitantes ascendió a 251 por manzana.

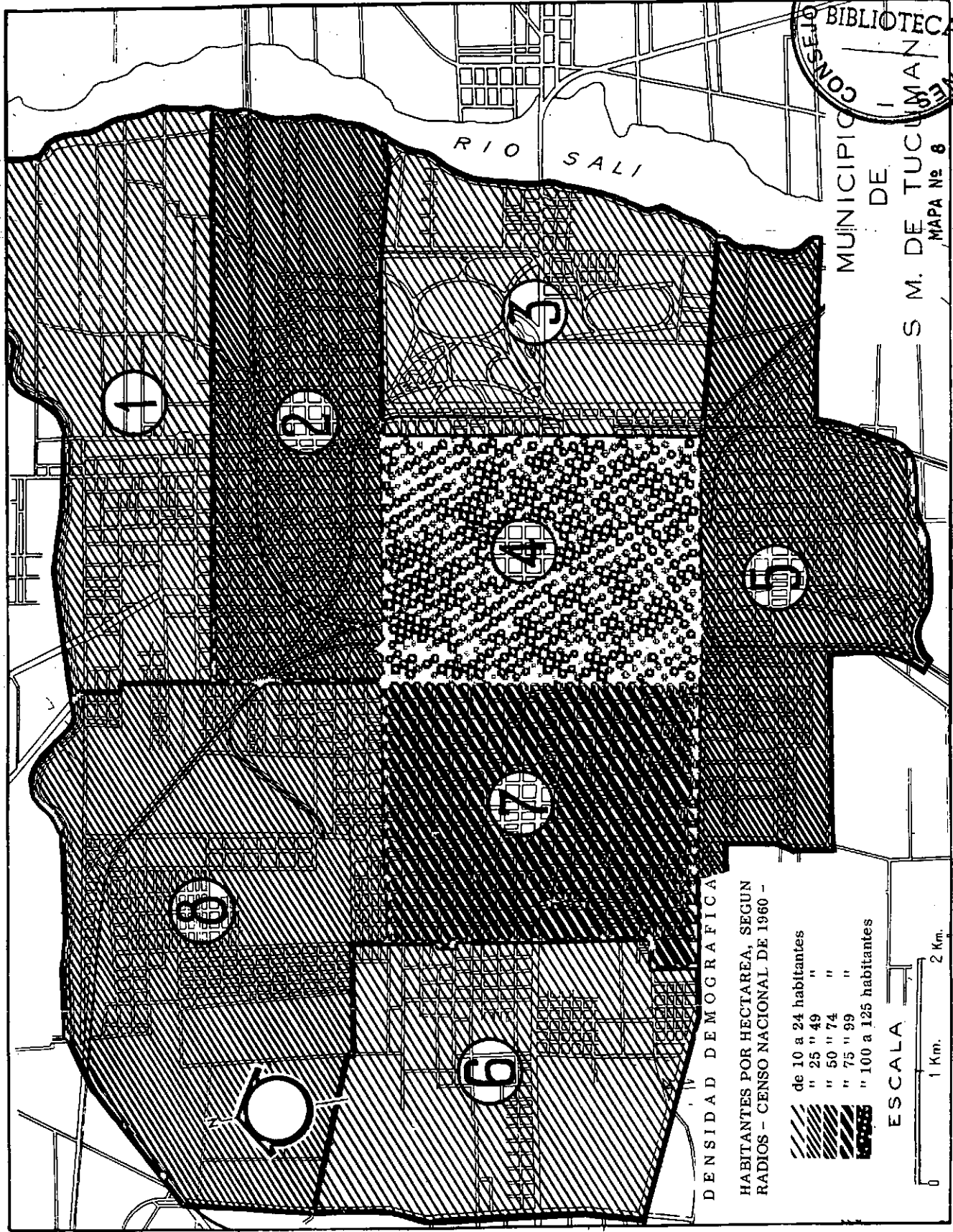
El Radio numerado 7 figuró en el mismo Censo en segundo orden de importancia. La ciudad, en su expansión hacia el Oeste, adensa la población en el mismo sentido. Allí, el promedio de habitantes por manzana fue de 175.

Los Radios 2 y 5 presentaron una densidad paralela, reveladoras de la similitud de su formación topográfica y demográfica que se sintetiza en : zonas con población densa y superficies sin urbanizar. En el mismo caso se encontró el Radio 8, que vio disminuir el promedio de habitantes por manzana como consecuencia de integrar el mismo, extensas fracciones sin urbanizar al Este y al Oeste de Villa Muñecas, sector central del Radio.

Los tres Radios restantes, 1, 3, y 6, con reducidas áreas edificadas en sus jurisdicciones, disminuyeron en forma sensible la densidad por comprender paseos públicos, en el caso del Radio 3, y grandes superficies carentes de urbanizaciones los otros dos.








MUNICIPIO DE S. M. DE TUCUMÁN MAPA Nº 8



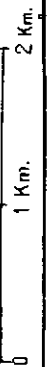
RIO SALI

DENSIDAD DEMOGRAFICA

HABITANTES POR HECTAREA, SEGUN RADIOS - CENSO NACIONAL DE 1960 -

-  de 10 a 24 habitantes
-  " 25 " 49
-  " 50 " 74
-  " 75 " 99
-  " 100 a 125 habitantes

ESCALA



CAPITULO IV

PRODUCCION

I - Importancia de Tucumán y su Zona de Influencia en el Abastecimiento de la Ciudad y otros Centros Urbanos.

A - Localización de la Producción Hortícola y Frutal por Departamentos, en Porcientos del Total Provincial

Diferentes microclimas caracterizan el territorio de la Provincia de Tucumán y, como consecuencia de ello, su producción hortícola y frutal presenta variedades bien definidas. Así, podemos distinguir la siguiente producción, de acuerdo a su importancia:

- 1 - Caña de azúcar
- 2 - Citricultura
- 3 - Horticultura

1 - Ampliamente conocida es la gravitación que ejerce la primera sobre la economía total de la provincia, virtualmente supeditada a las características de un monocultivo bastante acentuado.

Tal circunstancia, la profusión de antecedentes al respecto y la especialidad del presente estudio, hacen innecesarias mayores consideraciones sobre la producción de la caña de azúcar en Tucumán

Por ello, vamos a detenernos, más bien, en los dos rubros siguientes:

2 - Sobre la citricultura diremos que hasta 1959 habían 6.000.000 de plantas, repartidas entre naranjos, limoneros, mandarinos y pomelos. A partir de dicho año, las plantaciones de citrus declinaron acentuadamente como consecuencia de las plagas (principalmente por la podredumbre de la raicilla). Esta disminución de las plantas existentes se reduce hasta el 40%, con una tendencia a desaparecer por completo de la Provincia si no se adoptan enérgicamente las previsiones necesarias para contrarrestarla. La producción de limoneros disminuye con menor intensidad debido a que no es atacada por la plaga mencionada.

En el cuadro que a continuación se transcribe, puede apreciarse la plantación citrícola por departamentos (Fuente: I.N.T.A. - Año 1960), manifiestamente inferior a la de años anteriores por las causas comentadas:

CUADRO Nro. 4

Departamento	Cantidad de Plantas Existentes - Año 1960			
	Naranjos	Limoneros	Mandarinos	Pomelos
Capital	200.000	90.000	50.000	2.500
Burruyacu	565.000	47.000	32.000	4.000
Famaillá	240.000	15.000	37.000	1.500
Taff	270.000	160.000	40.000	2.000
Cruz Alta	90.000	9.000	20.000	1.000
Leales	41.770	62	615	—
Graneros	15.968	2.063	1.658	10
Chicligasta	98.763	8.515	21.975	1.348
Monteros	53.726	4.941	3.708	379
Rio Chico	57.404	2.563	16.102	481
Trancas	7.166	—	228	—
Totales	1.639.797	239.144	223.286	13.218

Se calcula que hay, aproximadamente, 200 plantas por cada Ha.

cultivada. En algunos casos se aprovecha los campos con citrus para efectuar otros cultivos en los espacios intermedios.

Las épocas de producción son las siguientes: mandarina: abril a julio; limón: todo el año; y naranjas hay de dos tipos: mayo a septiembre: temprana; y octubre a diciembre: tardía.

3 - Con respecto a la horticultura, puede decirse que ofrece variedades bastante bien delimitadas, si se consideran las modalidades de su comercialización. Así ésta podría clasificarse, según el I.N.T.A., en:

- a) Hortalizas de primicia;
- b) Para consumo como grano seco;
- c) Para semilla;
- d) Hortalizas de estación.

3.1 - Hortalizas de primicia: Se recolectan con anticipación a otras zonas productoras y, en consecuencia, alcanzan precios elevados en los Mercados de Buenos Aires, Rosario, Córdoba y Mendoza, centros de consumo donde son remitidas.

Para la economía provincial, el producido por estas ventas representa apreciables ingresos, razón por la que los poderes públicos tratan de estimular el desarrollo de las áreas destinadas a esa clase de cultivos. A continuación se mencionan según el orden de importancia de la producción, las llamadas hortalizas de primicia: papa, tomate, poroto, para chaucha, arveja, lechuga, pimiento, poroto, chaucha, berenjena, zapallito de tronco y pepino. Las hortalizas en cuestión, además de abas

tecer el mercado local en los meses de otoño, invierno y primavera se despachan a provincias vecinas y especialmente a los grandes núcleos urbanos del Gran Buenos Aires, Litoral y Centro del país. Se inicia con remesas de arvejas y lechuga durante el otoño e invierno y desde mediados de septiembre continúa con tomate, papa, pimiento, zapallito, etc.

La zona donde se practica esta clase de cultivos abarca una superficie aproximada de 2.500 kilómetros cuadrados y tiene por límites: al Norte, El Cadillal; al Este, Ruta Nacional N° 38; al Sud, Villa Alberdi y al Oeste, primeras estribaciones del Aconquija. Ella comprende distintos micro - climas, donde la mayor o menor protección natural contra las heladas en conexión con la falta de lluvias en el período invierno - primavera, incide fundamentalmente en el adelanto o demora de las cosechas.

El cuadro siguiente consigna las hectáreas cultivadas en toda la provincia, de cada uno principalmente productos hortícolas, en los períodos comprendidos entre 1956-57 y 1960-61.

(ver cuadro)

CUADRO Nro. 5

	1956-57	1957-58	1958-59	1959-60	1960-61
Arveja, grano verde	2.307	2.780	2.415	2.435	1.850
Arveja, grano seco	780	560	800	830	840
Batata	2.479	2.510	2.265	2.600	2.720
Garbanzo	300	390	310	330	1.020
Papa temprana	5.022	4.449	3.830	3.155	3.725
Papa semitardía	480	460	390	750	1.360
Pimiento	---	610	450	500	925
Poroto para chaucha	519	565	610	780	855
Poroto, grano seco	1.012	1.270	915	945	935
Sandía	400	395	625	---	---
Tomate	678	705	610	380	675
Zapallo, anco y calabaza	3.133	---	---	---	3.577
Totales	17.110	14.694	13.220	12.705	18.482

Cotejando las cifras de las distintas tempradas es posible apreciar la importancia de las áreas cubiertas y las variaciones experimentadas como consecuencia, éstas últimas, de factores que pueden ser condensados en la elevación de costos; retribución incierta de la producción y cambio por cultivos de seguro. rendimiento: caña de azúcar y citrus.

La demanda de la caña de azúcar y de citrus, su elemental comercialización en un mercado seguro y la menor mano de obra requerida, fueron factores causantes de que con posterioridad al ciclo 1956-57 disminuyera el área destinada a los cultivos de hortalizas de primicia. Recién en la temporada 1960-61, como consecuencia de serios problemas planteados en 1959 en la industria azucarera y de la pérdida de plantaciones de citrus debido a la "podredumbre de las raicillas", un buen número

ro de agricultores volviéron a cultivar hortalizas. La huelga ferroviaria del año 1961, que se llevó a cabo precisamente al iniciarse la cosecha de tomate, pimiento, papa, berenjena y chaucha, produjo seria pérdida a los productores y originó un estado de desaliento que tuvo repercusión en el área sembrada en 1962.

3.1.1 - Tomate. Desde hace más de medio siglo, la provincia de Tucumán tenía conquistada la fama por la producción de este producto, cuyo cultivo intensivo arranca desde la radicación de colonos italianos en Lules, donde cumplían tareas en el ferrocarril Central Córdoba. Habitados esos inmigrantes a los cultivos hortícolas, empezaron a plantar tomate temprano bajo tapado característico, que producía el anticipo de fruto desde fines del mes de septiembre, vale decir, tomate primicia que pronto se comercializó a alto precio en el Mercado de Buenos Aires, donde era remitido por la línea recientemente habilitada de la mencionada empresa ferroviaria. En el transcurso de breve tiempo, la iniciativa de los colonos de Lules se extendió a Alderetes, Famaillá, Alto Verde, Concepción y otros parajes, pero los cultivos experimentaron altibajos en su desarrollo aunque no en su área, calculada en 600 hectáreas. Las causas determinantes de las variantes obedecieron a la competencia con el cultivo de la caña de azúcar y a los precios obtenidos por el tomate en la temporada anterior.

Desde un principio los horticultores han mantenido el siguiente calendaro para el cultivo del tomate: el 50% del total, tomate plantado ba-

jo bordo - con siembra de almácigo, en junio, trasplante en agosto y cosecha desde fines de octubre compitiendo con el tomate producido en la zona subtropical de Jujuy y Salta y desde mediados a fines de noviembre con el de la zona de Rosario.

La comercialización indicada persiste hasta diciembre en que la afluencia del tomate producido en otras regiones da lugar a la disminución de precio, en tanto que los cultivos de Tucumán sufren la influencia perniciosa de las lluvias y temperaturas elevadas a partir de noviembre, ocasionando la destrucción de plantaciones por diversas enfermedades, entre ellas el tizón tardío.

Hasta el presente, el cultivo del tomate ha seguido sistemas rutinarios aunque mejorando su control sanitario. Es opinión de un autorizado técnico que deben mejorarse las prácticas en los cultivos posteriores al tomate primicia, contemplando la fertilidad del suelo, su abono e intensificando la lucha contra las plagas. Procediéndose en la forma indicada, el horticultor no se vería obligado a afrontar los gastos actuales ocasionados para resarcir la fertilidad de los suelos y consecuentemente, disminuirían los demandados por la sanidad de los cultivos.

Los cultivos extensivos que actualmente se hacen en las provincias de Jujuy y Salta al amparo de favorables condiciones climáticas, están dando como resultado una producción extraordinaria que al ingresar a los mercados, provocan la baja de las cotizaciones, situación que lógicamente está perjudicando a los productores tucumanos aferrados a prác-

ticas arcaicas. En resumen, la producción y comercialización del tomate primicia se encuentran en proceso de innovación y la provincia de Tucumán ya ha perdido el monopolio.

3.1.2 - Papa. Se inicia la cosecha en el mes de Octubre. En 1963 se cultivaron aproximadamente 3.000 hectáreas de papa primicia, calificándosela así en los departamentos de Famaillá, Monteros, Río Chico y Chicligasta en los meses de Junio y Julio, para ser cosechada en Octubre y Noviembre.

Esta producción llena un vacío en el abastecimiento del tubérculo del país ya que la cosecha del Sudeste de la provincia de Buenos Aires comienza a agotarse y pierde calidad. Se estima que los cultivos en el Noroeste de la República (Tucumán y zonas subtropicales de Salta y Jujuy) llegan a 8.000 hectáreas. La producción de esta apreciable superficie abastece los mercados de Buenos Aires, Rosario y el resto del país, hasta que hace su entrada la papa procedente de Córdoba y Rosario.

La mayoría de los cultivos de papas de la provincia de Tucumán corresponden a la variedad "White Rose" y en 1963 se han visto afectados por dos serios inconvenientes que han mermado el rendimiento. En Octubre del año indicado, la delegación Regional del I.N.T.A. informó que en gran porcentaje la semilla fue de poca calidad por encontrarse afectada de virus, consecuencia de la poca o ninguna selección en los cultivos madres. Por ello, aconsejó el uso de semilla certificada o controlada en zona de origen, única forma de contrarrestar este tipo de en

fermedad. Se sabe que la variedad "White Rose" sufre un proceso de degeneración en las zonas de producción de semilla, lo que obliga a importar nueva semilla cada tres a cinco años, desde Canadá, Holanda y Estados Unidos. No se tiene información de que en los últimos años se haya introducido ella a la Provincia, omisión que explicaría la apreciable declinación registrada en los lotes de "White Rose" para semilla, variedad que no obstante, continúa mereciendo preferencia para la obtención de producción temprana.

El otro inconveniente lo presentó las desfavorables condiciones climáticas de la región. Lluvias en los meses de junio y julio, anormales para la época, imposibilitaron la correcta preparación de los suelos y crearon un ambiente poco propicio para el desarrollo de la planta. El mes de septiembre lluvioso y frío, generó el desarrollo del hongo "tizón tardío" de la papa, que atacó en forma casi fulminante los cultivos tempranos, sembrados del 20 de junio al 10 de julio, estimándose lo afectado en un 30% del total plantado.

Los cultivos semitempranos y tardíos, sembrados del 10 de julio al 10 de agosto, quedaron medianamente afectados, calculándose las pérdidas entre 20 y 40% por destrucción parcial del follaje y consecuente disminución de rinde. La aplicación de productos fungicidas sólo detuvo en parte el progreso de la plaga.

La producción de la papa primicia en Tucumán en la última temporada se ha estimado en 450.000 bolsas, luego de considerarse las dis-

minuciones ocasionadas por los dos factores mencionados.

Dos terceras partes de la producción de papa corresponde al Departamento de Chicligasta, que en años anteriores dedicó a su cultivo, en promedio quinquenal, de 4 a 5 mil hectáreas. En 1959-60 la superficie de este Departamento se redujo a 2.125 hectáreas y a 2.550 en 1960-61, disminución causada por la conocida crisis papera que hizo descender los precios en 1959 y 1960.

La papa primicia, a causa de que es arrancada con premura, sin haber completado su ciclo, para poder surtir los Mercados de Buenos Aires, Rosario y Mendoza, sufre de inmediato los efectos de las altas temperaturas registradas durante su transporte en los meses de octubre y noviembre, ocasionando pérdidas de consideración. La pudrición del tubérculo durante el período de su comercialización aumenta por demoras en el transporte ferroviario, manipuleo brusco de las bolsas, exposición al sol durante la cosecha y por la infección en los cultivos que, como el tizón tardío, enmascaran su acción por la declinación natural de la vegetación, como consecuencia de la iniciación de la madurez.

3.1.3 - Poroto para chaucha. En los últimos quince años se ha venido extendiendo el cultivo de esta hortaliza por las distintas zonas, especialmente en los departamentos de Chicligasta y Río Chico, sin mayores inconvenientes aunque también sin mejoras. Se emplea la variedad Balín de Albenga, de vaina grande y bien productiva, que requiere el tutorado de las plantas o el enrame. Esta variedad es de ciclo mediano a tar-

dío y se estima su rendimiento de ,chaucha verde en 35 toneladas por hectárea. La cosecha se inicia a mediados de septiembre y finaliza a principios de noviembre, cuando los precios comienzan a declinar, por la entrada de la producción de las zonas cercanas a Buenos Aires y Rosario.

3.1.4 - Lechuga. Los principales cultivos se encuentran situados en las primeras estribaciones del Aconquija y terrenos ondulados de Tafí Viejo y los Nogales, en los departamentos Capital y Tafí, sembrándose sin riego en otoño y luego de cosechada, expedida en elevado porcentaje a mercados situados fuera de la provincia.

La variedad cultivada es llamada Gigante de Tucumán, arrepollada crespa, estimándose ser mezcla de formas originarias de las Col de Nápoles. La semilla procede de cultivos situados en el departamento de Trancas.

3.1.5 - Batata. El cultivo de la batata abarca aproximadamente 3.000 hectáreas, la mayor parte de ellas situadas al este de la provincia. Se cosecha a partir de Febrero en los lotes más tempranos y se extiende hasta Octubre. Si se contara con depósitos apropiados, se podría conservar hasta enero, extendiéndose de tal modo el período de aprovechamiento y facilitando al producto una comercialización ordenada.

El cultivo de este tubérculo no requiere riego y las plantaciones están liberadas de plagas.

3.1.6 - Pimiento. La producción de esta hortaliza de primicia se en-

cuentra afectada por distintos problemas hasta hoy no superados y que comprenden sanidad, fertilidad y variedades. Las condiciones ecológicas son propicias para los cultivos y una vez adaptadas las medidas necesarias de desinfección y practicados los estudios de los suelos aptos, las 920 hectáreas sembradas en 1960-61 podrán ser ampliadas ilimitadamente.

3.2 - Hortalizas para consumo como grano seco: Arveja, poroto, lenteja y garbanzo tienen preferencia en los sembrados del departamento Trancas, donde hasta 1953 cubrieron extensiones superiores a las 15.000 hectáreas. Actualmente, su cultivo sólo se practica en esa misma región sobre 1.500 hectáreas y esta reducción ha sido consecuencia de factores económicos y agronómicos.

Se entiende que la disminución del rinde de leguminosas se debe al empobrecimiento paulatino del suelo, falta de selección de semillas y especialización de los cultivos, de tal forma que la acción de plagas, especialmente la fusariosis en los sembrados de garbanzo, ha motivado la casi extinción de su cultivo.

3.2.1 - Arveja. Su producción como "arveja para semilla" comprende los tipos "cuarentona" e "intermediaria". La producida en el departamento Trancas se comercializa fuera de la provincia, con destino a la industria; y el sobrante es empleado como semilla productora de arveja fresca para consumo.

La comercialización insegura y los precios no remunerativos de

acuerdo a los rendimientos obtenidos, han provocado una notable declinación en los cultivos.

Se estima que no existen plagas que afecten el rendimiento de los cultivos y que su bajo rendimiento obedece a la progresiva disminución de la fertilidad del suelo, especialmente de nitrógeno y fósforo. También debe incluirse como factor concurrente a la disminución la falta de selección de las semillas.

3.2.2 - Garbanzo. Desde 1930 a 1958, el departamento Trancas fue considerado el más caracterizado entre los que producían excelente simiente de arveja, poroto para chaucha y lechuga. La comercialización irregular registrada en los años siguientes, como así los rendimientos bajos, desvió al tambo esta actividad hortícola, disminuyendo en forma gradual el área a ella dedicada. Las 2.500 hectáreas existentes en 1955 para la producción de semilla quedaron reducidas a 500 en 1963.

Como en los casos mencionados ya, la declinación obedece a la falta de tecnificación de las explotaciones.

3.3 - Lechuga para semilla. Para la venta y distribución al resto del país, las semilleras de Buenos Aires y Rosario reciben simientes de la variedad Crespa Gigante de Tucumán, siendo obtenida de los cultivos que se practican en los Nogales, Tafí Viejo, San Javier y otras localidades de la provincia. También se siembran para simiente las variedades conocidas por Gallega y Criolla de Verano, de hojas sueltas.

3.4 - Hortalizas de Estación: Así se clasifican las hortalizas produci-

das para el consumo local y de algunos centros urbanos de provincias co lindantes. Esta producción es inferior en volumen a la que se obtiene en hortalizas de primicia y generalmente las áreas y épocas son distintas.

La mayor parte de los cultivos están situados en los valles de Ta fí y Amaicha del Valle, Cololao del Valle, Trancas, San Javier y otros parajes y se dedican a las siguientes hortalizas: tomate, pimiento, lechuga, zanahoria, arvejas y otras. La producción sirve para abastecer el mercado local y el de las provincias vecinas desde el mes de Diciem bre al de Mayo, a pesar de las dificultades del transporte que, en ocasiones - como sucede con los productos originarios de Amaicha del Valle que deben recorrer cerca de 200 kilómetros por rutas montañosas en su mayor extensión - encarece en forma apreciable la producción.

Cuadro Nro. 6

Producción Hortícola y Frutal
Clasificada por Departamentos

D E P A R T A M E N T O S

Producción	Burru yacú	Capital	Cruz Alta	Chicli gasta	Famaillá	Graneros	Leales	Mon-teros	Río Cuico	Tafí	Trancas	Tota les	Has. Cultivadas
Ajo	55	10	20	122	480	81	138	124	45	5	90	1170	270
Apio (en miles de paquetes)	44	110	22	---	---	---	---	---	44	---	---	220	50
Arveja Verde	1020	2277	162	572	644	---	70	72	68	4600	495	9980	2380
Cebolla	243	1900	171	810	280	280	405	220	460	315	616	5700	630
Melón	1140	133	684	1045	190	1045	672	576	950	30	35	6500	610
Pimiento Fresco	672	215	184	2880	2368	86	176	200	392	285	1142	8600	750
Poroto Chaucha	104	522	40	3060	612	40	72	136	2520	36	1064	8206	1020
Poroto Verde	90	27	---	495	66	14	20	---	98	51	69	930	350
Tomate	162	2300	1900	2940	5060	136	---	360	740	1134	208	14940	800
Pimiento Seco	---	---	---	---	---	---	8	---	---	70	42	120	90
Sandía	3390	107	1140	2585	1045	2160	1836	1672	6820	49	56	20860	1940
Áceitunas	20	30	5	---	3	50	50	---	7	10	10	185	---
Arveja Seca	363	120	3	8	---	3	6	---	---	63	1134	1700	1230
AjÍ	28	2	7	10	---	24	48	---	1	1	169	290	260
Batata	8580	8554	4191	7871	592	3168	8316	4884	1584	900	660	49300	3480
Haba	---	185	---	54	54	---	---	5	6	530	36	870	200
Zapallo	21150	9900	13430	2920	760	8100	9350	2720	1120	1262	288	71000	8810
Papa	581	333	138	6840	897	2850	330	1420	1412	145	2754	17700	2780
Poroto Seco	---	---	---	10	---	46	---	---	---	5	889	950	1020
Totales	37642	26725	22097	32222	13051	18083	21497	12389	16267	9491	9757	219221	26670

CUADRO Nro. 7.

Hectáreas Cultivadas por Departamentos en la Temporada 1960 - 61
(Cifras Absolutas)

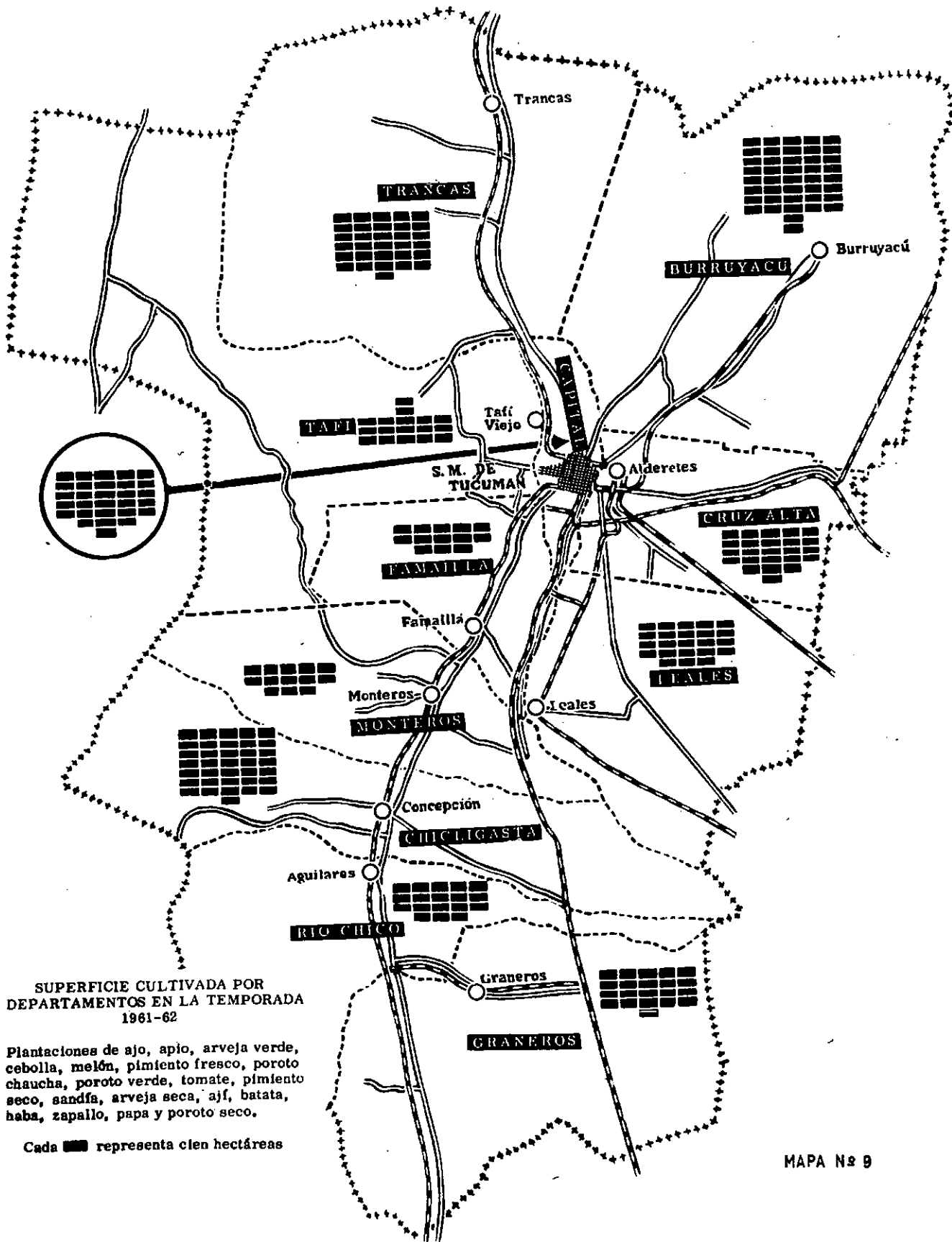
HORTALIZAS	Burru yacú	Capital	Cruz Alta	Chicli gasta	Famai llá	Grane ros	Lea les	Monte ros	Río Chico	Tafí	Trancas
Arveja, grano verde	250	280	45	110	130	---	---	10	10	900	115
Arveja, grano seco	20	---	---	---	---	15	---	---	---	40	800
Batata	460	600	200	545	30	145	360	250	75	90	70
Garbanzo	600	---	---	---	---	10	---	---	---	2	408
Papa Temprana	20	10	---	2550	430	30	110	355	220	---	---
Papa Semitardía	90	---	25	---	---	400	50	65	80	---	650
Pimiento	320	20	25	200	165	10	25	20	40	---	100
Poroto, para chaucha	12	55	5	300	60	5	11	12	275	---	100
Poroto, grano seco	7	---	---	---	---	23	---	---	---	5	900
Tomate	5	120	85	120	205	5	---	15	35	65	20
Zapallo, anco y calabaza	861	140	664	25	341	560	448	140	181	48	169
Totales	2645	1225	1049	3850	1361	1203	1004	867	916	1150	3352



CUADRO Nro. 8.

(PORCENTAJES)

HORTALIZAS	Burru yacú	Capital Alta	Cruz Alta	Chicli gasta	Famai llá	Grane ros	Lea les	Monte ros	Río Chico	Tafi	Trancas
Arveja, grano verde	9.15	22.90	4.28	2.85	9.55	--	--	1.15	1.09	78.26	3.45
Arveja, grano seco	0.75	--	--	--	--	1.24	--	--	--	3.47	23.86
Batata	17.39	48.97	19.10	14.15	2.20	12.05	35.85	28.85	8.18	7.85	2.08
Garbanzo	22.68	--	--	--	--	0.83	--	--	--	0.17	12.20
Papa temprana	0.80	0.81	--	66.25	31.59	2.49	10.95	40.94	24.05	--	--
Papa semitardía	3.40	--	2.38	--	--	33.25	4.98	7.49	8.73	--	19.39
Pimiento	12.09	1.63	2.38	5.20	12.15	0.83	2.50	2.30	4.36	--	2.98
Poroto para chaucha	0.45	4.48	0.47	7.80	4.40	0.41	1.10	1.38	30.02	--	3.57
Poroto, grano seco	0.26	--	--	--	--	1.91	--	--	--	0.43	26.84
Tomate	0.18	9.79	8.10	3.11	15.06	0.44	--	1.75	3.82	5.65	0.59
Zapallo, anco y calabaza	32.55	11.42	63.29	0.64	25.05	46.55	44.62	16.14	19.75	4.17	5.04
Totales	100.--	100.--	100.--	100.--	100.--	100.--	100.--	100.--	100.--	100.--	100.--



CAPITULO V

COMERCIALIZACION

I - Mercado de Abasto Municipal.

Se acompaña en el final del presente título el plano del Mercado de Abasto Municipal de la Ciudad de San Miguel de Tucumán como, asimismo, un cuadro analítico donde se detallan las adjudicatorias de puestos (224 en total) con discriminación de operaciones que realizan, número y superficie de los puestos que ocupan, productos que comercializan y estimación en kilogramos de venta diaria. También se agregan, a los fines de una mejor visualización del mismo, algunas fotografías del Mercado, con exhibición de sectores internos y externos.

A - Descripción

El Mercado de Abasto se encuentra ubicado en la manzana delimitada por las calles Las Piedras; M. Lillo; General Paz y Próspero Mena, abarcando una superficie de 21.300 m².

Consta de distintas estructuras levantadas en diversas épocas, la primera de ellas en el año 1928.

Siguiendo la numeración expresada en el plano adjunto pueden hacerse las siguientes especificaciones:

Del N° 1 al 48: son jaulas con techo de fibrocemento y piso de hormigón rústico y los puestos están separados por tejidos de alambre. Pertenecen a mayoristas.

Del N° 49 a 101: Construcción nueva y de calidad, con techos de hormigón armado, pisos de mosaicos, muros estucados a la plancha, mostradores de mampostería, cerramientos metálicos.

De construcción general en buen estado de conservación.

Galerías de hormigón armado con pisos de mosaicos.

Funcionan carnicerías, almacenes, fideerías, fiambrerías y restaurantes.

Todos son minoristas. La construcción fue costeada por locatarios con la condición de quedar de propiedad comunal al término de los arriendos.

Números 102 y 103: Locales de construcción precaria y objetable terminación.

Números 104 al 125: Construcción nueva y de calidad.

Techo de hormigón armado, pisos de cemento, alisados, divisiones de mampostería, cerramientos a los frentes de carpintería mecánica (el número 115 tiene sótano).

Son arrendados por mayoristas

Números 126 al 199: Construcción antigua. Regular estado de conservación. Techo de hormigón armado cubierto con teja colonial. Amplias galerías laterales (mayoristas y algunos minoristas).

Del número 183 al 199 tienen sótano.

Números 200 al 224: Galpón único central. Techo de fibrocemento con cabriadas de hierro. Aloja pequeños puestos de construcción precaria. La pescadería (N° 200) es abierta.

B - Características del Mercado de Abasto Actual

Es dable admitir en el funcionamiento actual del Mercado una evidente desorganización administrativa-funcional.

Proliferan los puestos minoristas afectados a actividades ajenas a la específica de un Mercado Central (Tiendas, almacenes, restaurantes, cafés, fiambrerías, carnicerías, etc.). Existen también varios puestos ocupados por revendedores circunscriptos a una intermediación parasitaria (compran meramente a otros puesteros y revenden en el mismo mercado).

La higiene es deplorable. Faltan, a su vez, instalaciones adecuadas para brindar comodidades mínimas a los puesteros (depósitos, maduraderos, cámaras frigoríficas, etc.).

En materia de precios rige un sistema anárquico-empírico, con vaivenes diarios acentuados o atenuados en forma verdaderamente irracional e injustificada. Esta opinión surge de diversas impresiones captadas directamente sobre el mismo lugar.

no nos isbroo el ,Cáru Proyecto de Ampliación del Mercado ,stisq slló

Alrededor de diez años atrás, por un proyecto a consideración de la H. Cámara de Diputados de la provincia, se programaba expropiar

un terreno lateral, sobre la calle Próspero Mena, destinado a ampliación del Mercado de Abasto. Este fue, virtualmente, el último plan concreto encaminado a resolver dicho aspecto. Desde entonces hasta la fecha se carece de un plan orgánico en la materia, salvo un estudio reciente efectuado por el Instituto de Arquitectura y Planeamiento de la Universidad Nacional de Tucumán, tendiente a localizar el sitio apropiado para el emplazamiento de un nuevo Mercado Central.

D - Proyecto del Instituto de Arquitectura y Planeamiento

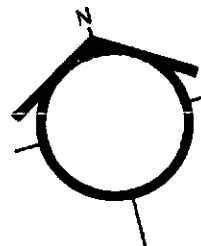
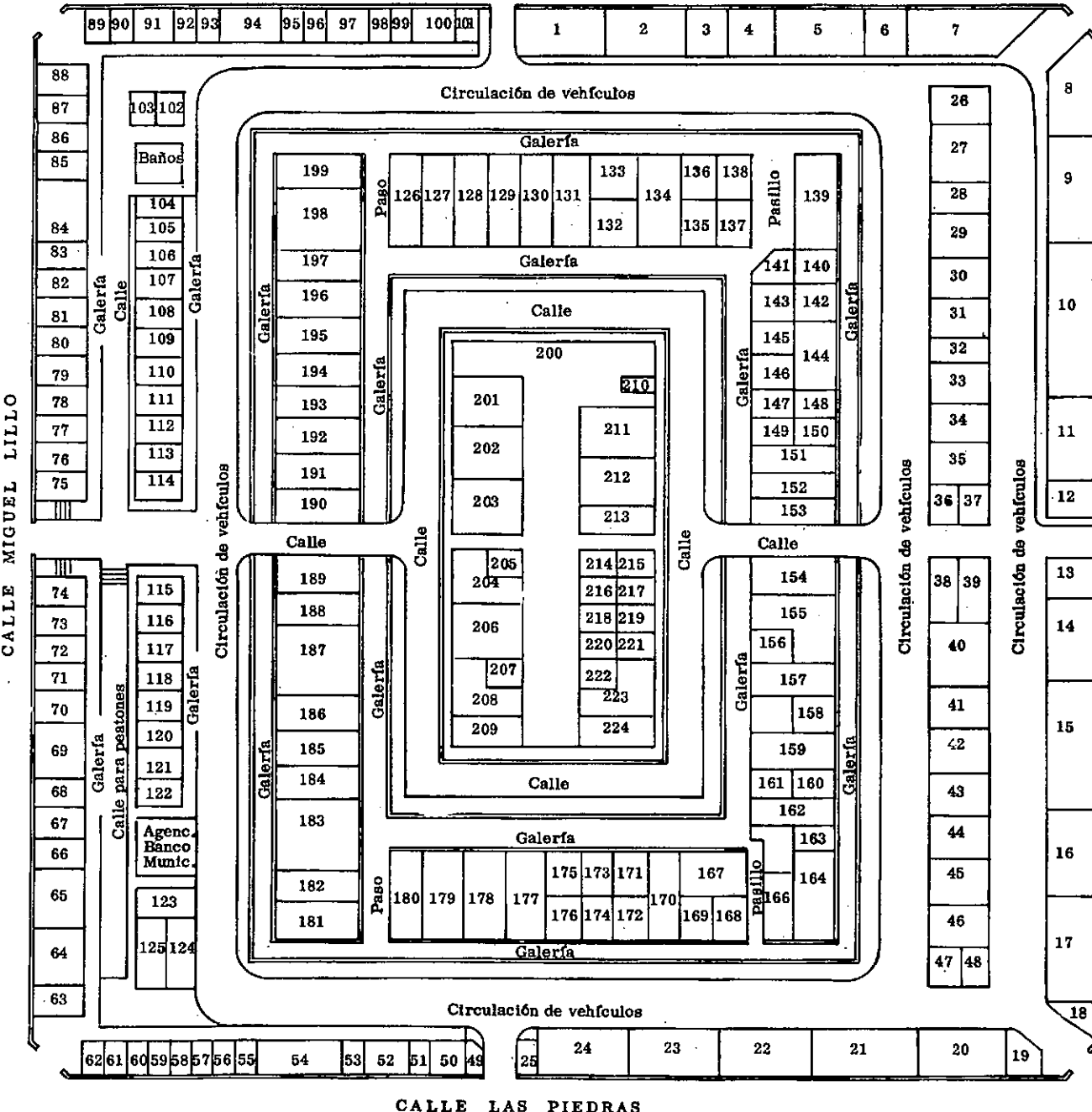
A pesar de las dificultades para obtener una información concreta sobre este particular, pues dicho proyecto (data de un par de años atrás) nunca llegó a considerarse formalmente por razones que se desconocen, por comentarios verbales recogidos en dicha institución pudo establecerse que existían dos zonas propuestas, siendo la más aceptada aquella que sugería como más conveniente la ubicación de un nuevo Mercado Central en el sector Sud-este de la ciudad, en un terreno (alto) de propiedad del Gobierno Provincial, situado entre el Río Salí y la Ruta N° 9. Se estima en estos momentos que si bien el lugar indicado es amplio y de fácil acceso, presenta el inconveniente de su distanciamiento respecto a los principales centros productores, que se encuentran prácticamente en el otro extremo de dicha zona. Hay coincidencia, por otra parte, sobre la necesidad que existe en Tucumán, de contar con un buen Mercado Central.

S. M. DE TUCUMAN
MERCADO DE ABASTO

1963

PLANO N° 1

CALLE GENERAL PAZ



ESCALA
0 10 m. 20 m. 30 m.

MERCADO DE ABASTO DE SAN MIGUEL DE TUCUMAN

Informaciones al mes de diciembre del año 1963

FIRMAS ARRENDATARIAS DE PUESTOS CON DISCRIMINACION DE OPERACIONES QUE CUMPLEN, NUMERO Y SUPERFICIE DE LOS PUESTOS QUE OCUPAN, PRODUCTOS QUE COMERCIALIZAN Y ESTIMACION EN KILO - GRAMOS DE VENTA DIARIA.

Observaciones sobre los textos de las columnas:

- 1 - Número asignado a cada firma a los efectos de este trabajo y coincidente con la numeración del plano que se acompaña.
- 2 - Firmas reales a que corresponden los puestos arrendados a distintos nombres.
- 3 - Conforme a su actividad básica, las firmas se han clasificado así:
 - I - Introdutora;
 - D - Distribuidora dentro del Mercado;
 - R - Revendedora (Compra a Introdutores);
 - E - Expedidora (Remite a otros centros fuera de Tucumán).
- 4 - Los números de los puestos corresponden a los aplicados por la Administración del Mercado de Abasto, a los efectos de su individualización. La superficie totaliza la del o los puestos arrendados a cada firma.
- 5 - Anotación de los productos: sigue el orden de importancia de las ventas.
- 6 - Estimación practicada por personal idóneo de la Oficina de Control General de Abastecimiento - Municipal de San Miguel de Tucumán.

(ver cuadro)

1	2	3	4	5	6	7
Nro.	Firma	Acti- vidad	Puestos Nro.Sup.en m2.	Productos Comercializados	Estim. vta. dia ria en Kgrs.	Observa- ciones
1	José M. Díaz	I.D.	1 36	Papas (zona) y cebolla (S. Juan y zona).	2.000	Tiene l ca- mión propio. Comercializa todo en Tuc.
2	Modesto Gonzá- lez	Café	2 36	-----	---	-----
3	José Lázaro García	I.D.R.	3 18	Papas y cebolla; (zona) y Melones (Sgo.del Estero).	1.000	-----
4	Fortunato A. Véliz	I.D.R.	4 18	Verduras y Frutas;papas.	1.000	-----
5	Luis Gálvez	I.D.R.	5 36	Papas (zona) y Cebolla (San Juan y zona).	2.000	Tiene finca pro- pia en la zona.
6	Diego Gál- vez	I.D.R.	6 18	Papas y Cebolla;Sandía (zona)	1.000	Tiene... camión propio.
7	Rafael To- rres.	I.D.R.	7 50	Papas;Cebolla;Zapallo y Sandía	4.000	-----
8	Antonio Paolich	I.D.R.	8 50	Papas;Cebolla y Ajo (zona)	6.000	Tiene finca pro- pia y compra también a 3ros. Id. Transporte.

1	2	3	4	5	6	7
9	Mario Martínez	I.D.R.	9	50 Papas; Cebolla y Ajo.	6.000	-----
10	Miguel Sánchez	I.D.R.	10	70 Papas; Cebolla y Ajo.	6.000	-----
11	Jorge Abraham	I.D.R.	11	40 Papas; Cebolla y Ajo.	4.000	-----
12	Juan Rubis	I.D.R.	12	25 Papas; Cebolla y Ajo.	2.000	-----
13	Zacarías Rodríguez	R.	13	35 Papas; Cebolla; Alfalfa; etc.	1.000	Menudeo.
14	Juan F. Cano	I.D.R.	14	50 Papas; Cebolla y Ajo.	6.000	-----
15	Raúl Fernández	I.D.R.	15	90 Papas; Cebolla y Ajo.	7.000	Tiene 1 camión.
16	Salomón Bussam- bra	I.D.R.	16	60 Papas; Cebolla y Frutas (Sandías, melones, etc.).	4.000	Tiene 1 camión.
17	José M. Llano	I.D.R.	17	75 Papas; Cebolla y Sandía.	5.000	Tiene 1 camión.
18	Gustavo R. Medina	R.	18	25 Frutas (Sandías y Melones); Papas.	2.000	-----
19	Márquez R.	R.	19	25 Sandías; Melones; Zapallo y batata.	2.000	-----
20	Ángel Racedo	I.D.R.	20	40 Verduras (lechuga, arveja, etc.). Zona: Tafi del Valle, San Javier, etc.	5.000	Tiene transporte propio.
21	León Rosentravj	I.D.R.	21	50 Frutas (Sandía, melón, zapa- llo, etc.). Papas y Cebolla.	8.000	Envía camiones al- quilados a comprar afuera.

1	2	3	4	5	6	7
22	Alberto José Cássem	I.D.R.	22 40	Frutas; Verduras; Papas; Cebolla; Ajo.	3.000	---
23	Martín S. Moreno	I.D.R.	23 40	Papa; Cebolla; Sandía; Batata Ajo.	2.500	---
24	Guillermo Bueno	I.D.R.	24 40	Frutas; Verduras; Papas; Zapallo y Calabaza. (zona).	3.500	---
25	Antonio Buchieri	R.	25 20	Papas; Cebolla y Ajo.	2.000	Al menudeo.
26	Antonio Leone	R.	26 50	Papas; Cebolla y Ajo.	2.000	---
27	Salvador P. Leone	R.	27 50	Papas; Cebolla; Ajo, Sandía y otros.	3.500	---
28	José Argiró	R.	28 25	Papas; Cebolla; Batata; Sandía; Melones.	3.000	---
29	Guillermo J. Damis	I.D.	29 50	Papas; Cebolla y Huevos (Santa Fe).	5.000	De esta cantidad corresponden unos 3.000 Kg. a la venta de huevos (por mayor y menor).
30	Edmundo S. Arias	I.D.R.	30 50	Frutas; Verduras; Papas y Cebolla.	2.000	---
31	Antonio E. Díaz	I.D.R.	31 30	Papas; Cebolla; Zapallo; Sandía.	2.500	---
32	Antonio Argiró	I.D.R.	32 25	Frutas y Verduras	4.000	Tiene transporte propio.

1	2	3	4	5	6	7	
33	Julio Giménez	R.	33	50	Frutas y verduras en general	2.500	-----
34	Saruf Hnos.	R.	34	50	Papas; Cebollas; Ajo y Batatas	3.000	-----
35	Tiburcio Palacios	R.	35	50	Papas; Cebollas y Frutas (Sandía y Melones); Zapallos.	2.000	-----
36	Navarro y Ruiz	R.	36	25	Papas y Cebollas.	1.500	Al menudeo.
37	Juan Rubis	R.	37	25	Papas; Cebollas y Ajo.	1.000	Al menudeo. Esta misma persona explota también el puesto 12.
38	Antonio Gual	I.D.R.	38	40	Frutas y Verduras (Citrus: naranjas y limones; Ciruelas; Mendoza S. Juan y Zona).	4.000	Tiene transporte propio.
39	Antonia G. de Cataldo	R.	39	40	Papas; Cebolla; Ajo; Sandía	1.500	-----
40	Rolando, Oscar y J.Bo	I.D.R.	40	75	Papas; Cebollas; Frutas (Sandía, Zapallo; etc.).	5.000	-----
41	José Miguel Luque	I.R.	41	50	Papas; Cebolla; Zapallo; Ajo y Sandía.	2.000	-----
42	Juan Martín Ruiz	I.D.R.	42	50	Papas; Cebolla; Frutas; Zapallo y Ajo.	2.000	-----
43	Segundo Raúl Pérez	I.D.R.	43	50	Papas; Cebolla; Ajo; Sandía; Melones; Batata.	3.000	-----

1	2	3	4	5	6	7	
44	Salomón Busambra	I.D.R.	44	50	Idem Anterior.	4.000	Tiene transporte propio.
45	José Antonio Díaz	I.D.R.	45	50	Papas; Cebolla; Ajo y Batata.	3.000	Tiene transporte propio.
46	Francisco Casquet	I.R.	46	35	Papas; Cebolla y Ajo.	1.500	-----
47	Juan Lopez de Ruiz	I.R.	47	25	Papas; Cebolla; Batata y Ajo.	1.500	-----
48	Miguel Aranda	I.R.	48	25	Papas; Cebolla; Batata y Ajo.	1.500	-----
49	Andrés A. Racedo	R.	49	20	Zapallo y Anco (zona).	800	-----
50	José Manino	I.D.E.	50	32	Citrus (Naranjas, limones) y verduras (zona); Tomates (Norte y zona).	6.000	Vende más en época de frutas. También expide a Bs. As. y Rosario.
51	Clemencia M. Tula	Restaurante	51	16	-----	---	-----
52	Fuentes é Hijos	Café	52	32	-----	---	-----
53	Vacante		53	16	-----	---	-----
54	José y Francisco Portillo	I.D.E.	54	64	Citrus (Naranjas, limón, pomelos); Verduras y Frutas.	4.000	Tiene quinta propia y camión. Expide a Córdoba.
55	Administración		55	16	-----	---	-----
56			56	16	-----	---	-----

1	2	3	4	5	6	7
57	Ruben Zuzman	R.E.	57 16	Frutas y Verduras en general.	3.000	Compra en el mismo Mercado y vende a otras localidades.
58	Rubén Levín	Carnicería	58 16	Venta de carne y menudencias.	---	El anterior puestero vendía frutas y verduras al por menor.
59	Carlos A. Gómez	Carnicería	59 16	Venta menudencias (Abasto)	---	---
60	Moisés Apud	Tienda	60 16	---	---	---
61	Rosa Assán de Zamora	Almacén p/menor	61 16	---	---	---
62	Vacante		62 16	---	---	---
63	Daniel Rodríguez	Pescadería	63 40	Pescados(de Santa Fe, Buenos Aires y Barranquera (Chaco))	600	Esta cantidad es en verano (3 cajones). En invierno entran hasta 80 y 100 cajones por remesa.
64	Angel Escalfi	Carnicería y Fiambrería	64 80	---	---	---
65	José Torinetto	Fca.de Pastas y Fiambrería	65 80	---	---	---

1	2	3	4	5	6	7
66	Francisco Goldberg	Carnicería	66	40	-----	-----
67	Manuel Lavín	Carnicería y Fca. Em butidos	67	40	-----	-----
68	Vacante		68	40	-----	-----
69	Manuel y A. Tórtola	Carnicería y Fca. Em butidos.	69	80	-----	-----
70	Ramón García	Id. Anterior	70	40	-----	-----
71	Cirilo Moisciuck	Id. Anterior	71	40	-----	-----
72	Ramón R. Valderramas.	Id. Anterior	72	40	-----	-----
73	María L. de Angel-nicola	Id. Anterior	73	40	-----	-----
74	María P.G. Cantarutti	Id. Anterior	74	40	-----	-----
75	Abdo Elías	Almacén	75	40	-----	-----
76	Francisco Lozano	Carnicería	76	40	-----	-----
77	Roberto Rivadeneira	Carnicería	77	40	-----	-----
78	Isabel L. de Giménez	Tienda	78	40	-----	-----

1	2	3	4	5	6	7
79	Julio Reynoso	Carnicería	79	40		
80	Nicanor Alvarado	Fiambrería	80	40		
81	Ramón E. Holgado	Pescadería	81	40	Pescados (Santa Fe y Bs. As.).	Similar al puesto 63.
82	Jorge Zariffe	Pizzería	82	40		
83	Antonio Bonetto	Fiambrería	83	40		
84	Jesús Mansilla	Almacén	84	80		
85	Francisco Fuentes	Almacén	85	40		
86	Carmen de Asfora	Tienda	86	40		
87	Florinda Manzur	Restaurant	87	40		
88	Oscar Quintana	Carnicería	88	40		
89	Rafael Páez	Almacén	89	16		
90	José Javier Sánchez	Fca. Churros	90	16		
91	Gerardo J. Ponce	R.	91	32	Venta de aves y huevos (Simoca y Prov. S. Fe)	200 Revende
92	Jesús Giménez	Carnicería	92	16		
93	Juan Giménez	Carnicería	93	16		

1	2	3	4	5	6	7	
94	Yafar Hnos.	Café	94	48	-----	----	-----
95	Jaime Silverstein	R.	95	16	Huevos (Proced. de Santa Fe)	210	Vende entre 6 y 7 cajones diarios.
96	Camil Fadel Dip	R.	96	16	Aves y Huevos (Santa Fe)	300	-----
97	Angel V. Carrizo	R.	97	32	Zapallos; Verduras y Legumbres en general (zona).	600	-----
98	Ramón Romero	R.	98	16	Frutas y Verduras en general.	600	-----
99	Manuel Cortés	R.	99	16	Frutas y Verduras en general.	700	-----
100	Rafael Menéndez	I.D.	100	32	Papas(zona;también, según la época, de Mar del Plata, etc.). Cebolla (S. Juan; Sgo. del Estero y zona). Ajo (zona).	1.000	-----
101	Justo Contreras	R.	101	16	Papas y Verduras (lechuga etc.: zona).	2.000	-----
102	Miguel de la Rosa	R.	102	30	Sandías; Melones; Ajo y Papas	1.000	Al menudeo.
103	Humberto Carja	R.	103	30	Frutas y Verduras en general	1.000	Al menudeo.
104	Anselmo Arides	R.	104	20	Sandías; Papas; Zapallo y Melones.	800	-----
105	Antonio Paolich	R.	105	20	Frutas y Verduras; Papas; Sandía y Melón	1.000	Exploata también el Puesto Nro.8.

1.	2	3	4	5	6	7	
106	Raúl Arides	R.	106	30	Papas; Cebolla; Sandía; Melón y Frutas de estación.	800	-----
107	Reynaldo M. Bo	R.	107	30	Papas; Cebollas; Naranjas y Limones.	1.000	-----
108	Estela Palacios	R.	108	30	Papas; Cebollas; Naranjas; Limones	800	-----
109	José Romero	R.	109	30	Papas; Naranjas; Melones; Sandías.	1.000	-----
110	Martín Bustos	R.	110	30	Papas; Cebollas; Frutas; Sandías.	800	-----
111	Manuel J. Zarach	R.	111	30	Papas; Cebollas; Frutas; Sandías.	800	-----
112	Sánchez López	R.	112	30	Papas; Cebolla; Frutas; Sandías.	1.000	-----
113	Elías Alul	I.D.R.	113	30	Naranjas; Limones, Frutas en general (citrus).	3.000	-----
114	Juan Domingo Zamora	I.D.R.	114	30	Papas; Cebollas; Naranjas; Melones; Sandías.	2.000	-----
115	Angel Rinaldi	R.	115	35	Frutas en gral. al menudeo.	1.000	-----
116	Angel B. Espuche	I.D.R.	116	35	Frutas en gral. al menudeo (Bananas Brasil; etc.).	2.000	-----

1	2	3	4	5	6	7
117	Abraham Dumitch	R.	117	35 Frutas(Bananas, etc.) Sandías; etc.	1.000	-----
118	Antón Nesrala	R.	118	35 Sandías; Papas; Batatas; Citrus	1.000	-----
119	Roque Catania	R.	119	35 Sandías; Zapallo; Papas; Cebollas; Ajo.	800	-----
120	Aurelio Moreno	R.	120	35 Frutas y Verduras en gral.	2.000	En el Mercado <u>ca</u> si no vende. Tiene 1 camión con el cual sale a vender en toda la zona.
121	Francisco Catania	R.	121	35 Papas; Cebollas; Zapallos; Sandías.	800	-----
122	Antonio Misorich	R.	122	35 Papas; Sandías; Cebollas; Ajo.	800	-----
123	Campo é Ibañez	R.	123	60 Frutas(citrus); Cebollas; Papas; Sandías.	800	Tiene transporte propio.
124	Juan y N. Reschia	I.D.R.	124	60 Naranjas; Limones y Frutas es- tación (sandías, etc.)	2.000	Tiene transporte propio.
125	Armando Trejo	Fiambre ría	125	60	---	-----
126	Luis Fressa	I.D.R.	126	32 Frutas(Manzanas; Mza.-Peras, Ciruelas Río Negro, etc.).	1.000	-----

1	2	3	4	5	6	7	
127	Pascual Tarulli	I.D.R.	127	32	Frutas y Verduras(Manzanas, bananas, tomates).	2.000	-----
128	Damián y M. Pedroza	I.D.R.	128	32	Tomate (zona Norte) Cebolla (S.Juan)	4.000	-----
129	Antonio Jebeg	I.R.	129	32	Frutas y Verduras en general.	1.000	-----
130	Luis Beckiara	I.D.R.	130	32	Frutas(Manzanas, ciruelas, damascos) Mendoza y Sur.	3.000	-----
131	Antonio Cabello	I.D.R.	131	32	Papas;Naranjas;Limones (zona)	1.000	-----
132	Nahid Lucena	I.R.	132	16	Frutas (uvas,manzanas,ciruelas)Mza.	800	-----
133	Amado Ale	R.	133	16	Frutas y Verduras en general.	800	-----
134	Salvador Pistrito	I.D.R.	134	32	Tomate, Frutas y Verduras en gral.	3.000	-----
135	Antonio Díaz	R.	135	16	Tomate, Pimientos.	800	-----
136	Agustín Fois	R.	136	16	Chauchas, Arvejas, Porotos, Lechuga (zona).	800	-----
137	Farad Wadi	R.	137	16	Frutas (Manzanas, bananas:Bs.As. y Norte - pera, Sur y Mendoza, etc.).	1.000	-----
138	Francisco López	I.D.R.	138	16	Verduras (lechuga, zanahoria, acelga, etc.).	2.000	-----
139	Fernández A. Llana	R.	139	48	Papa; Cebolla; Ajo.	800	-----

1 2 3 4 5 6 7

140	Salvador Sinatra	R.	140	16	Papa; Cebolla; Ajo.	800	-----
141	José Argiró	R.	141	16	Frutas (manzanas, uva, pera, ciruela, etc.)	800	-----
142	Marcos Tamer	R.	142	16	Frutas y Verduras.	1.000	-----
143	Julio Dfáz	R.	143	16	Tomate y Frutas.	800	-----
144	Salvador Argiró	I.D.R.	144	32	Frutas y Verduras en general.	3.000	Tiene transp.
145	Asis Abid	R.	145	16	Frutas (manz., ciruelas, duraznos (Mendoza y Córdoba)).	800	-----
146	Antonio Ferraris	R.	146	16	Frutas (manz., ciruelas, duraznos).	800	-----
147	Santos Cacecci	R.	147	16	Naranjas, Frutas (manzanas).	800	-----
148	Pedro M. Gatar	R.	148	16	Frutas y Verduras en general.	1.000	-----
149	Jorge Naice	R.	149	16	Frutas y Tomates.	800	-----
150	Francisco Ruiz	R.	150	16	Frutas y Verduras en general.	800	-----
151	Pepe Moreno	I.D.R.	151	32	Frutas, Tomates.	3.000	Tiene transp.
152	Luis Ferrari	R.	152	32	Frutas y Verduras (zona).	1.000	-----
153	Intersimone y Delissi	I.D.R.	153	32	Frutas y Verduras (zona).	2.000	Tiene trans- porte.
154	García S. Molina	I.D.R.	154	32	Frutas y Verduras (zona) Tomates (norte y zona).	2.000	-----

1	2	3	4	5	6	7	
155	Natalio Krasnogor	I.D.R.	155	48	Citris (naranjas, limones).	4.000	Tiene transp.
156	Damacio Molina y Cruz Richi	I.D.R.	156	16	Papas; Cebollas; Ajo; Sandías; Melones	1.500	-----
157	Antonio Benzal	I.D.R.	157	32	Papas; Cebollas; Ajo; Batata.	1.000	-----
158	Luis B. López	I.D.R.	158	16	Papas; Cebollas; Ajo; Batata.	1.000	-----
159	Antonio D. Andrea	R.	159	48	Papas; Cebollas; Ajos; Sandías; Melones	1.000	-----
160	Juan M. Ruiz	R.	160	16	Papas; Cebollas; Ajos; Limones; Naranjas	800	-----
161	Cesáreo Seoane	I.D.	161	16	Papas.	4.500	Tiene transp. Introduce y vende a otros comerciantes del Mercado.
162	Pascual Mauro	R.	162	32	Papas y Cebollas.	800	-----
163	Cesáreo Seoane	I.R.	163	16	Papas	800	Ocupa tam- bién el Pues- to Nro. 161.
164	Emilio Calvo	I.R.	164	48	Citrus; Papas y Cebollas.	1.000	-----
165	Santiago Noguera	I.R.	165	25	Citrus; Papas y Cebollas.	1.000	-----
166	José Manssolone	I.D.R.	166	32	Papas; Cebollas y Huevos	800	
						1.000	(Huevos-S.Fe)

1	2	3	4	5	6	7	
167	Emilio Sandalié	R.	167	32	Papas; Cebollas y Ajos	1.000	-----
168	Antonio A. Gómez	I.R.	168	16	Citrus; Papas (zona, Salta y M. del Plata).	1.000	-----
169	Pablo Nader é Hijos	I.R.	169	16	Frutas (naranjas), Papas y Cebollas.	1.000	-----
170	Luis del Angel	I.D.R.	170	32	Citrus (naranjas, limones) Papas.	2.000	-----
171	José R. Lobos	R.	171	16	Citrus; Papas; Cebollas.	800	-----
172	José Domingo Isa	R.	172	16	Citrus; Papas; Cebollas.	800	-----
173	Manzur W. El Eter	R.	173	16	Papas; Cebollas; Citrus.	800	-----
174	Felipe A. Ricci	R.	174	16	Citrus; Papas; Cebollas.	800	-----
175	Francisco Leone	R.	175	16	Papas; Cebollas; Ajos.	1.000	-----
176	Julio A. Ferro	R.	176	16	Papas; Cebollas y Frutas.	800	-----
177	Eugenio Monje	I.D.R.	177	32	Papas; Cebolla y Frutas (bananas, naranjas y limones).	1.500	-----
178	Fuentes José	I.D.R.	178	32	Frutas y Verduras en gral. Papas; Zapallo.	2.000	-----
179	Juan Benzalé Hijo	I.D.R.	179	32	Citrus; Naranjas; Limones; Cebolla.	2.000	-----
180	Andrés Canchemi	I.D.R.	180	32	Citrus (naranjas, limones).	3.000	Tiene 2 camiones.

1	2	3	4	5	6	7
181	José Dimarco	I.D.R.	181 32	Frutas y Verduras (bananas especialmente).	Frutas y Verduras (bananas especialmente) 2.000	Tiene maduradero (a brasero).
182	Luis Protto	R.	182 32	Frutas y Verduras.	800	-----
183	González, Catalina y Cía.	I.D.R.	183 64	Frutas y Verduras en general	2.000	Tiene camión y sótano para madurar bananas.
184	López y Alonso	I.R.	184 32	Frutas (bananas, manzanas, ciruelas) (naranjas).	1.000	Tiene sótano.
185	Angel Aragón	I.D.R.	185 32	Frutas y Verduras (tomates).	1.000	Tiene sótano y camión.
186	Padilla Hnos.	I.D.R.	186 32	Frutas y Verduras (tomates).	1.000	-----
187	Dumit y Cía.	I.D.R.	187 64	Frutas (de carozo, manzana, damasco, peras, uvas).	3.000	Tiene sótano y camión.
188	Rinaldi Hnos.	I.D.R.	188 32	Frutas (manzanas, etc.).	6.000	Tiene 9 camiones Tiene puestos en otras ciudades (Cba., etc.) Tiene 1 cámara frigorífica afuera. Tiene sótano.
189	Carmelo y Gregorio Espuche.	I.D.R.	189 32	Frutas (de carozo, bananas, etc.).	6.000	Tiene sótano.

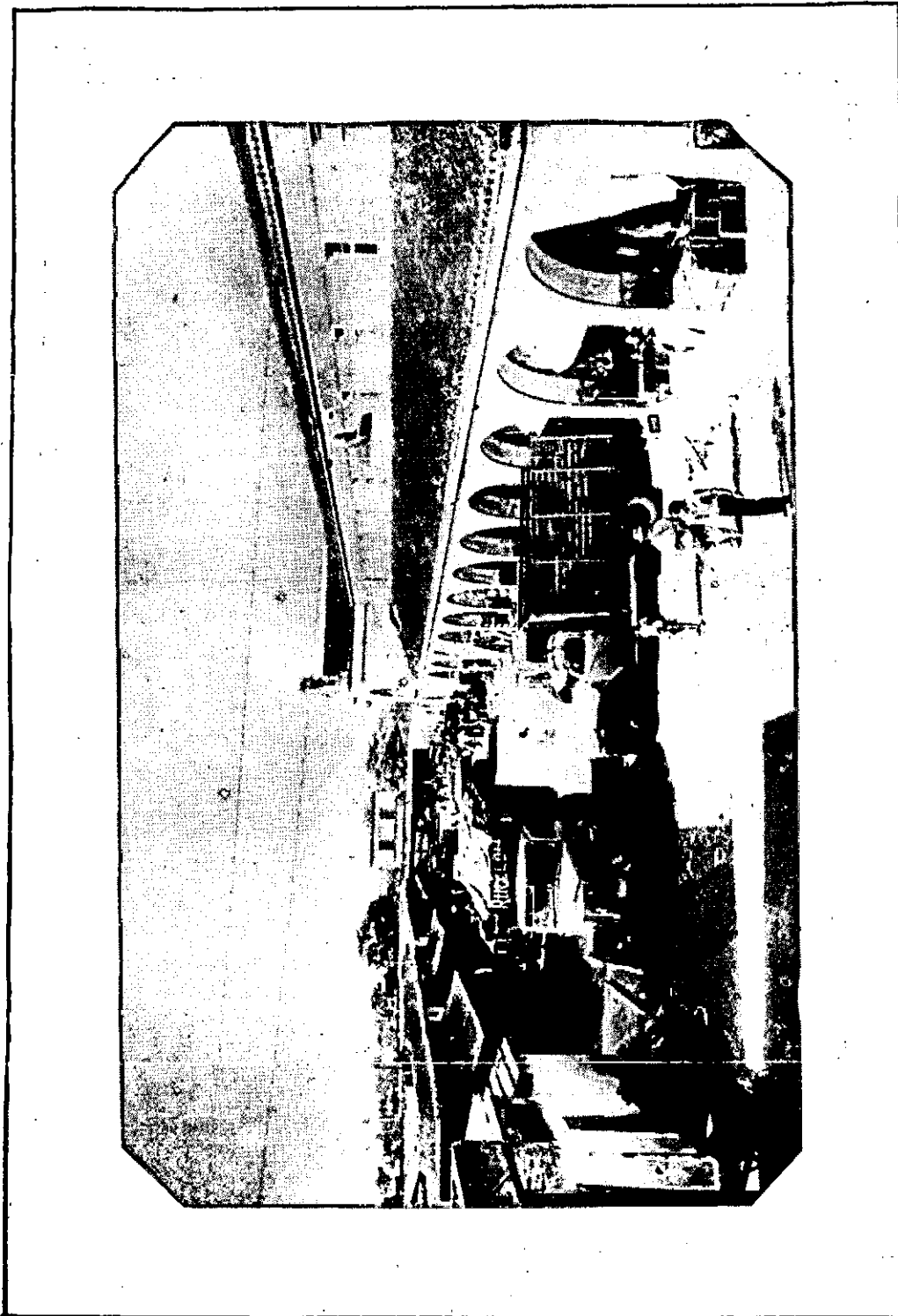
1	2	3	4	5	6	7
190	Arenas y Balboa	I.D.R.	190 32	Frutas y Verduras en general.	2.000	Tiene sótano-Tiene camión.
191	Juan Murillo	I.D.R.	191 32	Frutas en general	2.000	Tiene sótano-Tiene 1 camioneta.
192	Catania y Misurich	I.D.R.	192 32	Frutas y Verduras (ciruelas de la zona y afuera; manzanas, tomates, etc.)	4.000	Tiene sótano-Tiene 1 camión.
193	Angel Laméndoia	I.D.R.	193 32	Frutas y Verduras (tomates y uvas).	5.000	Tiene sótano.
194	Suc. Papalardón	I.D.R.	194 32	Tomates, Frutas.	1.000	-----
195	Carmelo Sirno	I.D.R.	195 32	Papas; Cebollas y Ajos.	800	-----
196	Andrés P. Torres	I.D.R.	196 32	Frutas y Verduras.	1.000	-----
197	Altamira Vda. de Morgado	I.D.R.	197 32	Frutas y Verduras (tomates: zona y Norte)	4.000	Tiene 2 camiones.
198	Ferré Hnos.	I.D.R.	198 64	Frutas y Verduras (tomates)	3.000	Tiene camión y sótano.
199	José Zamora	I.D.R.	199 32	Frutas (carozo, naranjas).	3.000	-----
200	Playa Descarga	Pescados	200 60	Pescados (Sta. Fe; Bs.As. y otras plazas).	---	(1)

(1) No se alquila a nadie en especial. Se cobra una tasa en concepto de derecho de piso al introductor de la mercadería, a razón de m\$ 10.-- x m2. x día. En verano carece, prácticamente de movimiento, a diferencia de invierno en que existe gran intensidad operativa.

1	2	3	4	5	6	7
201	Vacante	---	201 36	---	---	---
202	Andrés Cano	R.	202 36	Papa y Cebolla.	800	Tiene camión.
203	José N. Villano	Café	203 36	---	---	---
204	Norberto A. Bó	R.	204 27	Papay Cebolla.	800	---
205	Ramona Castillo	Fca. de Churros	205 9	---	---	---
206	Alberto R. Antunez	R.	206 36	Papas y Cebollas.	800	---
207	Raquel Alcanfora	R.	207 27	Verdulería al por menor.	500	---
208	Ignacio Garrido	R.	208 9	Papa y Cebollas.	800	---
209	Petrona Vda. de López	Café	209 18	---	---	---
210	Antonio Ferrari	E.	210 9	Embalaje (no vende aquí)	2.000	Chaco-Santiago del Estero.
211	Vacante	---	211 36	---	---	---
212	Rafael Latina	Café	212 36	---	---	---
213	Segunda Amalia Ruiz	R.	213 18	Verdulería al por menor.	800	---
214	Hortencia Vda. de Torres	Fca. de Churros y Pizza	214 9	---	---	---

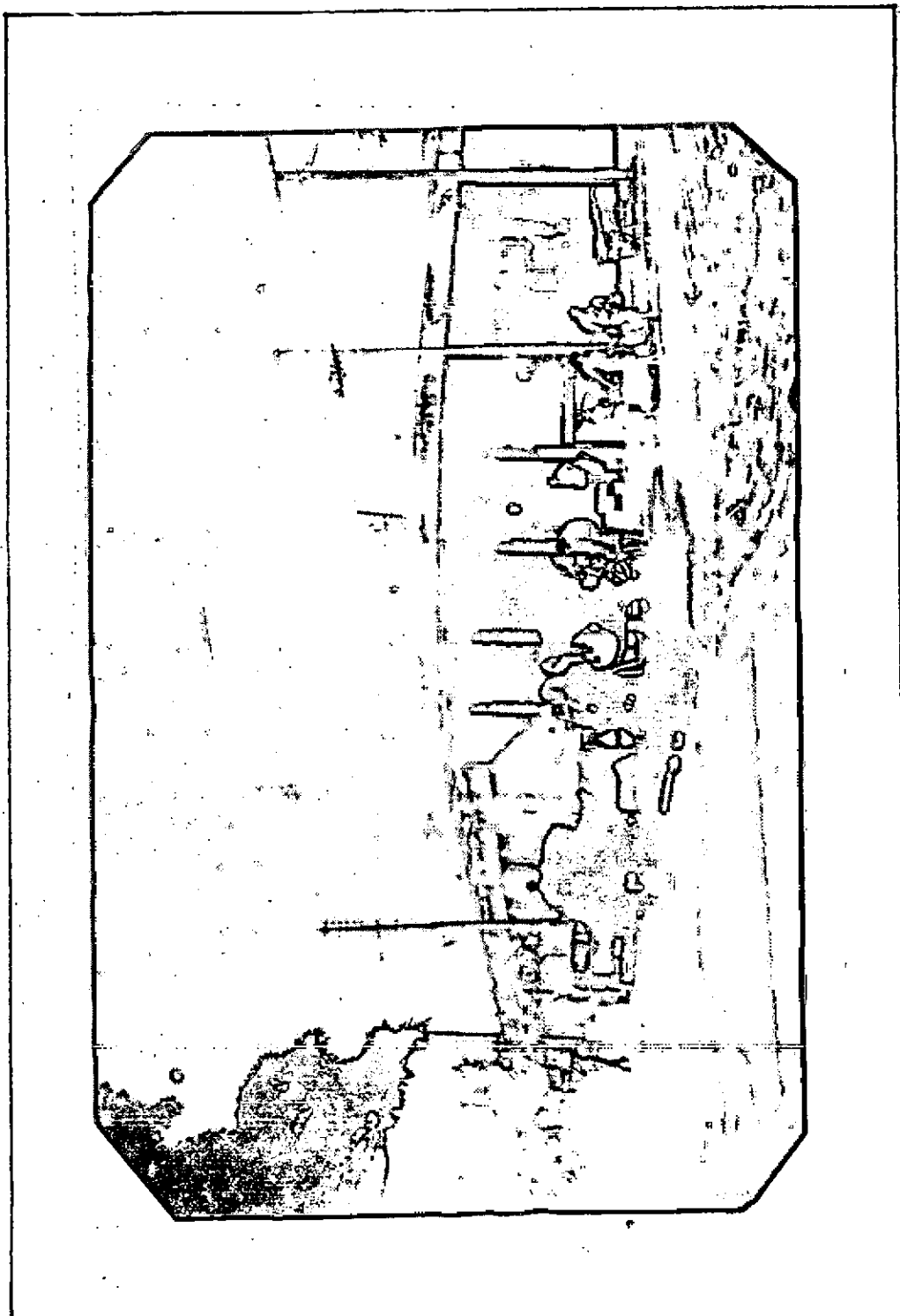
1	2	3	4	5	6	7	
215	Ramón Gallardo	R.	215	9	Verdulería	500	-----
216	Rosario L. de Giménez		216	9	Aves carneadas y huevos (local y Santa Fe).	500	-----
217	Blas Garcia	Fca.Chu rros	217	9		---	-----
218	Ernestina R.M. de César	R.	218	9	Venta de Especias	20	-----
219	Andrés Rojas	R.	219	9	Verdulería.	500	-----
220	Aurelia Argañaraz	R.	220	9	Verdulería.	50	-----
221	Ataliva Aguirre	Empa-nadas	221	9		---	-----
222	Natán Salomón	R.	222	9	Aves y Huevos.	300	-----
223	Humberto Salto	Café	223	27		---	-----
224	León y Jaime Cristal	R.	224	36	Frutas y Verduras.	4.000	Tiene 1 camión - Santiago del Estero Chaco.

SAN MIGUEL DE TUCUMAN.-



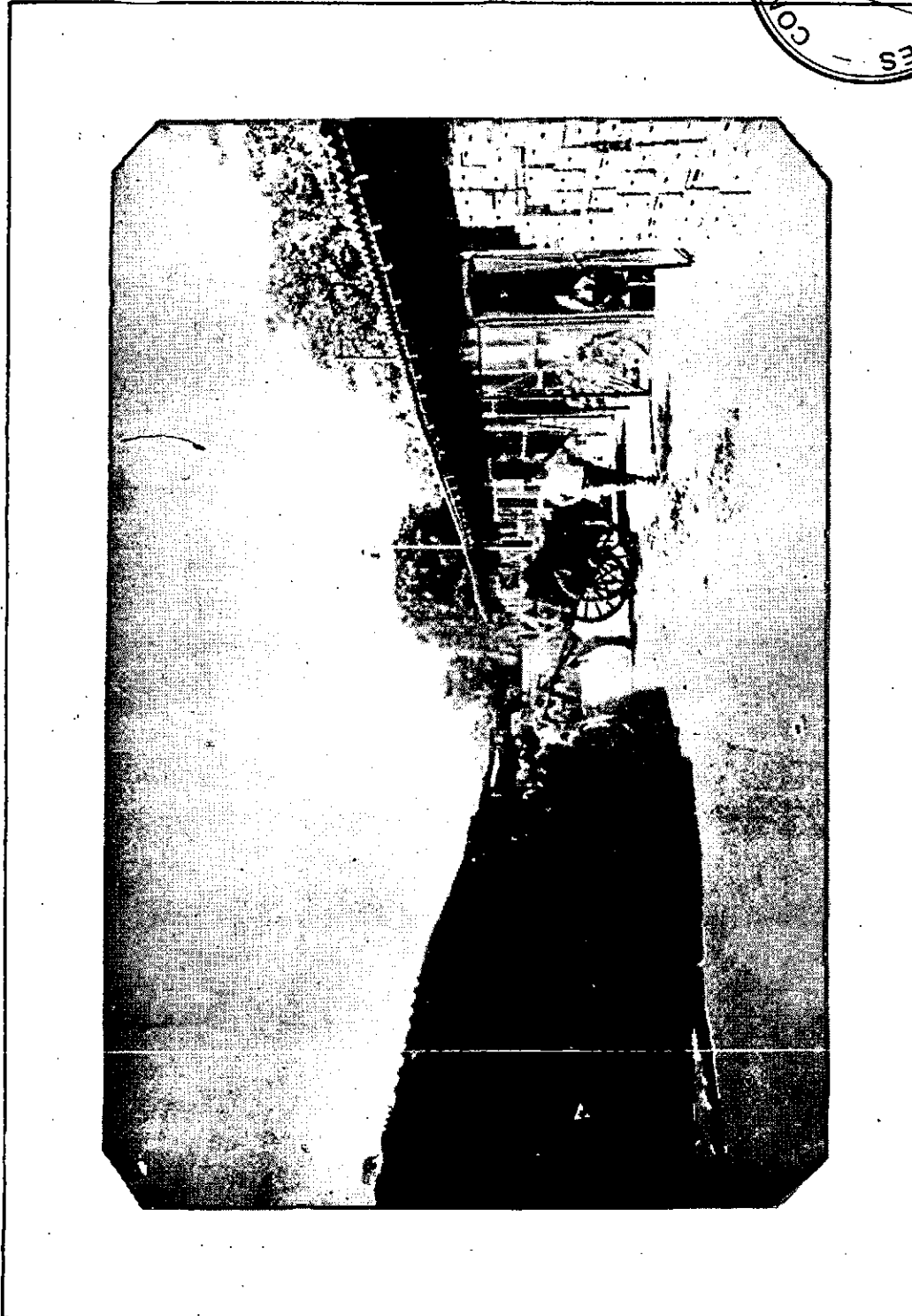
MERCADO DE ABASTO MUNICIPAL: Calle interior sobre el sector oeste, paralela a la calle Miguel Lillo.-

SAN MIGUEL DE TUCUMAN.-



MERCADO DE ABASTO MUNICIPAL: Vista exterior. Acceso al Mercado en la esquina de Miguel Lillo y Las Piedras.-

SAN MIGUEL DE TUCUMAN.-



MERCADO DE ABASTO MUNICIPAL: Calle interior, sobre el sector
este, paralela a la calle Próspero Mena.-

II - Comercios Mayoristas Ubicados Dentro de la Ciudad

Se acompaña nómina de los comerciantes mayoristas de frutas, hortalizas, verduras y productos afines instalados dentro del éjido urbano de la ciudad de San Miguel de Tucumán, y plano del Municipio con la ubicación del Mercado de Abasto, Depósitos Mayoristas, Mercados de venta al por menor, Supermercados y Feria Franca.

Los comerciantes numerados del 1 al 8 son los más importantes. Estos, introducen, distribuyen y también expiden a otras ciudades en mayor o menor proporción.

Catorce mayoristas de los mencionados tienen depósitos.

Mayoristas de Frutas, Hortalizas, Verduras y Anexos Instalados Fuera del Mercado de Abasto

Ubicación en la Ciudad de San Miguel de Tucumán

Con Depósito:

1 - ARGIRO, José	Avda. Alem 232
2 - BLASCO y RODRIGUEZ	Avda. Mate de Luna 2181
3 - FUENTES, Hnos.	Las Piedras 1777
4 - GARCIA, Gregorio	Las Piedras 1669
5 - INGALINA, Manuel	Lavalle 2260
6 - Hijos de Juan LOPEZ	General Paz 2037
7 - TRUCCO, Juan D.	General Paz 1602
8 - José LOPEZ, Hnos.	Pje. Alte. Brown 1488/90
9 - CABRERA, José	Pje. Alte. Brown 1449
10 - COSTA, Suc. de Salvador	Suipacha 366

- | | |
|----------------------------------|-----------------------|
| 11 - GALLEGO GONZALEZ, Francisco | Próspero Mena 548 |
| 12 - ORTEGA y Cía., Juan | Chile 1657 |
| 13 - PADILLA, Pascual | Pje. Alte. Brown 1479 |
| 14 - VIRUEL Hnos. | General Paz 1462 |

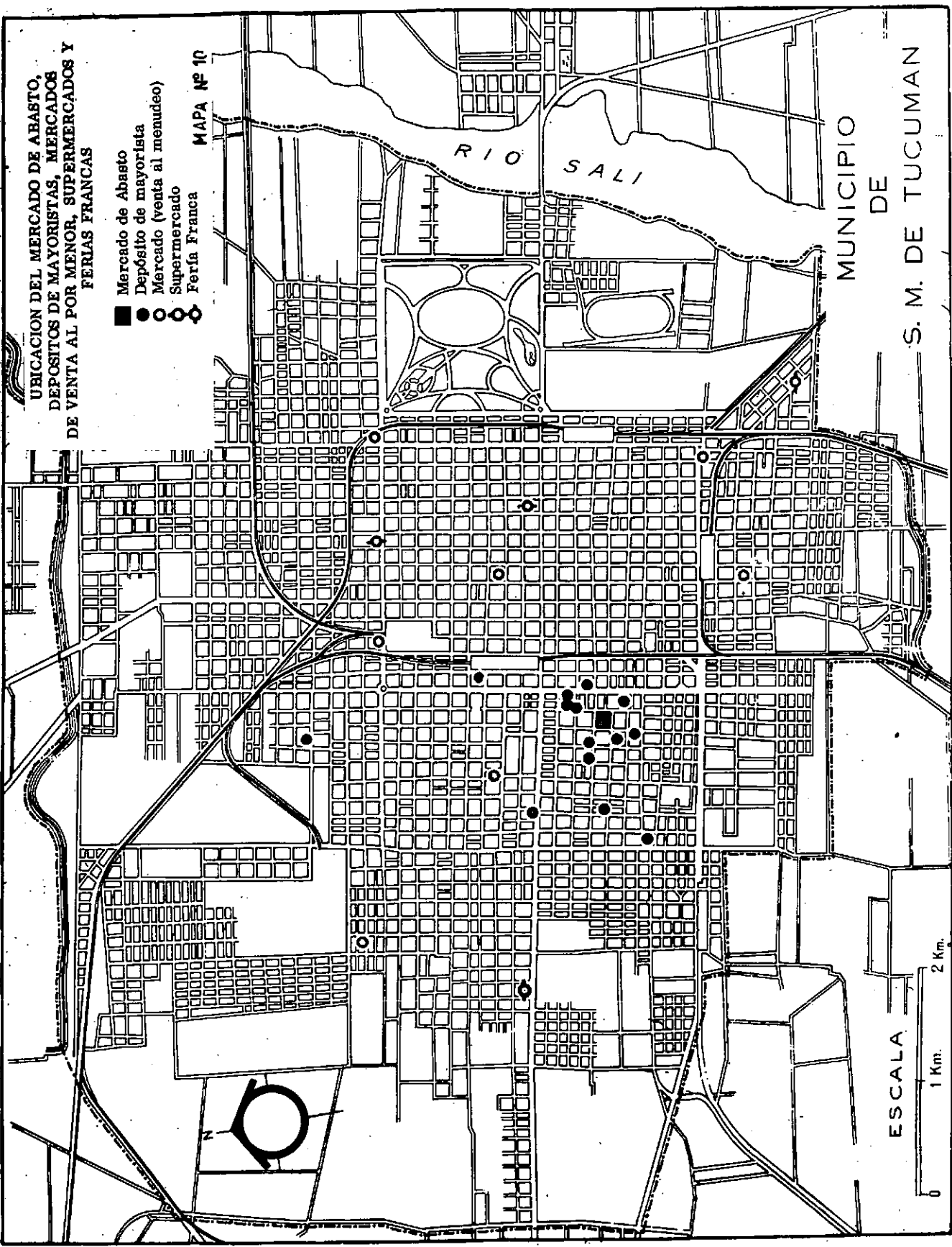
Sin Depósito:

- | | |
|------------------------------|--------------------------|
| 1 - BAZANO, Carmelo | Santiago 772 |
| 2 - COSTA, Luis | Lucas Córdoba 336 |
| 3 - DOMATO, José | Córdoba 939 |
| 4 - ESCANDAR, Miguel | Avda. Mate de Luna 1410 |
| 5 - JIMENEZ, MARTINEZ y Cía. | Las Piedras 1613 |
| 6 - SANTAMARINA, Antonio | Lavalle 2221 |
| 7 - NEGRO, Ernesto | Avda. Mate de Luna 2853 |
| 8 - SIBALDI y Cía. Guido | Avda. Mate de Luna 1430 |
| 9 - S.A. San Miguel | Avda. Juan B. Justo 1151 |
| 10 - SANCHEZ, Juan | Próspero Mena 453 |
| 11 - TALASSINO, Demetrio | Lavalle 1701 |

UBICACION DEL MERCADO DE ABASTO,
DEPOSITOS DE MAYORISTAS, MERCADOS
DE VENTA AL POR MENOR, SUPERMERCADOS Y
FERIAS FRANCAS

- Mercado de Abasto
- Depósito de mayorista
- Mercado (venta al menudeo)
- ◐ Supermercado
- ◑ Feria Franca

MAPA Nº 10



MUNICIPIO
DE
S. M. DE TUCUMAN

ESCALA

1 Km.
2 Km.

III - Venta al Por Menor de Alimentos Perecederos

A - Mercados Municipales

Por orden de importancia consignamos a continuación los principales mercados minoristas de carácter municipal que funcionan en la ciudad:

Mercado Norte;

Mercado Sarmiento;

Mercado Roca;

Mercado 9 de Julio;

Mercado Villa Luján;

Mercado Alem;

Mercado Barrio Jardín;

El primero de los citados: Mercado Norte, se encuentra ubicado en la esquina de las calles Maipú y Mendoza. Abarca más o menos unos 7.200 m². (60 x 120), o sea alrededor de media manzana. La parte comercial se desarrolla en la planta baja, mientras que en la planta alta, funcionan oficinas municipales. El subsuelo, por su parte, ofrece el problema de tener instaladas 12 amplias cámaras frigoríficas, pero, que se hallan paralizadas desde unos tres años atrás, debido a la falta de recursos municipales para atender los gastos de su arreglo (En estos momentos se estima en cerca de m\$ 16.000.000.- el presupuesto para la habilitación total de las cámaras frigoríficas citadas).

En este mercado funciona la concentración de aves y huevos.

Con respecto a los Mercados restantes, tanto el Sarmiento como

el Roca cuentan con depósitos, dedicándose todos ellos en general, a la comercialización de frutas, verduras, carnes, pescados, huevos, etc.

B. - Mercados Particulares

Entre estos se destacan los que se han dado en llamar " Supermercados ". Los más importantes son:

- Supermercado de Avda. Sarmiento;
- Supermercado "Hogar Feliz";
- Supermercado de Avda. Juan B. Justo;
- Otros menores en construcción.

De los supermercados mencionados, hemos podido precisar que el denominado " Hogar Feliz ", por ejemplo, ubicado en la Calle San Martín al 300, tiene en las inmediaciones de la ciudad quintas propias donde se abastece de frutas, verduras, etc., además de hacerlo también en el Mercado de Abasto. En materia de carne, este Supermercado tiene concertado con el Frigorífico Vallisto un contrato especial de suministro de carne procedente de Santa Fé.

En términos generales, podemos decir que estos comercios venden frutas y verduras en bolsitas de polietileno, al igual que carne, pescado y otros productos similares. También se venden artículos de fiambrería, almacén, tienda, etc., advirtiéndose poca diferencia en relación a los precios usuales de otros vendedores, aunque en calidad se percibe mejor disposición por parte de los Supermercados.

C - Mercados en Construcción

El proyecto más ambicioso, actualmente en construcción, está re presentado por el llamado "Mercado Sur", ubicado entre las calles 9 de Julio y Lavalle.

Ha sido proyectado como un gran monobloque, en cuyos subsue- los, planta baja y entrepiso habrá de funcionar con las mayores comodi- dades el Mercado propiamente dicho, mientras que los pisos superiores se destinarán a casas de departamentos. Se acompañan los planos res- pectivos para una más completa información.

Unicamente podríamos agregar que en estos instantes tiene ya construída la estructura de hormigón (costo original de esta etapa: al- go más de m\$n 8.000.000. -).

Según información de la Dirección de Arquitectura, para terminar completamente la parte destinada al Mercado habría que presupuestar el costo de las obras en unos m\$n 50.000.000. - adicionales, lo que se ve trabado por la seria situación de las finanzas municipales.

D - Comercialización de Aves y Huevos

Analizando la comercialización que se realiza en el Mercado de Abasto diremos que, aproximadamente, la venta de huevos oscila entre 500 y 600 cajones semanales, en forma promedio.

Los productos citados provienen mayormente de la Provincia de Santa Fe (Rafaela, Ceres, Sunchales, granjas vecinas a la zona de Ro- sario, etc.) y también de Entre Ríos. Esta mercadería es consumida en su integridad por la ciudad y sus alrededores, salvo en invierno, en que Tucumán abastece en una proporción cercana al 30% (se comer-

cion en el Mercado en esta época unos 100 a 800 cajones) a las ciudades de Salta, Catamarca y Jujuy, mediante distribuidores que compran en el mismo Mercado de Abasto.

La venta en éste se opera al por mayor y al por menor, siendo preponderante esta última en una relación del 80%.

Un puesto de venta comercializa por semana entre 100 y 120 cajones de huevos durante los meses de Septiembre a Enero. En cambio desde Marzo hasta Agosto la venta crece, oscilando entre 150 y 180 cajones por semana.

Respecto a la venta de aves, diremos que ésta varía entre 30 y 40 jaulas por semana en todo el Mercado, de las cuales un 50% es producción local y el resto proviene, al igual que los huevos, de las Provincias de Santa Fé y Entre Rios.

La explicación de la poca venta de estos productos en el Mercado de Abasto de Tucumán reside en el hecho de que la mayor parte de la comercialización se verifica en el Mercado Norte, ubicado en pleno centro de la ciudad, y a donde acuden, además del público consumidor, todos los hoteles y restaurantes locales.

De acuerdo a estimaciones practicadas por los mismos comerciantes de estos renglones, se calcula que la venta de aves y huevos en el Mercado Norte es diez veces superior a la del Mercado de Abasto, y ésto teniendo en cuenta que el Mercado Norte lamentablemente mantiene paralizadas desde hace algunos años las 12 amplias cámaras frigoríficas

ubicadas en el subsuelo, con cuya habilitación la capacidad comercial de estos artículos perecederos podría verse multiplicada con mayor eficiencia.

E - Pescado

La venta de pescado tiene mayor importancia durante los meses de Abril a Septiembre. Durante estos meses la venta se lleva a cabo en 8 puestos, de los cuales 3 son alquilados a la Municipalidad durante todo el año, y los 5 restantes trabajan en la playa libre, mediante el pago de una tasa diaria, en precarias y muy deficientes condiciones.

Los puestos en esta temporada venden en mayor proporción (algo más del 60%) el pescado de río (surubí, dorado, etc.) y el resto en pescado de mar.

Durante los meses de Octubre a Marzo trabajan el pescado únicamente los 3 puestos permanentes. En el transcurso de este tiempo la venta disminuye considerablemente.

La conservación del pescado se hace en heladeras a hielo, pues el Mercado no dispone de cámaras frigoríficas, a pesar de haberse previsto este aspecto cuando el mismo fue construído, no habiéndose nunca hecho realidad. Esto explica la causa del estancamiento de la venta de pescado dentro del Mercado de Abasto, pues hasta el momento la comercialización se desarrolla en pésimas condiciones.

El pescado de río que se comercializa en el Mercado es enviado mayormente por empresas pesqueras (productoras) del Chaco, y, en

particular de la localidad de Barranqueras que lo remite facturado directamente a los mayoristas. También se recibe pescado de Santa Fe.

Con el pescado de mar no ocurre lo mismo, o sea que no hay una entrega directa del productor al mayorista. El pescado de mar se recibe de Buenos Aires, desde donde lo envía un comerciante mayorista que acopia y revende producción de Mar del Plata.

IV - Venta al Por Mayor y al Por Menor de Alimentos Perecederos.

A - Análisis General del Mercado

En el Mercado de Abasto de Tucumán operan 157 mayoristas de frutas y verduras, que venden aproximadamente 99.000 Tn. en 300 días de venta anuales. Esos mayoristas ocupan 5.104 m². de puestos. El promedio de venta de cada uno de ellos es de 630 Tn., hay por lo menos un mayorista cada 2.000 habitantes, sin tener en cuenta los "pilaristas", quinteros comerciantes y expedidores importantes que no operan en el mercado. Estas últimas características confirman que los mayoristas del Mercado de Tucumán no cumplen una verdadera función como tal, sino que actúan tanto como mayoristas o minoristas, lo que se puede confirmar, observando las operaciones comerciales que practican en el local.

Es interesante notar, que esta característica se observa particularmente en los mercados de ciudades importantes donde hay producción y exportación de frutas y hortalizas hacia otras provincias (Mendoza, San Juan y Tucumán).

Las distintas especialidades observadas en los mayoristas son muy parejas en cantidad; así tenemos:

- 31 papa; ajo; cebolla y zapallo;
- 31 papa; ajo; cebolla con uno o dos productos más;
- 33 papa; ajo; cebolla con frutas y verduras varias;
- 25 verduras o frutas indiscriminadas;
- 37 verduras y frutas conjunta o indiscriminadamente.

Estos datos demuestran con mucha claridad, la falta general de especialización, característica que se suma a la citada de poca fuerza comercial.

Entre las distintas clases de especialidades no se notan variaciones notorias entre los tonelajes comercializados y la superficie disponible. Sin embargo, se puede observar que, proporcionalmente, los comerciantes en verduras comunes disponen de menos espacio que los más especializados en papa y cebolla, lo que por ser contrario a las normas técnicas revela desorganización en el Mercado. (Ver el listado detallado del mercado en el capítulo anterior).

El promedio general de coeficiente de utilización de pisos es de 20 Tn/m²/año, que a pesar de ser algo elevado no hace que el funcionamiento del Mercado pueda ser trabado por falta de espacio.

En su concepción, el Mercado de Tucumán es tipo " Pabellón ". El inconveniente general para este tipo de mercados, es decir, la dificultad para el manipuleo de la mercadería, se ve aumentado por la exis

tencia de un número considerable de comercios minoristas de varias especialidades y permitirse operar a muchos quinteros y " pilaristas " en los pocos espacios de movimiento disponibles en la estructura del Mercado.

Además de los mayoristas con puestos, opera en el Mercado un grupo que carece de ellos, utilizando las galerías centrales, normalmente previstas para facilitar el tránsito de peatones. Se los llama " pilaristas ", por trabajar debajo de los pilares del edificio central. Generalmente las mercaderías que venden las tienen en consignación, de los productores locales que no quieren perder muchas horas en el Mercado. Esta práctica es común también en Córdoba en los playeros fijos y en Rosario con los introductores de menor movimiento. En Tucumán hay 160 pilaristas, que no concurren con regularidad.

Juntamente con los pilaristas y utilizando también galerías y calles internas y externas del Mercado, operan numerosos productores locales.

En estos grupos se hace sentir seriamente la falta de " playa libre " para exposición y venta.

Fuera del Mercado hay varios mayoristas, algunos de los cuales eventualmente son importadores y exportadores importantes, que trabajan en galpones particulares. Fue posible localizar catorce de este tipo dentro de la ciudad, siendo entrevistados la mayoría de los que se encuentran ubicados cerca del Mercado.

En resumen, se puede adelantar que el tonelaje total comercializado, aunque no ha podido ser calculado, debe ser muy superior al consumo y las exportaciones, lo que revela importantes reventas entre los mayoristas. La estimación de lo comercializado por los 157 locatarios mayoristas del Mercado solamente alcanza al consumo local.

B - Análisis de la Encuesta Mayorista

De los 157 locatarios comerciantes, fueron encuestados 53. También lo fueron 21 productores y 12 pilaristas, que operan en playa libre y 8 consignatarios que lo hacen fuera del Mercado, en galpones privados.

Locatarios Comerciantes

En base a las declaraciones de los entrevistados, se pueden destacar tres grupos fundamentales, a saber:

24 con ventas inferiores a 400 toneladas anuales;

26 con ventas de 400 a 1.000 toneladas anuales;

3 con ventas de 1.000 a 2.400 toneladas anuales.

Existen muchas razones para pensar que esas declaraciones fueron voluntariamente reducidas, como ser la propia observación de los entrevistadores, los comentarios recogidos y la comparación con los datos obtenidos por estimación del personal especializado, cuyo resultado coincide globalmente con el probable consumo de la ciudad. Hay también algunas declaraciones que deben ser, por experiencia en el tema, calificadas como erróneas. El máximo declarado es de 2.400 Tn/anua-

les, para un solo mayorista, seguido por otros dos de 1.300 y 1.200 Tn/anuales, respectivamente. No se puede admitir, sobre un muestreo por demás más elevado que el promedio, que no haya más integrantes en el grupo fuerte y declaraciones más altas. Además, el promedio del grupo chico es de 169 Tn/anales, lo que igualmente es inaceptable, como tampoco puede ser que exista un 20% de mayoristas entrevistados con menos de 100 Tn/anales, es decir sólo 350 kilos por día.

En consecuencia, las declaraciones deben ser modificadas en base a las estimaciones directas. Tenemos seguidamente un gráfico que representa la distribución del número de mayoristas clasificados por tonelajes individuales vendidos, partiendo del de mayor tonelaje. Las curvas trazadas en base a las declaraciones de la encuesta y a las estimaciones, presentan características similares, con tres grupos fundamentales, pero con características más reducidas en la curva de declaraciones:

Mayoristas chicos, de 1 a 400 Tn/a. contra 200 a 700 Tn/a.

Mayoristas medianos, de 401 a 1.000 Tn/a. contra 701 a 1.700 Tn/a.

Mayoristas grandes, más de 1.000 Tn/a. contra más de 1.700 Tn/a.

Ahora vamos a analizar a los mayoristas en base a la clasificación siguiente, una vez corregidas las declaraciones:

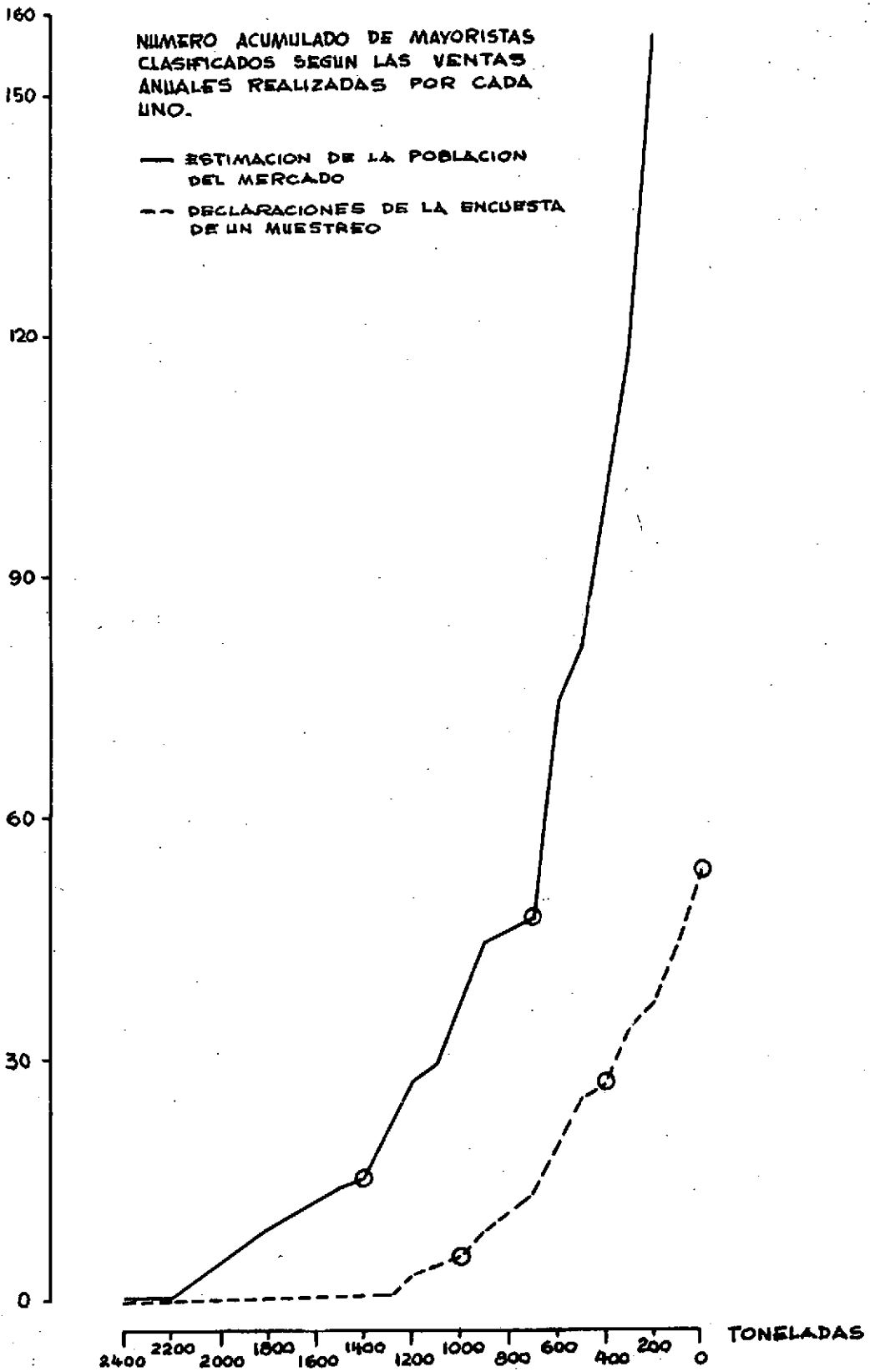
Mayoristas chicos de 1 a 600 Tn/a.

Mayoristas medianos de 601 a 1.200 Tn/a.

Mayoristas grandes de 1.201 a 2.800 Tn/a.

GRAFICO N° 1

NUMERO DE
MAYORISTAS.



Grupo de Mayoristas Chicos

Representan el 45% del total, con promedio de 300 Tn/a. Las variaciones diarias extremas van de 500 a 2,700 kilos. El número de empleados se eleva a dos. Únicamente el 12% recibe vagones completos, con un promedio de 15 Tn/a y el 25% recibe camiones completos y 75 Tn/a. Un 12% realiza expediciones con un promedio de 220 Tn/a.

La superficie utilizada en el Mercado es de 31 m² de promedio, dando un coeficiente de utilización de piso de 10 Tn/m²/año; dos mayoristas tienen puestos externos, con un promedio de 52 m².; un mayorista posee un maduradero de 50 m². El 62% realiza el 65% de sus compras a productores, el 80% efectúa el 88% de sus ventas directamente a minoristas. No se puede hacer ninguna observación característica sobre las especialidades.

Grupo de Mayoristas Medianos

Representan el 49% del total, con un promedio de 875 Tn/a. Las variaciones diarias extremas van de 1 a 7 Tn. El número de empleados se eleva a dos. Únicamente el 25% recibe vagones completos, con un promedio de 17 Tn/a. El 50% recibe camiones completos, con promedio de 115 Tn/a. Uno de los mayoristas realiza expediciones por un total de 400 Tn/a.

El promedio de superficie ocupada en el Mercado es de 46 m², dando un coeficiente de utilización de piso de 19 Tn/m²/año. Cinco de estos mayoristas tienen puestos externos, con un promedio de 165 m².

No hay maduraderos declarados. El 80% hace el 70% de sus compras a productores, mientras que el 88% realiza el 68% de sus ventas directamente a los minoristas. Tampoco en este grupo se pueden hacer observaciones características sobre las especialidades.

Grupo de Mayoristas Fuertes

Representan el 6% del total (3 mayoristas), con un promedio de 2.100 Tn/a. Las variaciones diarias extremas van de 2 a 14 Tn. El número de empleados se eleva a tres. Uno de los mayoristas recibe vagones completos, 20 Tn/a, y 2 camiones completos, 55 Tn/a. Dos realizan expediciones, con un promedio de 1.200 Tn/a.

El promedio de superficie ocupada en el Mercado es de 36 m², dando un coeficiente de utilización de piso de 58 Tn/m²/año. Uno de los mayoristas tiene un puesto externo de 64 m². No hay maduraderos declarados. El 70% hace el 75% de sus compras a productores y el 100% realiza el 60% de sus ventas directamente a minoristas.

Comerciantes Fuera del Mercado

El promedio de venta se eleva a 1.700 Tn/a, con días extremos que van de 4 a 35 Tn. El número de empleados se eleva a cuatro. El 50% de estos mayoristas recibe vagones completos con un promedio de 65 Tn/a y el 90% camiones completos con 115Tn/a. El 90% realiza expediciones, con un promedio de 1.000 Tn/a.

Utilizan locales de 280 m² de superficie promedio. El 30% de clara maduraderos de 105 m² de superficie promedio. El 100% dice

comprar el 75% de los productos directamente al productor y el 70% declara vender el 75% directamente al minorista.

Un 43% vende papa, ajo y cebolla; otro 43% idem, más citrus; un 7% citrus solo y el restante 7% verduras varias.

Pilaristas

Como ya se ha dicho, los pilaristas no son mayoristas que ocupan lugar fijo, ni tampoco participan regularmente en las operaciones del Mercado.

Según las declaraciones de los entrevistados, sin modificaciones, venden un promedio de 115 Tn/a y ocupan una persona, generalmente el dueño. La superficie utilizada generalmente se limita a 12 m². Reciben el 70% de sus mercaderías de productores y el 30% de negociantes, Una parte de la misma es recibida en consignación. El total de las ventas se hace a los minoristas.

Resumen General

Los locatarios, que comercializan 8.000 Tn/a en el grupo chico, 23.000 Tn/a en el grupo mediano y 6.500 Tn/a en el grupo fuerte, hacen un total de 37.500 Tn/a. Esta suma generalizada a todo el Mercado se eleva aproximadamente a 110.000 Tn/a.

Los comerciantes de fuera del Mercado, que declaran 11.500 Tn/a., deben representar para toda la ciudad 23.000 Tn/a.. Los pilaristas, que declaran 1.854 Tn/a. y teniendo en cuenta que no se presentan más que 200 días por año en el Mercado, deben de alcanzar una co

comercialización de 18.000 Tn/a.. Los productores, razonablemente, deben realizar un monto de operaciones equivalente al de los pilaristas.

De todo lo expuesto, surge que se comercializaría alrededor de 170.000 toneladas de frutas y verduras por año en el Mercado de Tucumán. No disponemos de encuesta que permita apreciar el valor de este dato. Sin embargo, tenemos como referencia el resultado de la encuesta de la ciudad de Córdoba, cuya población es el 220% de la de Tucumán, recordando además, que Tucumán juega un papel más importante el cuanto a reexportación.

El Mercado, dijimos, debe comercializar aproximadamente 170.000 Tn/a., de los cuales el 20% corresponde a reventas entre mayoristas, otro 20% a reexportaciones y el resto al consumo de la ciudad.

En conclusión, el Mercado de Abasto de Tucumán es un mercado de zona productora, que cumple también funciones de mercado urbano mixto mayorista - minorista. En realidad las principales operaciones al por mayor se hacen fuera del Mercado o están a cargo de algunos mayoristas del Mercado (40%), que si bien fueron entrevistados, se negaron a contestar con claridad y sinceridad.

Por la existencia de dos proyectos de modernización del Mercado mayorista, elaborados por el Instituto de Arquitectura y Planeamiento, al cual ya nos hemos referido en el capítulo IV, no nos parece oportuno profundizar el tema hasta tanto las autoridades competentes locales

adopten una decisión al respecto. Lo que queda claramente expuesto es la necesidad de modernizar la estructura y buscarle otra ubicación.

Ya se ha dicho que el problema de las exportaciones de productos de la alimentación representa para la ciudad de Tucumán la mayor preocupación. No se ha estudiado en este tomo las estructuras y medidas necesarias para satisfacer las exigencias de este sector, ya que corresponde a una parte posterior del estudio que exige que esté terminado el conocimiento nacional de consumo urbano y de las condiciones regionales de producción de productos alimenticios para el país.

En este posterior trabajo deberán estudiarse dos opciones fundamentales que se ofrecen como solución al problema de las exportaciones. La primera consiste en la creación de un Mercado de expedición, con concentración, almacenamiento, tipificación, comercialización y despacho. Dicha solución exigirá un estudio exhaustivo de su ubicación y de sus estructuras. La segunda corresponde a eliminar toda clase de intermediación física entre la chacra productora y el mayorista comprador de las ciudades de consumo, para limitar la concentración exclusivamente a las operaciones económicas, mediante la concreción de una bolsa de frutas y hortalizas. En este caso, si bien las estructuras no exigen ningún estudio, los que van a necesitarlo serán las organizaciones sindicales y oficiales para la agilización de las operaciones, la mejor seguridad del productor, la honestidad en las transacciones y el libre ejercicio de la oferta y la demanda.

ANEXO

- I - Método para Realizar la Encuesta de Cierre de Ciudad

- II - Generalidades para la Definición Física de un Mercado-Estación

- III - Formularios: a) Cierre de Ciudad; b) Encuesta Mayorista

ANEXO I

Metodo 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 notengan 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 tonelajes 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 comerciantes cada vez que se agotan y este lapso de tiempo depende 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 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 Bloqueada 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 afuera 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.

Tarea de los Agentes de Control

Normas para el Contralor de Vehículos Cargados con Verduras, Frutas, Pescado, Aves y Húevos

Entrada de vehículos

Vehículos con carga para la ciudad de Rosario.

Tarea a cumplir por todos los controles menos el de Arroyo Seco.

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.

1. Llenará el formulario consignando "Entrada en tránsito".
2. Procederá como lo indicado precedentemente en 2.
3. Realizará la operación señalada precedentemente en 3.

Tarea 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 éste.

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 Rosario

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

1. Llenará el formulario consignando "SALIDA".

Tarea a cumplir por los controles de Molino Blanco y Puente Swift.

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

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

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

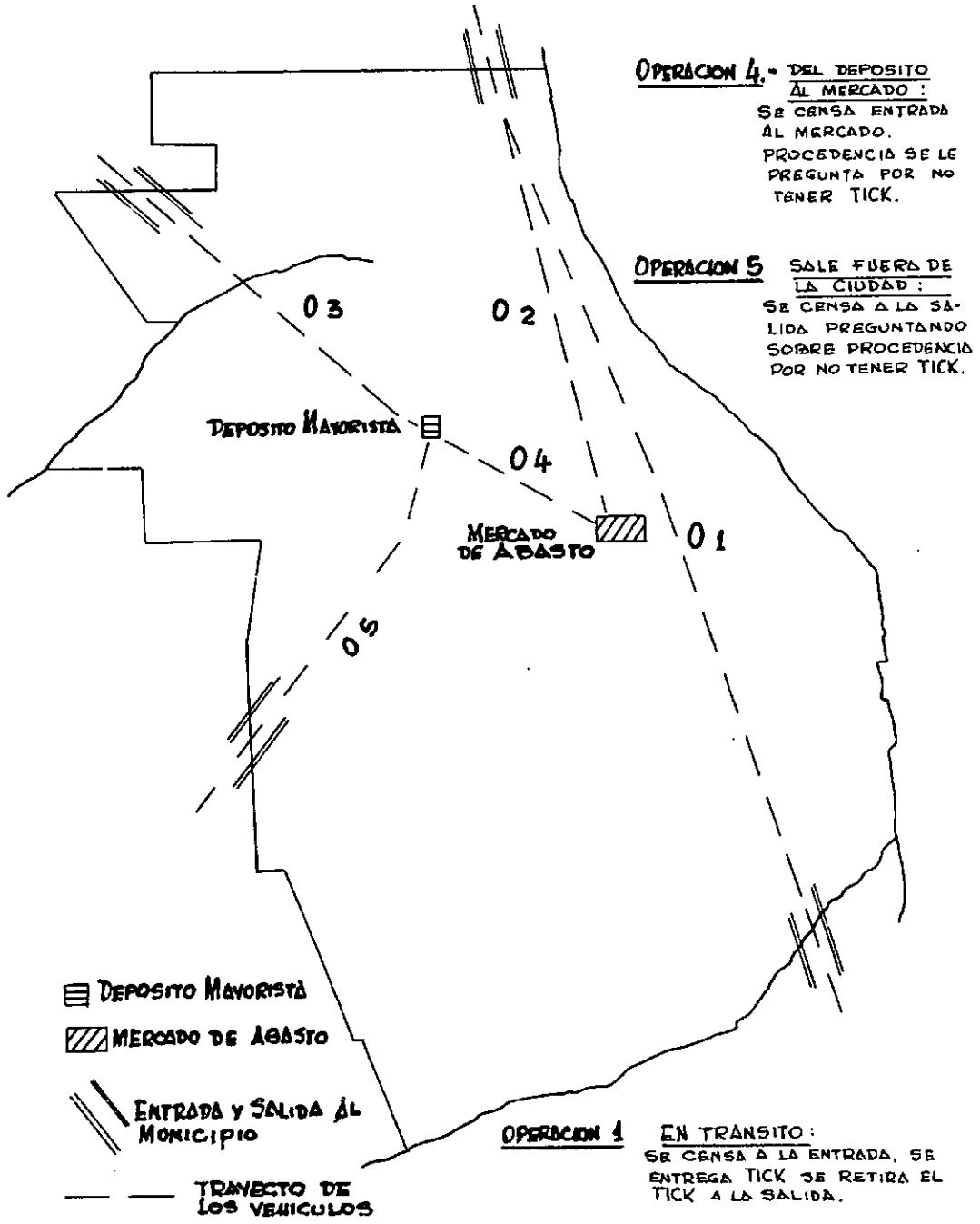
Tarea a cumplir por los controles de Molino Blanco y Puente Swift.

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

Tarea a cumplir por el control de Arroyo Seco.

1. Llenará el formulario consignando "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:
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.

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

01 OPERACION.

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

ANEXO II

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 exige un perfecto conocimiento, al instante de la compra, de toda la oferta y toda la demanda. Esta última es desde luego, mucho más constante y constituye un factor externo al mercado, directamente ligado, al número de consumidores sus gustos y costumbres de compra. Es decir que es un elemento que tanto el mayorista como el minorista, que tienen por lo general una buena experiencia

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

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

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

Como hay necesariamente en la mayoría de los casos, una descarga en los puestos 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 carrito (cada vagoneta con una carga de unos 500 kilos), medio de acarreo el más adaptado porque es el más ágil y flexible.

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

Como este medio humano está constantemente evolucionando, el mercado debe ser lo suficientemente flexible para poder adaptarse a esta evolución, es decir compuesto de superestructuras lo menos especializadas 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 Hanburgo).

- 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, te niendo un largo y un ancho no muy diferentes, y en el cual están agrupa dos todos los mayoristas.

- El Mercado Lineal está compuesto en general de varias construc ciones 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 con secuencia 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 muchos más espacios de carga y descarga frente a

los puestos mayoristas y no hay más problemas en lo concerniente a los ferrocarriles. Pero la oferta es más dispersa y los recorridos de los minoristas más importantes.

Pensamos que finalmente el tipo lineal es el más adaptado a la noción moderna de Mercado. Efectivamente, su sola desventaja, la dispersión de la oferta, es en realidad muy relativa, dado que la puede fácilmente superar por una publicidad bien hecha. Por otra parte, aún sin hablar de 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).

Es el 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 de frutas y hortalizas;
- las calles de circulación;
- las playas de estacionamiento de vehículos;
- las instalaciones de ferrocarriles;
- los andenes de carga y descarga.

Citamos, por otra parte, para recordar, los frigoríficos, los galpones, de mayoristas en pescado y aves y huevos, los edificios de

Administración y el de Intendencia, servicios ligados (agua, bomberos, puesto sanitario, etc.) y las instalaciones de interés general: restaurantes, hoteles, banco, correo, estación de servicios, etc.

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

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 un puesto de 4m. de largo (mayorista mediano, comercializando alrededor de 5 toneladas por día) una exposición 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 del 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 a preveer el estacionamiento de los camiones al lado de la vereda de exposición. Si bien es cierto que el aprovisionamiento y el desaprovisionamiento tiene que hacerse no simultáneamente como lo expondremos más adelante, esta disposición impide la posibilidad de llegada de los camiones de los compradores que efectúan compras importantes al puesto mayorista, dado que esto molestaría a los peatones.

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

En cuanto a la dimensión mínima de un puesto en el sentido longitudinal del galpón, tendríamos que fijarlo de tal manera que corresponda a la superficie necesaria al mayorista mediano. Por 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 un largo múltiple.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Cifras que hay que multiplicar por el coeficiente:

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

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

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

o sea:

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

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

lizado:

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 un m2. cada:

$$34,7 \times \frac{1}{5} + 26,6 \times \frac{3}{5} + 8,33 \times \frac{1}{5} = 24,6 \text{ Tn/m2.}$$

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

$$34,7 \times \frac{2}{10} + 26,6 \times \frac{25}{100} + 8,33 \times \frac{55}{100} = 18 \text{ Tn/m2.}$$

Calles de Circulación

Calle comercial

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

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

Calle de descarga

Esta calle está ubicada del lado del andén de descarga. Debe ser lo suficientemente ancha como para permitir a un camión simple de gran tamaño estacionar perpendicularmente en el andén (12 mts.) y que permita la circulación fácil de dos filas de camiones, en el mismo sentido (7 mts.) o sea, si se agrupa los galpones dos por dos, un ancho de $12 \times 2 + 38 = 40$ mts., y si se considera el galpón aislado con

una calle para 2 x 2 filas camiones, con un ancho de:

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

Calle de circulación.

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

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 del 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 cargar o descargar camiones en caso de reexpedición fuera del mercado sin permanencia de la mercadería en los puestos.

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

Otras Indicaciones:

Playa libre:

En cada mercado, hay que preveer una "playa libre" en donde los chacareros puedan vender directamente su mercadería al minorista sin pasar por un mayorista. La superficie de dicha playa puede ser calculada

suponiendo que los chacareros comercializan directamente la mitad de la producción del "cinturón verde" correspondiente a la ciudad estudiada, tomando un promedio de 10 Toneladas de producción por hectárea y eligiendo por cada "puesto chacarero" una superficie de 35 m². (estacionamiento de vehículo del interesado y exposición de una parte de la mercadería), sobre el cual suponemos un promedio de comercialización de 20 Tn/m². por año.

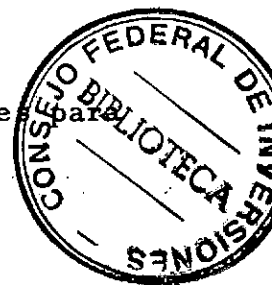
Hay interés en ubicar esta playa en el corazón mismo del mercado para lograr una mejor competencia entre productos vendidos por mayoristas y productos vendidos por productores. Los puestos "chacareros" por supuesto no son individualizados.

Clasificación del embalaje.

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

Galpones de aves y huevos, pescado - Frigorífico

Es interesante preveer también, en el Mercado galpones



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

Oficina mayoristas

En los galpones mayoristas conviene proveer, 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

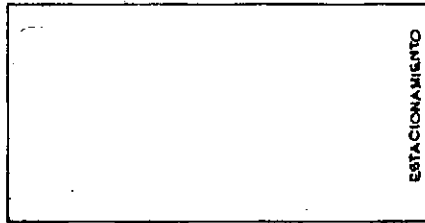
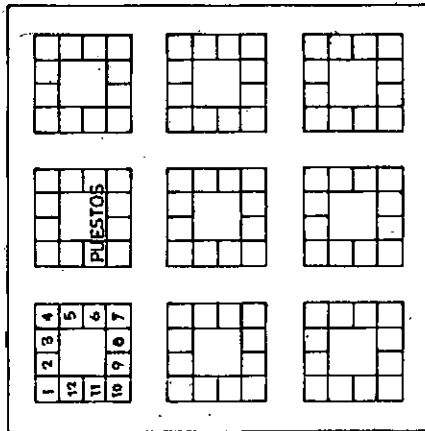
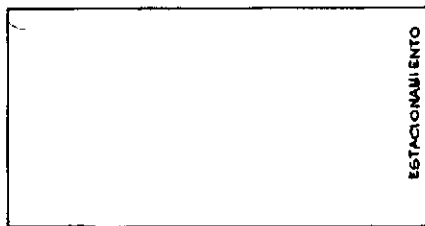
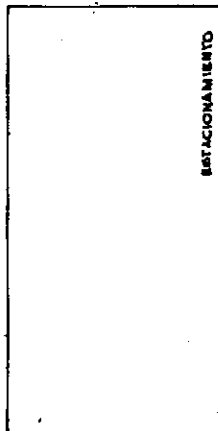
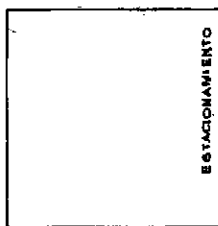
Como ya lo hemos dicho al comenzar, la función comercial del Mercado, presupone que sea perfectamente conocida la oferta, y que no sea variable. Esto trae como consecuencia que:

- 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 va-

mos a indicar a continuación puede servir de base a las discusiones:

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

ESQUEMA TIPO A



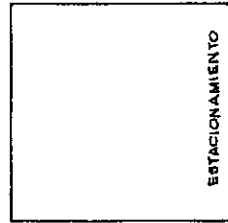
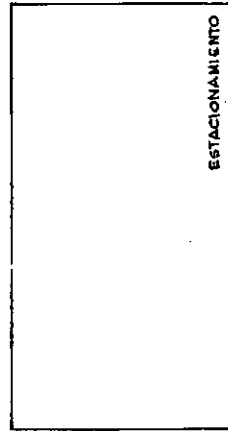
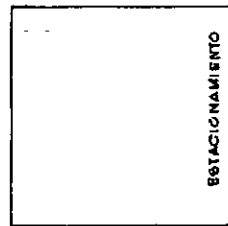
MERCADO TIPO PABELLON

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

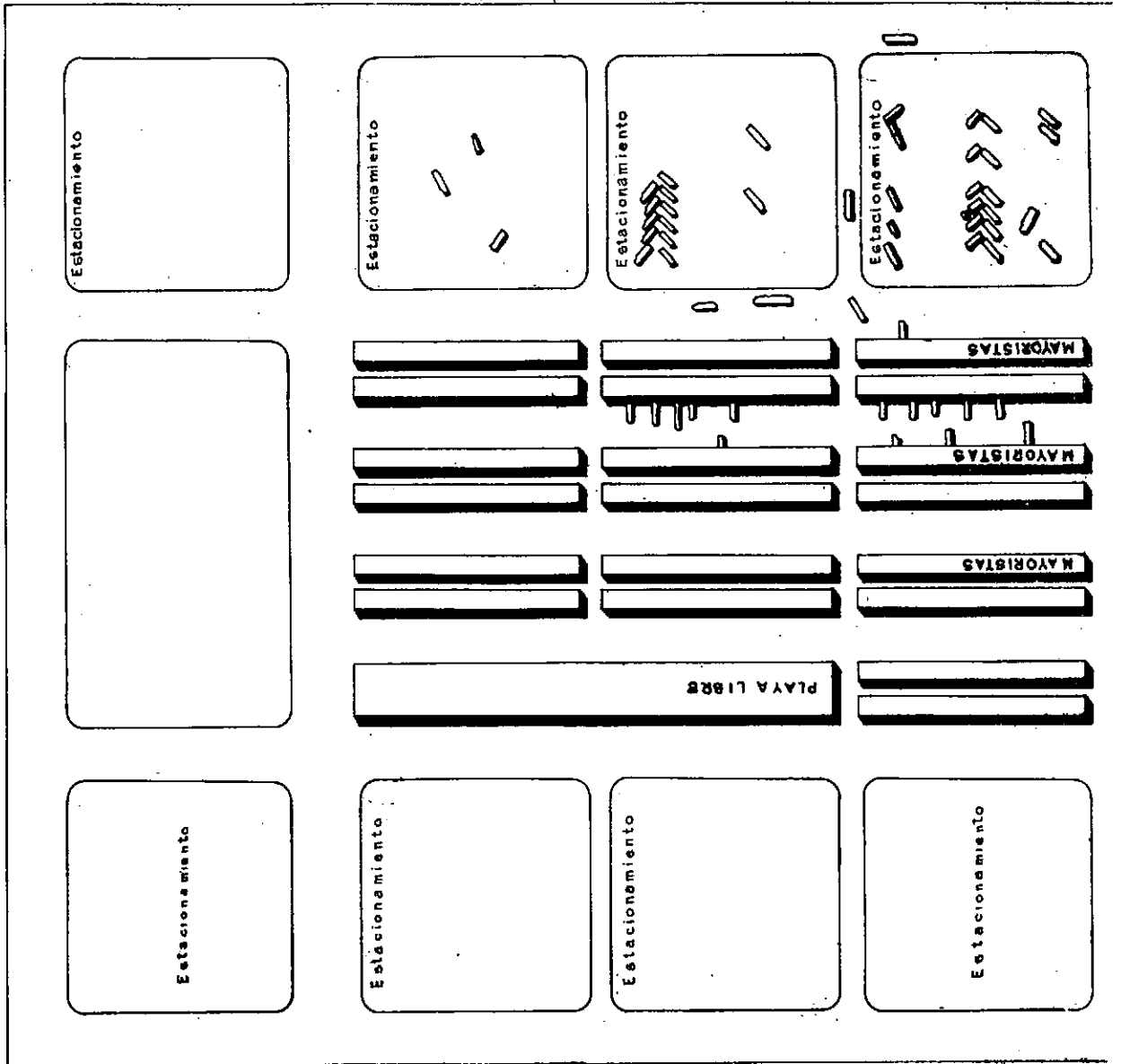
Estudio de la:

COMERCIALIZACION DE LOS PRODUCTOS PARA LA ALIMENTACION

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



ESQUEMA TIPO B



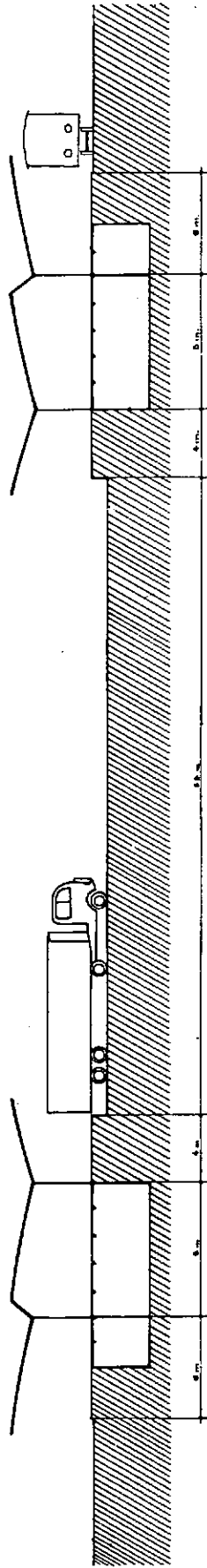
MERCADO TIPO LINEAL

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

Estudio de la:

COMERCIALIZACION DE LOS PRODUCTOS PARA LA ALIMENTACION

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



CORTE ESQUEMATICO DE UN GALPON PARA MAYORISTAS

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

Estudio de la:

**COMERCIALIZACION DE LOS PRODUCTOS
PARA LA ALIMENTACION**

ESQUEMA

PRIMERA ETAPA : Analisis

ANEXO A LA ENCUESTA MAYORISTA

formulario utilizado

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

ESTUDIO DE LA COMERCIALIZACION DE LOS PRODUCTOS DE LA ALIMENTACION

ENCUESTA SOBRE EL COMERCIO MAYORISTA
DE FRUTAS Y HORTALIZAS

GUESTIONARIO:

Capítulo 0 . Designación de la Empresa.

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

O. DESIGNACION DE LA EMPRESA

00. Razón social o Nombre y apellido

.....

01. Carácter orgánico

1. Productor independiente.

2. Asociación cooperativa.

3. Comerciante.

4. Consignatario.

5. Revendedor.

6. Otro.

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

02. Carácter jurídico

1. Individual

2. S.R.L.

3. S.A.

4. S. en comandita por acciones.

5. S. Cooperativas.

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

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

Nacional

Municipal

04. Lugares de actividad

	<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 <u>Origen Comercial de la mercadería</u>							
A que categoría de vendedor está mas acostumbrado a dirigirse el mayorista?							
	<table border="1"> <tr> <td>poce</td> <td>bastante</td> <td>mucho</td> </tr> </table>	poce	bastante	mucho			
poce	bastante	mucho					
Directamente al productor	<table border="1"> <tr> <td>x</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Cuales productos particularmente</td> <td colspan="2"></td> </tr> </table>	x			Cuales productos particularmente		
x							
Cuales productos particularmente							
A acopiador de producción	<table border="1"> <tr> <td>x</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Cuales productos particularmente</td> <td colspan="2"></td> </tr> </table>	x			Cuales productos particularmente		
x							
Cuales productos particularmente							
A comisionistas que representan los productores en la zona	<table border="1"> <tr> <td>x</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Cuales productos particularmente</td> <td colspan="2"></td> </tr> </table>	x			Cuales productos particularmente		
x							
Cuales productos particularmente							
A comisionistas que representan los productores en el centro de consumo	<table border="1"> <tr> <td>x</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Cuales productos particularmente</td> <td colspan="2"></td> </tr> </table>	x			Cuales productos particularmente		
x							
Cuales productos particularmente							
A negociantes especializados del centro consumidor	<table border="1"> <tr> <td>x</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Cuales productos particularmente</td> <td colspan="2"></td> </tr> </table>	x			Cuales productos particularmente		
x							
Cuales productos particularmente							

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

13. Tipo de envase utilizado para los productos

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

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

2. Tipo de transporte utilizado

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

100 %

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

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

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

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

230. Número y tipo de los elementos

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

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

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

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

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

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

4. Compradores y Distribuidores.

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

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

411. A cargo del comprador (medios propios).	%
412. Por transportistas	%
	100 %

42. Expedición al interior

(Debe considerarse exclusivamente toda remisión con excepción de las comunes que integran al Gran Buenos Aires).

	desde el mercado	desde lo- cales ex- ternos.
420. Tonelaje remitido en el año 1962		
4200 por ferrocarril
4201 por camión
4202 por barco
421. Número de vapores completos remitidos en el año 1962
422. Número de camiones completos remitidos en el año 1962

5. Vehículos utilizados para el transporte por la empresa.

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

51. Utilización de transportes ajenos
a la empresa.

SI No

6. Telecomunicaciones 61. Teléfono

610. Número total de líneas utilizadas

611. Número de líneas consideradas neces-
arias

62. Telex

SI No

Observaciones.



Fecha y Firma Aclarada

CUADRO Nro. 10

(continuación)

VERDURAS Y FRUTAS	1 9 6 2												1 9 6 3																								
	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII													
Acelga	Kg. 8.00	8.40	6.60	8.18	5.62	10.50	7.38	6.25	5.00	5.64	8.40	8.62	8.21	8.00	8.00	6.17	5.40	4.86	7.19	4.64	6.87	8.83	10.40	12.86	9.67	10.50	11.62	9.75	7.57	8.87	7.19	4.64	6.87	8.83	10.40	12.86	
Alf. Mercurio (pitorno)	" 14.00	15.50	13.40	20.03	19.50	24.00	37.00	53.75	30.00	11.19	8.72	11.34	11.80	13.20	14.28	25.20	18.50	19.86	33.50	37.17	36.83	35.00	29.14	16.25	14.00	23.67	23.75	24.40	24.00	18.86	33.50	37.17	36.83	35.00	29.14	16.25	
Atraja	" 12.60	13.10	12.10	11.37	10.75	23.33	16.67	7.50	10.00	12.00	11.43	13.43	14.50	10.57	12.00	11.44	13.50	16.85	19.81	15.14	9.44	14.11	16.60	19.31	13.50	14.08	15.71	12.50	14.86	16.50	19.81	15.14	9.44	14.11	16.60	19.31	
Berenjena	" 16.80	12.20	11.40	10.00	11.33	27.00	27.00	26.00	20.62	18.60	11.93	11.60	11.60	9.75	12.16	11.87	15.60	16.00	60.00	40.00	25.50	17.60	17.83	10.80	11.00	11.00	15.25	16.17	17.50	17.50	60.00	40.00	25.50	17.60	17.83		
Cebolla	" 4.40	5.10	8.60	8.12	8.00	6.50	7.44	6.50	6.50	5.69	6.86	7.00	7.00	8.43	8.63	8.67	8.50	10.00	14.12	15.25	15.78	11.22	7.83	10.50	7.80	8.00	9.33	9.50	13.28	13.94	14.12	15.25	15.78	11.22	7.83	10.50	
Coliflor	" 6.00	5.40	7.00	6.30	6.80	7.00	5.71	6.00	5.42	5.75	7.50	7.70	7.25	10.30	8.00	6.80	7.25	5.30	6.20	5.83	9.71	7.33	10.00	8.50	6.00	6.75	11.00	10.00	10.00	8.83	6.20	5.83	9.71	10.00	7.33	8.50	
Espinaca	" 10.00	7.00	7.00	4.50	4.50	4.50	10.86	5.00	2.75	3.00	7.50	7.50	8.32	5.97	7.00	5.33	6.50	7.14	7.50	8.50	9.11	14.62	18.00	19.44	15.50	14.67	11.88	13.25	9.71	10.37	7.50	8.50	9.11	11.62	18.00	19.44	
Lechuga	" 8.40	7.40	5.40	6.60	5.75	7.75	6.67	2.62	2.59	13.00	13.92	9.37	6.50	7.28	7.75	6.33	5.17	3.44	5.75	5.12	9.55	8.50	9.30	9.00	10.12	9.00	11.12	12.00	10.14	7.50	5.75	5.12	9.55	8.50	9.30	9.00	
Repollo	" 6.00	5.00	5.70	6.62	5.00	5.25	5.55	5.50	6.22	6.36	8.33	6.07	6.50	7.28	7.75	6.33	5.17	3.44	5.75	5.12	9.55	8.50	9.30	9.00	10.12	9.00	11.12	12.00	10.14	7.50	5.75	5.12	9.55	8.50	9.30	9.00	
Tomate	" 13.50	10.00	12.70	11.00	15.50	15.00	26.67	14.37	14.00	6.12	4.56	8.55	10.44	14.05	16.96	14.86	12.14	12.12	14.25	15.14	45.00	15.22	12.70	6.83	11.75	12.50	23.71	17.87	14.14	14.50	14.25	15.14	45.00	15.22	12.70	6.83	
Zanahoria	" 7.10	7.10	8.30	6.42	5.75	8.37	7.22	8.18	8.18	14.28	8.36	11.32	7.36	8.33	8.25	9.40	11.08	6.71	9.62	8.00	11.55	12.21	11.60	14.11	16.17	18.80	19.21	18.37	14.43	13.00	9.62	8.00	11.55	12.21	11.60	14.11	
Zapallo	" 10.00	7.20	5.00	11.83	13.43	8.00	35.00	10.00	11.42	13.25	12.28	10.50	11.60	11.70	8.75	8.33	18.40	11.23	17.80	14.00	26.00	13.78	12.30	9.83	9.75	13.67	20.67	17.14	11.75	13.00	17.80	14.00	26.00	13.78	12.30	9.83	
Papa	" 5.70	5.80	8.00	6.56	6.62	6.12	7.22	7.00	13.00	5.90	6.86	7.62	7.28	8.50	8.33	8.00	7.92	9.43	9.50	10.43	10.80	11.00	10.00	10.94	9.67	8.17	8.86	17.75	9.43	8.87	9.50	10.43	10.80	11.00	10.00	10.94	
Batata	" 3.10	3.20	3.10	2.87	3.00	2.75	2.94	2.87	3.56	3.47	6.08	7.28	10.14	8.78	9.17	8.78	9.67	10.00	17.87	23.12	28.78	11.67	11.90	15.14	12.40	12.50	12.12	11.37	12.57	12.37	17.87	23.12	28.78	17.67	11.90	15.14	
Banana	" 4.70	4.40	3.10	3.78	3.06	3.12	3.22	3.75	3.49	3.87	3.50	3.75	6.33	5.17	6.14	4.58	4.08	4.57	6.19	12.25	24.20	17.20	20.00	16.50	16.50	12.83	8.19	6.81	6.00	7.19	6.19	12.25	24.20	17.20	20.00		
Dec24.20	24.90	21.30	21.71	18.12	15.37	15.89	19.16	23.20	26.21	25.18	21.62	24.62	23.27	26.55	23.71	17.86	21.57	21.83	18.14	25.20	26.67	32.55	38.50	30.10	30.10	30.00	30.36	32.67	28.00	25.28	21.83	18.14	25.20	26.67	32.55	38.50	
Citruela	23.00	20.40	17.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	29.00	26.40	23.69	24.43	24.43	23.00	22.75	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	18.25	21.67	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	
Durazno	23.60	20.00	17.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	27.12	26.12	26.12	26.12	26.12	28.14	28.80	26.50	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	23.50	24.20	15.00	15.00	22.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	
Mandarina	8.30	7.44	6.50	5.37	5.71	5.00	5.00	5.00	11.00	8.00	9.40	12.67	8.00	9.40	12.67	8.00	9.40	12.67	8.00	9.40	12.67	8.00	9.40	12.67	23.50	24.20	15.00	15.00	22.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	
Naranja	12.60	11.87	9.25	9.00	9.55	8.67	11.00	11.99	14.57	16.08	15.50	12.00	15.50	12.00	20.00	14.67	10.60	10.57	22.57	8.71	14.50	16.62	27.67	32.20	18.00	25.00	15.50	17.50	14.00	25.57	8.71	14.50	16.62	27.67	32.20		
Manzana	22.60	12.10	14.90	17.62	17.00	18.37	16.44	17.00	20.67	19.84	20.42	19.37	20.52	16.90	18.19	17.14	19.00	19.28	18.57	20.03	22.75	23.87	30.44	36.50	23.83	17.33	23.57	22.87	23.71	24.75	18.57	20.01	22.57	23.87	30.44	36.50	
Uva	21.50	14.70	13.20	19.33	19.57	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	22.17	18.33	16.71	18.12	23.40	25.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	17.83	16.83	15.42	19.25	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	
PESCADOS																																					
Dorado	43.33	45.00	40.00	50.00	48.33	48.00	50.00	48.00	50.00	50.00	50.00	50.00	55.00	55.00	55.00	56.67	56.67	57.50	54.00	52.50	55.00	45.00	47.50	46.67	46.67	56.67	50.00	50.00	50.00	56.67	57.50	54.00	52.50	55.00	45.00	47.50	
Santiago	15.00	20.00	32.50	20.00	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	53.33	53.33	53.33	31.67	22.50	25.00	25.00	25.00	25.00	25.00	25.00	25.00	25.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	
Surebi	43.33	45.00	46.52	50.00	48.33	47.50	30.46	48.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	55.00	55.00	56.00	57.50	58.00	60.00	52.50	57.50	56.00	45.00	47.50	47.50	52.50	57.50	55.00	57.50	50.00	57.50	50.00	52.50	57.50	56.00	45.00	47.50
Sábalo	32.50	29.25	26.00	28.00	27.50	28.00	25.00	25.00	25.00	25.00	25.00	25.00	30.00	30.00	30.00	31.00	31.00	31.00	31.00	31.00	30.00	30.00	30.00	30.00	28.33	28.33	39.33	39.33	31.67	31.50	20.00	30.00	30.00	30.00	30.00		

INDICE DE CUADROS

<u>Nro.</u>	<u>Página</u>
1 - Transferencia de población del Departamento a la Ciudad Capital. Evolución.	37
2 - Departamento Capital. Población, nacimientos, matrimonios, defunciones y crecimiento vegetativo. Evolución.	39
3 - Población y su densidad por hectárea, según radios del Censo Nacional de 1960.	42
4 - Cantidad de plantas existentes por Departamento. 1960.	48
5 - Hectáreas cultivadas de cada producto en toda la Provincia.	51
6 - Producción hortícola y frutal clasificada por Departamentos.	61
7 - Hectáreas cultivadas por Departamento en la temporada 1960-61. (cifras absolutas).	63
8 - Idem. Porcentajes.	65
9 - Firmas arrendatarias de puestos en el Mercado de Abasto, con discriminación de operaciones que cumplen, número y superficie de los puestos que ocupan, productos que comercializan y estimación en kilogramos de venta diaria.	76
10 - Precios por menor. Evolución de los precios promedios de verduras, hortalizas, frutas y pescados (promedios mensuales). Años 1958-1963.	161/163

INDICE DE MAPAS

1 - Municipio de San Miguel de Tucumán.	9
2 - Ciudad de San Miguel de Tucumán. Situación dentro de la Provincia.	13
3 - Altimetría del Municipio. Plano con curvas de nivel.	17
4 - Municipio de San Miguel de Tucumán. Comunicaciones viales y ferroviarias.	21
5 - Municipio de San Miguel de Tucumán. Intensidad del tránsito.	25
6 - Municipio de San Miguel de Tucumán. Barrios.	29
7 - Municipio de San Miguel de Tucumán. Evolución urbana.	35
8 - Municipio de San Miguel de Tucumán. Densidad demográfica.	45
9 - Superficie cultivada por Departamento en la temporada 1961-1962.	67
10 - Municipio de San Miguel de Tucumán. Ubicación del Mercado de Abasto, Depósitos Mayoristas, Mercados de Venta al por menor, Supermercados y Ferias francas.	103
11 - Diagrama de un cierre de ciudad y de mercados.	131

Nro.

Página

INDICE DE PLANOS

1 - Mercado de Abasto. 1963.	73
2 - Mercado tipo pabellón. Esquema tipo A.	149
3 - Mercado tipo lineal. Esquema tipo B.	151
4 - Corte esquemático de un galpón para mayoristas.	153
5 - Axonometría de depósitos para mayoristas.	155

INDICE DE FOTOGRAFIAS

1 - Mercado de Abasto Municipal. Calle interior sobre el sector oeste.	95
2 - Mercado de Abasto Municipal. Vista exterior.	97
3 - Mercado de Abasto Municipal. Calle interior sobre sector este.	99

INDICE DE GRAFICOS

1 - Número acumulado de mayoristas, clasificados según las ventas anuales realizadas por cada uno.	115
--	-----

INDICE DE ANEXOS

I. Método para realizar la encuesta de "cierre de ciudad".	125
II. Generalidades para definición física de un mercado-estación.	133
III. Formularios.	
a) Cierre de ciudad.	157
b) Encuesta mayorista.	159



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

06007 fis

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

CATALOGADO



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

ANALISIS

SEGUNDA PARTE

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

TOMO 19

CIUDAD DE TUCUMAN

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 Cooperación Técnica del Gobierno Francés.

INDICE GENERAL

DEL TOMO 19

Página

CAPITULO I

INTRODUCCION

I.	Objeto del Estudio, Metodología Empleada.	1
II.	Organismos que Colaboraron en el Trabajo.	5
III.	Fuentes de Información.	5

CAPITULO II

TERRITORIO

I.	Ciudad de San Miguel de Tucumán.	7
	A - Plano del Municipio.	7
	B - Departamentos y Principales Ciudades de la Provincia. Vías de Comunicación.	11
	C - Altimetría del Municipio. Plano con Curvas de Nivel.	15
II.	Comunicaciones Viales y Ferroviarias. Caminos y Ferrocarriles con Señalamiento de las Rutas de Acceso a la Ciudad y Ferrocarriles.	19
III.	Movimiento e Intensidad del Tránsito dentro del Municipio.	23
IV.	La Ciudad: Zona Céntrica y Barrios.	27
V.	Evolución del Crecimiento de la Ciudad.	31

CAPITULO III

POBLACION

I.	Evolución de la Población y su Proyección para el Año 1970.	37
II.	Densidad Demográfica.	42

CAPITULO IV

PRODUCCION

I.	Importancia de Tucumán y su Zona de Influencia en el Abastecimiento de la Ciudad y otros Centros Urbanos.	47
----	---	----

A - Localización de la Producción Hortícola y Frutal por Departamentos, en Porcientos del Total Provincial.	47
1 - Caña de azúcar.	47
2 - Citricultura.	48
3 - Horticultura.	49
3.1. - Hortalizas de primicia.	49
3.1.1. - Tomate.	52
3.1.2. - Papa.	54
3.1.3. - Poroto para chaucha.	56
3.1.4. - Lechuga.	57
3.1.5. - Batata.	57
3.1.6. - Pimiento.	57
3.2. - Hortalizas para consumo como grano seco.	58
3.2.1. - Arveja.	58
3.2.2. - Garbanzo.	59
3.3. - Lechuga para semilla.	59
3.4. - Hortalizas de estación.	59

CAPITULO V

COMERCIALIZACION

I.	Mercado de Abasto Municipal.	69
	A - Descripción.	69
	B - Características del Mercado de Abasto actual.	71
	C - Proyecto de Ampliación del Mercado.	71
	D - Proyecto del Instituto de Arquitectura y Planeamiento.	72
II.	Comercios Mayoristas Ubicados dentro de la Ciudad.	101
III.	Venta al Por Menor de Alimentos Perecederos.	105
	A - Mercados Municipales.	105
	B - Mercados Particulares.	106
	C - Mercados en Construcción.	107
	D - Comercialización de Aves y Huevos.	107
	E - Pescado.	109
IV.	Venta al Por Mayor y al Por Menor de Alimentos Perecederos.	110
	A - Análisis General del Mercado	110
	B - Análisis de la Encuesta Mayorista.	113
	INDICE DE CUADROS.	165
	INDICE DE MAPAS.	165
	INDICE DE PLANOS.	166
	INDICE DE FOTOGRAFIAS.	166
	INDICE DE GRAFICOS.	166
	INDICE DE ANEXOS.	166

CAPITULO I

INTRODUCCION

I - Objeto del Estudio. Metodología Empleada

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

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

Existen varias formas de llegar al conocimiento del consumo total anual de una ciudad determinada. Una de ellas es la de realizar un muestreo en base a encuestas directas a familias de consumidores. Sin embargo, ello no estaba al alcance de las posibilidades, tanto materiales como humanas, que teníamos a nuestro alcance. Debe pensarse que nuestro trabajo com -

prende a once ciudades, en todos los casos con una población que supera las 25.000 familias. Una encuesta que cubra los mínimos requisitos técnicos para poder considerarla un "muestreo" satisfactorio, hubiese exigido interrogar en cada ciudad a un número de familias que varía entre 2.500 y 5.000.

Se decidió entonces hacer un "cierre de ciudad", es decir registrar durante un cierto período las entradas y salidas de mercaderías de la ciudad considerada, ubicando puestos de control en los caminos de acceso a la misma para certificar la naturaleza, peso, origen y destino de la carga transportada.

Debido a ciertos problemas existentes en la ciudad, que llegaron hasta crear un conflicto entre las autoridades y las fuerzas vivas de los distintos sectores que participan en la realización del abastecimiento local, nos fue imposible llevar a la práctica la realización de dicha encuesta. Se adjunta en el anexo de este estudio la metodología recomendada para la realización de la misma.

En lo que concierne al consumo, por las características de la población que no guarda similitud con las de las otras grandes ciudades del país, para llegar al conocimiento estratificado de las dietas locales, pensamos que en una etapa ulterior será necesario realizar una encuesta de consumo o de canasta familiar.

Esas dos encuestas, sin representar una duplicación del trabajo, se complementarían para llegar al conocimiento exacto de un problema particularmente complejo en la ciudad de Tucumán.

Otro aspecto fundamental desarrollado en nuestro trabajo es el estudio de la situación física y humana de la ciudad. Esta parte incluye a todas las estructuras que participan en el urbanismo, tales como caminos, vías férreas, edificaciones, población, etc. La evolución histórica, como también los factores actuales que incidirán 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 que se debe prever en la evolución humana de la ciudad. El detalle de la dieta y las exigencias de los consumidores están indirectamente vinculados al desarrollo económico y al nivel social de la población. En fin, la forma en la cual se debe distribuir los alimentos depende directamente de la forma de vida de los habitantes, y más particularmente, de los horarios y lugares donde concurre cotidianamente.

En el estudio de la ciudad de Tucumán, la parte correspondiente a la producción de la propia ciudad ha sido desarrollada en forma particular debido a su importancia nacional. La ubicación geográfica de los lugares importantes en las cercanías de la ciudad y las condiciones agro-económicas de la producción, hacen imposible destacar un cinturón verde para la ciudad. Por esa razón, se ha estudiado toda la producción del Valle, la que de todas maneras interesa, directamente para el consumo e indirectamente para el comercio, a la economía de la Ciudad. Ade-

más, en el estudio de la comercialización de los productos de la alimentación tiene igual importancia para la ciudad el problema de las exportaciones hacia otras provincias que el abastecimiento del conglomerado urbano.

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

En razón de la poca disponibilidad de personal, la comercialización minorista no fue analizada.

El estudio de la comercialización mayorista se hizo sobre la base de una encuesta que abarcó a poco menos del 50% de los comerciantes. El formulario de encuesta que se adjunta en el Anexo sirvió de base para los requerimientos del encuestador.

En definitiva, consideramos que se ha realizado un análisis coherente que permitirá encarar el estudio del proyecto de un nuevo mercado. El mismo en la ciudad de Tucumán se hace necesario por la ubicación céntrica del edificio actual y por la falta de espacio que obliga a un número considerable de comerciantes a operar en los locales aislados, incidiendo este hecho negativamente en la operatividad de las transacciones comerciales.

En este trabajo no se hizo ningún estudio preliminar sobre el proyecto de un nuevo mercado, debido a la falta de idea con respecto al mismo, en el momento en que se realizaba este estudio, por parte de la

Intendencia Municipal. En esta materia es muy difícil tomar una posición, si no se tienen los elementos de juicio oficiales y privados.

Por lo expuesto, esta presentación se limitará a presentar los elementos técnicos necesarios para encarar tal proyecto y un memorandum de generalidades sobre la técnica de proyección de un mercado moderno.

II - Organismos que Colaboraron en el Trabajo

Es dable señalar la importante colaboración de organismos oficiales y privados que ofrecieron en todo momento su valioso y desinteresado aporte. Entre ellos corresponde citar, aunque pueda incurrirse en involuntarias omisiones, a los siguientes:

- Dirección de Abastecimiento de la Municipalidad;
- Instituto de Arquitectura y Planeamiento de la Universidad;
- Centro de Productores y Distribución de Frutas, Hortalizas y Anexos.
- Asociación de Productores de Frutas, Hortalizas y Afines.

III - Fuentes de Información

Se contó con los siguientes elementos de información:

Estadísticos:

- De producción: por zona de producción y por producto;
- De transporte ferroviario: por producto, líneas y estaciones;

- De movimiento de mercadería de mercados. (Debe considerarse que estos datos fueron casi siempre incompleto);
- De consumo: por mes y por producto, para una familia obrera de Buenos Aires en 1960.

Trabajos publicados:

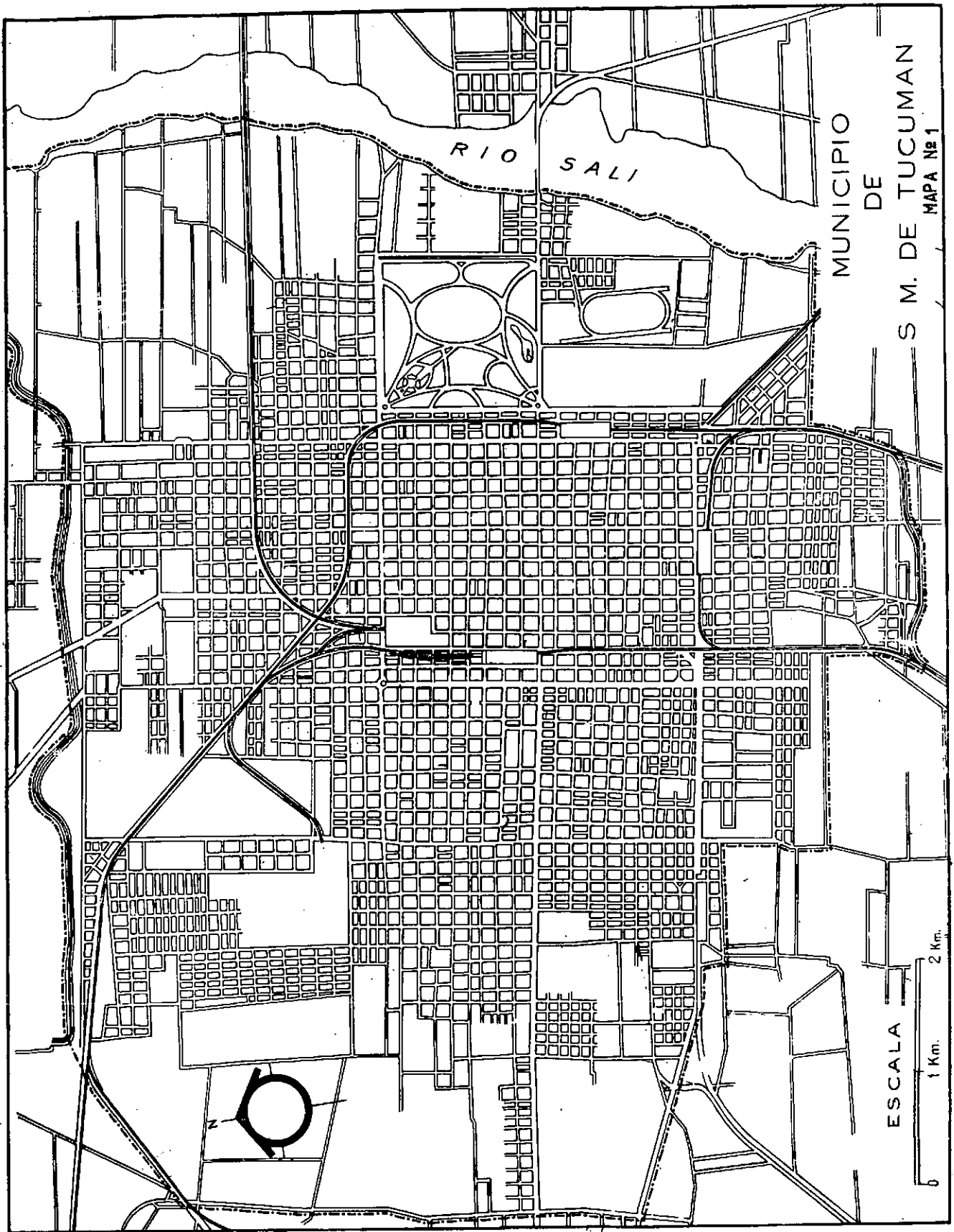
- "Estudio preliminar de la comercialización de los productos de la alimentación para la Capital Federal y el Gran Buenos Aires", C.F.I., 1960;
- Primera y Segunda parte del presente trabajo.

CAPITULO II

TERRITORIO

I - CIUDAD DE SAN MIGUEL DE TUCUMAN

A) Plano del Municipio



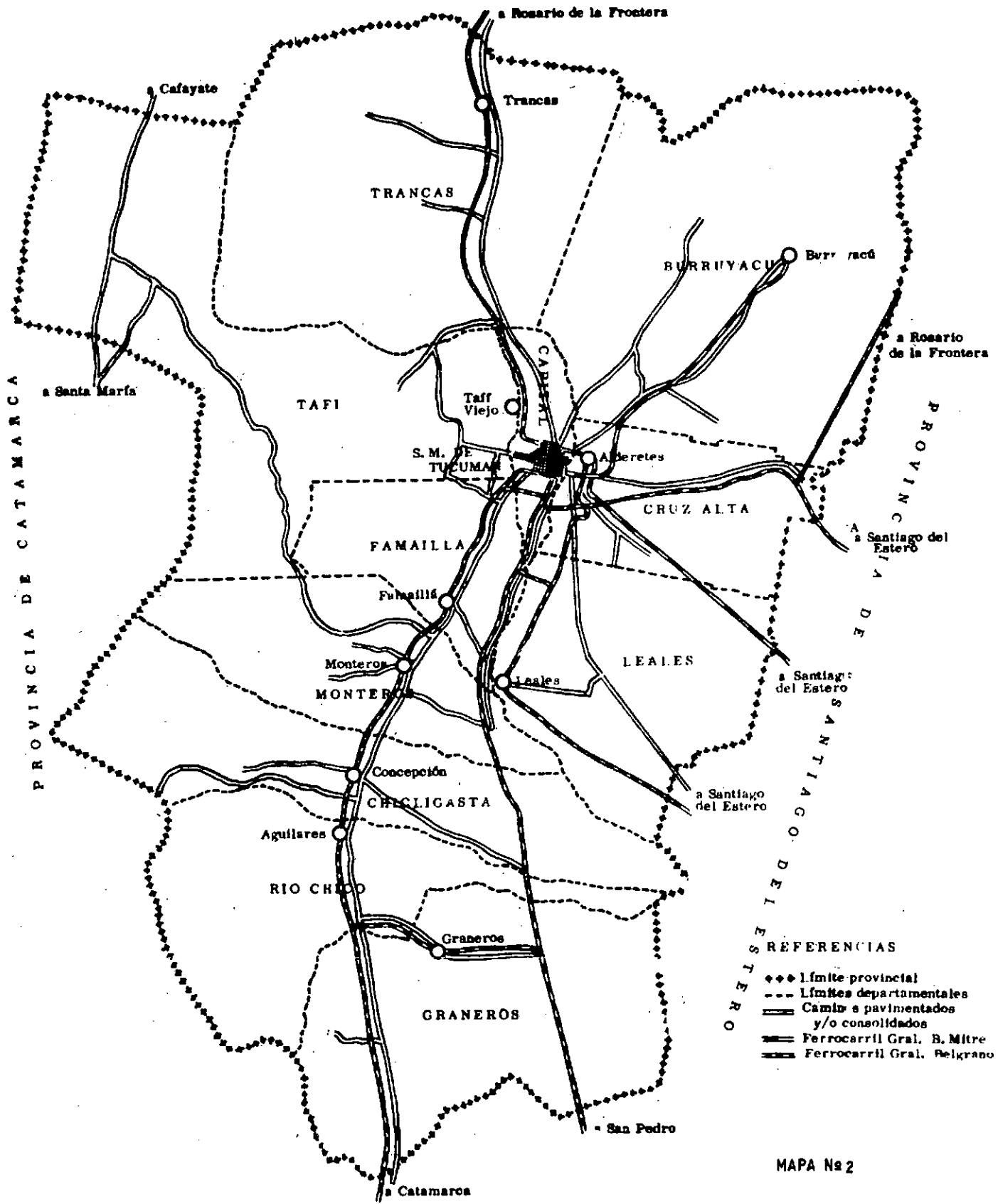
RIO SALI

MUNICIPIO DE S. M. DE TUCUMAN
MAPA Nº 1

ESCALA
0 1 Km. 2 Km.

B) Departamentos y
Principales ciudades de
la Provincia - Vías de
Comunicaciones.

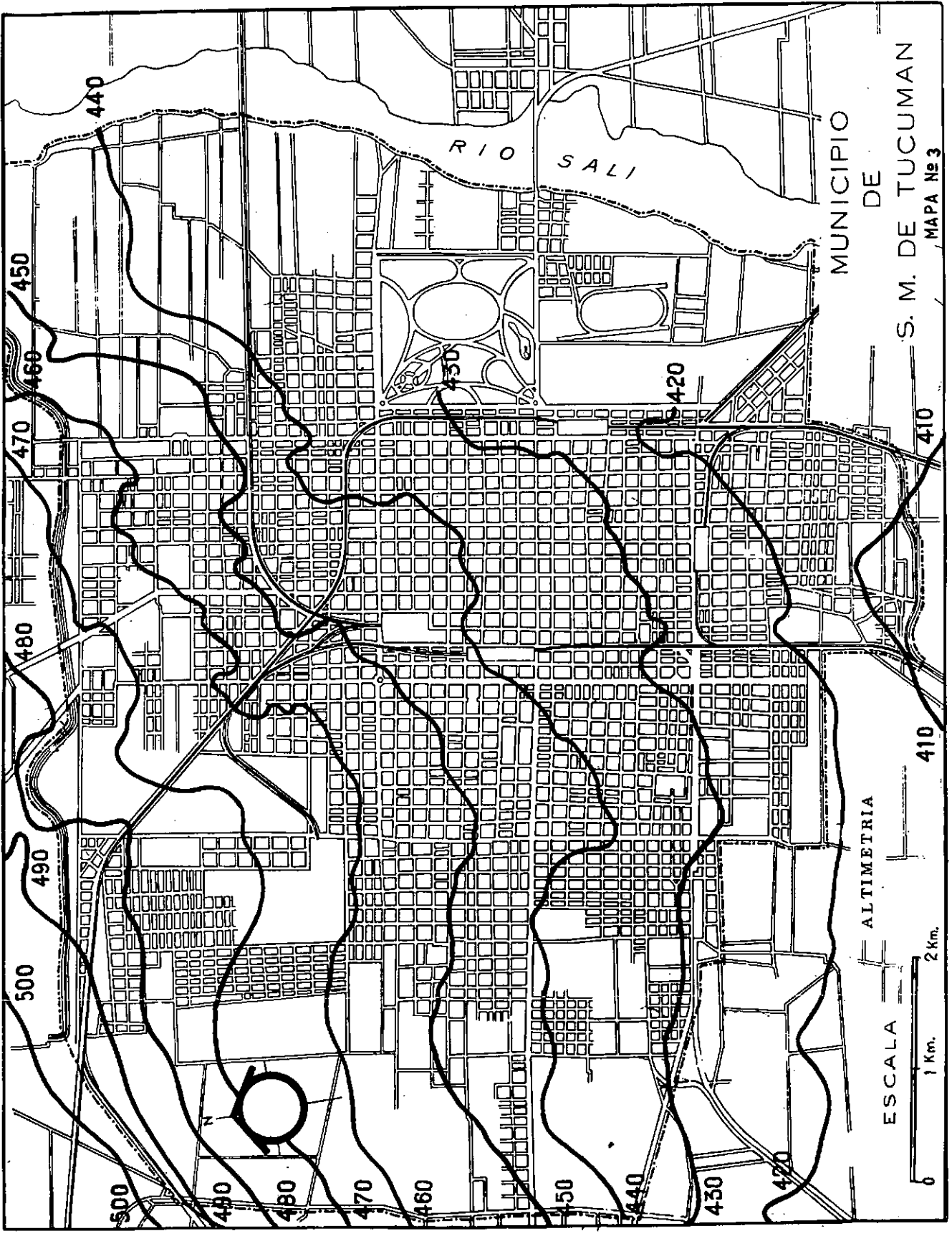
PROVINCIA DE SALTA



- REFERENCIAS
- ◆◆◆ Límite provincial
 - - - Límites departamentales
 - ▬▬▬ Camino pavimentado y/o consolidado
 - ▬▬▬ Ferrocarril Gral. B. Mitre
 - ▬▬▬ Ferrocarril Gral. Belgrano

MAPA N° 2

C) Altimetría del Municipio: Plano con curvas de nivel.



MUNICIPIO DE S. M. DE TUCUMAN
MAPA No 3

ALTIMETRIA

ESCALA

1 Km.
2 Km.

RIO SALI

500
490
480
470
460
450
440

420

430

410

410

430

420

440

450

460

470

480

490

500

II - Comunicaciones Viales y Ferroviarias: Caminos y Ferrocarriles Señalamiento de las rutas de acceso a la ciudad y ferrocarriles

Caminos y Ferrocarriles

Caminos:

Tres rutas nacionales pavimentadas y de gran movimiento penetran al municipio. La numerada 9, con entrada por el Este a través de un puente tendido sobre el río Salí, sostiene la mayor intensidad del tránsito, siguiéndole en orden de importancia la número 38, al Sudoeste, y en tercer término la número 9, con salida hacia el Norte.

Estas rutas marcan las siguientes precedencias: N° 9, de Rio Hondo (Santiago del Estero) y Sud del país. N° 38, de Concepción, Monteros y Sudoeste del país. N° 9, de la ciudad de Salta y Norte del país.

Otros siete caminos provinciales que en algunos tramos se encuentran pavimentados y con suelo consolidado otros, vinculan la ciudad con poblaciones de la provincia de Tucumán y de otras linderas. Estos caminos, que administrativamente se identifican con los números 300, 302, 304, 305, 306, 308 y 309, corresponden a los numerados 2, 4, 5, 6, 12 y 13 en el plano respectivo.

Ferrocarriles:

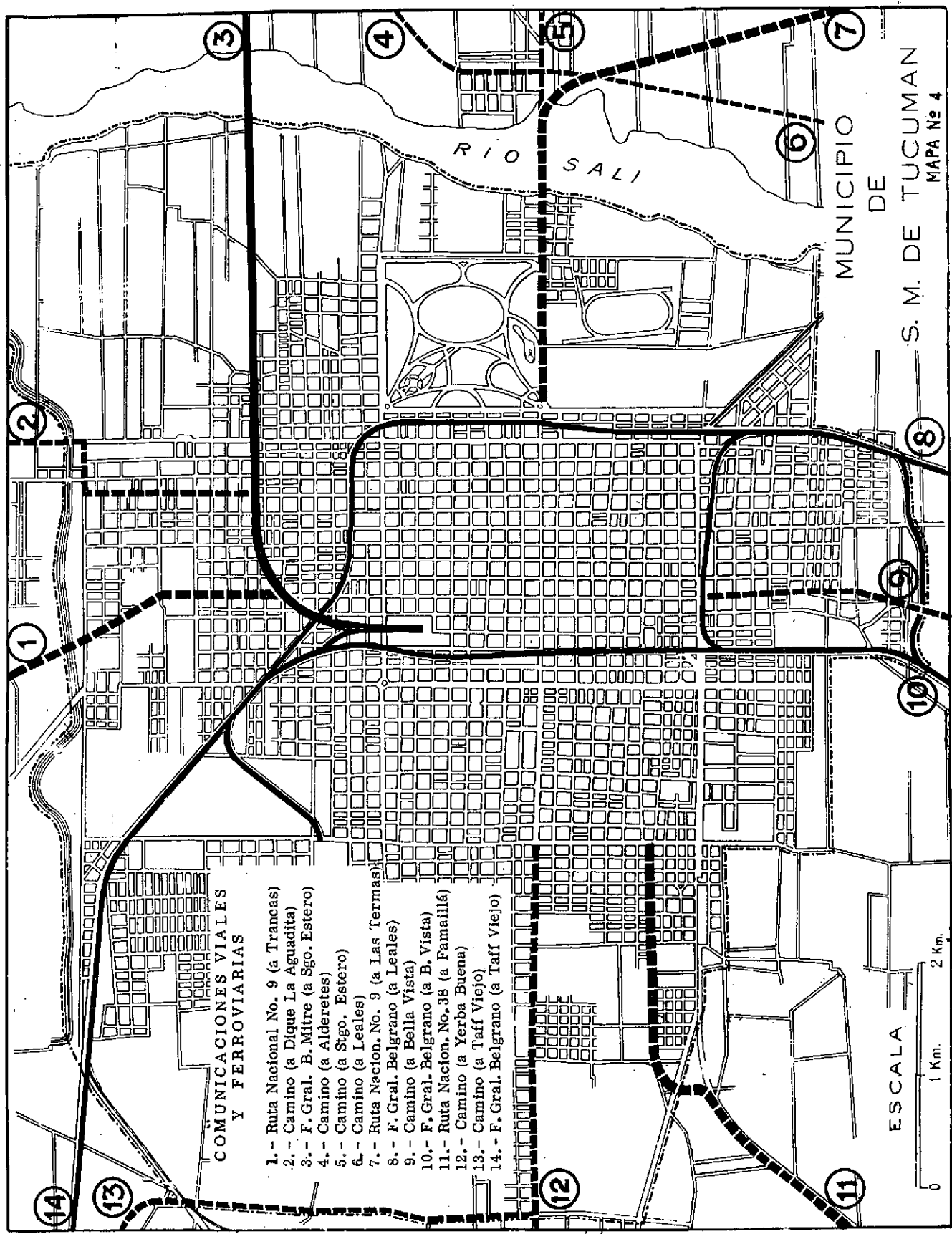
En la actualidad comunican a San Miguel de Tucumán con el resto del país dos ferrocarriles: Bartolomé Mitre y General Belgrano, con trochas de 1,676 m. y un metro respectivamente.

Las vías del General Belgrano cercan prácticamente el centro de la ciudad, encontrándoselas en todos los rumbos cardinales y creando serias

dificultades en la intercomunicación de las distintas zonas urbanas y suburbanas.

El ferrocarril Bartolomé Mitre posee su estación sobre el ángulo noroeste del perímetro indicado y el General Belgrano cuenta con tres, una por cada costado Este, Sud y Oeste. La de la parte Sud ya fue eliminada en cumplimiento de un plan de alejamiento y unificación del sistema ferroviario, que también contempla otros cambios y traslados de significación. Con anterioridad fue levantada la estación 24 de Septiembre, que estuvo situada en el ángulo Sudoeste del Municipio, y levantadas las vías que corriendo al Sud de la avenida Mario Bravo las unían con la estación de la parte Sud ya desaparecida.

Se cuenta con otros distintos proyectos con relación a la concentración de los servicios. Uno de estos prevee llevar el movimiento de pasajeros a una estación única para los dos ferrocarriles, señalándose para este objeto la del General Belgrano situada al Este, con frente a la avenida Sáenz Peña.



**COMUNICACIONES VIALES
Y FERROVIARIAS**

- 1.- Ruta Nacional No. 9 (a Trancas)
- 2.- Camino (a Dique La Aguadita)
- 3.- F. Gral. B. Mitre (a Sgo. Estero)
- 4.- Camino (a Alderetes)
- 5.- Camino (a Sigo, Estero)
- 6.- Camino (a Leales)
- 7.- Ruta Nacion. No. 9 (a Las Termas)
- 8.- F. Gral. Belgrano (a Leales)
- 9.- Camino (a Bella Vista)
- 10.- F. Gral. Belgrano (a B. Vista)
- 11.- Ruta Nacion. No. 38 (a Famallá)
- 12.- Camino (a Yerba Buena)
- 13.- Camino (a Taff Viejo)
- 14.- F. Gral. Belgrano (a Taff Viejo)

ESCALA
0 1 Km. 2 Km.

MUNICIPIO DE
S. M. DE TUCUMAN
MAPA No 4

III - Movimiento e Intensidad de Tránsito Dentro del Municipio,

Intensidad del Tránsito Urbano

Una definida concentración de arterias con tránsito extraordinario se percibe en el casco antiguo de la ciudad, zona eminentemente comercial que se extiende desde la calle San Juan (Norte) a la de San Lorenzo (Sud) y desde la calle Las Heras (Este) a la de Jujuy - Lisandro de la Torre (Oeste).

Entre las distintas calles comprendidas en la zona mencionada, las de San Martín, 24 de Septiembre y Crisóstomo Alvarez, que corren de Este a Oeste y las de Chacabuco - Maipú, Buenos Aires - Muñecas y 9 de Julio - 25 de Mayo que lo hacen de Norte a Sud, sostienen la máxima circulación de vehículos y peatones.

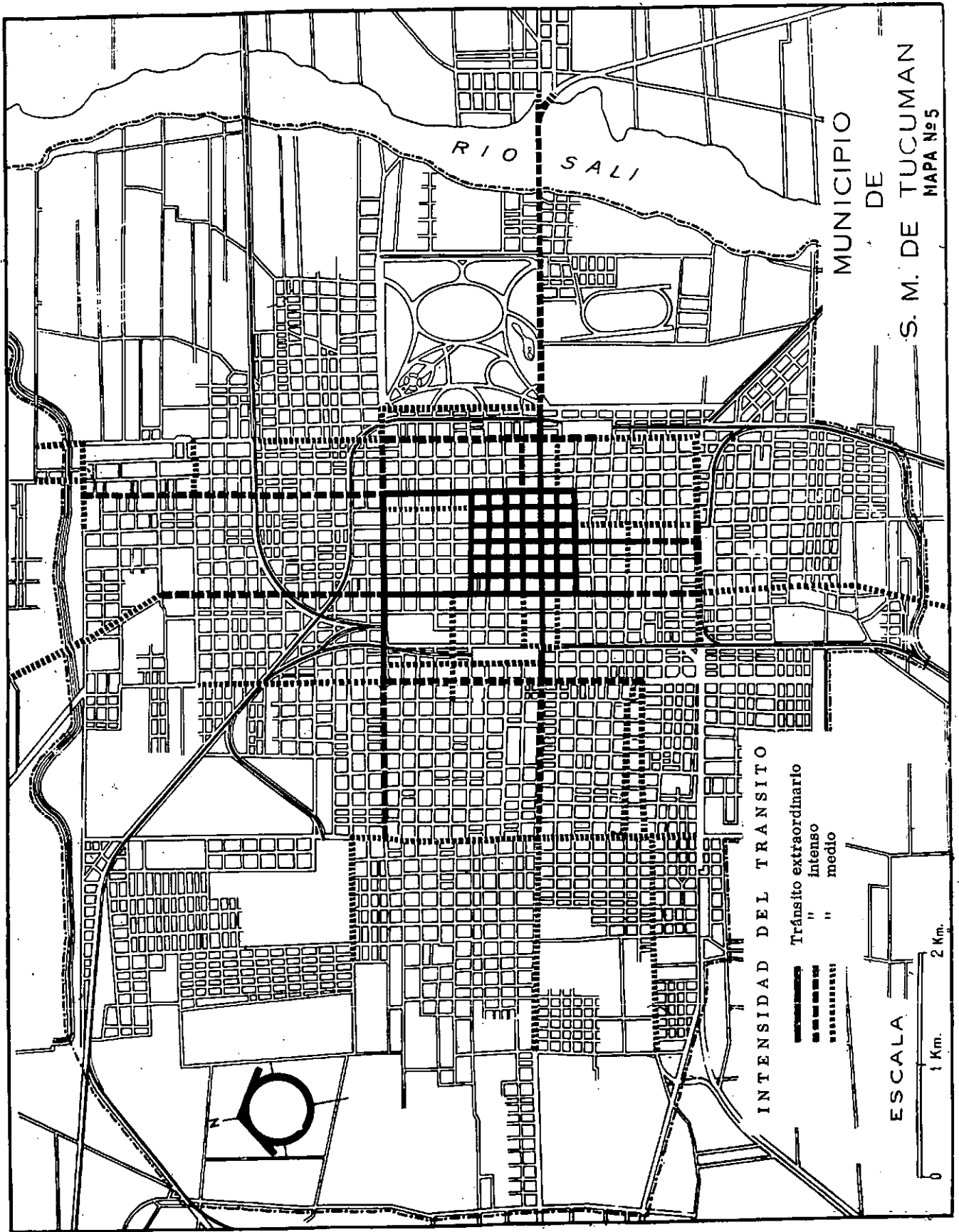
Completan la nómina de arterias con circulación extraordinaria otras siete que se detallan a continuación, todas las cuales, con la sola excepción de la avenida Belgrano - Sarmiento, tienen tramos incluidos en la zona comercial y, en consecuencia, son prolongaciones de éstos.

- Calle 24 de Septiembre: (Corre de Este a Oeste), desde la avenida Brígido Terán a la calle Las Heras - Rivadavia y desde la calle Jujuy - Salta a la avenida Alem - Mitre.
- Calle Rivadavia: (Corre de Sud a Norte), desde la calle San Juan a la avenida Sarmiento.
- Calle Salta: (Corre de Sud a Norte), desde la calle San Juan a la avenida Sarmiento.
- Calle Jujuy: (Corre de Norte a Sud) desde la calle San Lorenzo a la de Lamadrid.
- Calle Buenos Aires: (Corre de Norte a Sud), desde la calle San Lorenzo a la de Lavalle.

- Avenida Sarmiento - Belgrano: (Corre de Este a Oeste), desde la calle Rivadavia a la avenida Mitre.

Arterias consideradas de tránsito intenso son prolongaciones de una parte de las clasificadas de tránsito extraordinario, las que a medida que se alejan de la zona comercial van perdiendo progresivamente parte de su movimiento. Entre éstas se mencionan las calles Rivadavia, Salta, Jujuy, Buenos Aires, avenida Benjamín Araoz, que es la prolongación de la calle 24 de Septiembre, y calle San Martín. También se incluyen entre éstas vías de tránsito intenso a las avenidas Sáenz Peña - Avellaneda, Alem - Mitre y Roca, ésta última en el breve tramo que se extiende entre las calles Ayacucho y 9 de Julio.

Entran entre las vías de tránsito medio las que conectan directamente con las rutas nacionales y provinciales, con la única excepción de la avenida Benjamín Aráoz, que por ser el acceso por el Este a la Ruta N° 9 mediante un puente sobre el río Salí, se ha considerado de tránsito intenso.

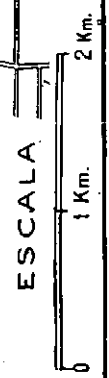


RIO SALI

MUNICIPIO DE S. M. DE TUCUMAN MAPA No 5

INTENSIDAD DEL TRANSITO

- Tránsito extraordinario
- Tránsito intenso
- Tránsito medio

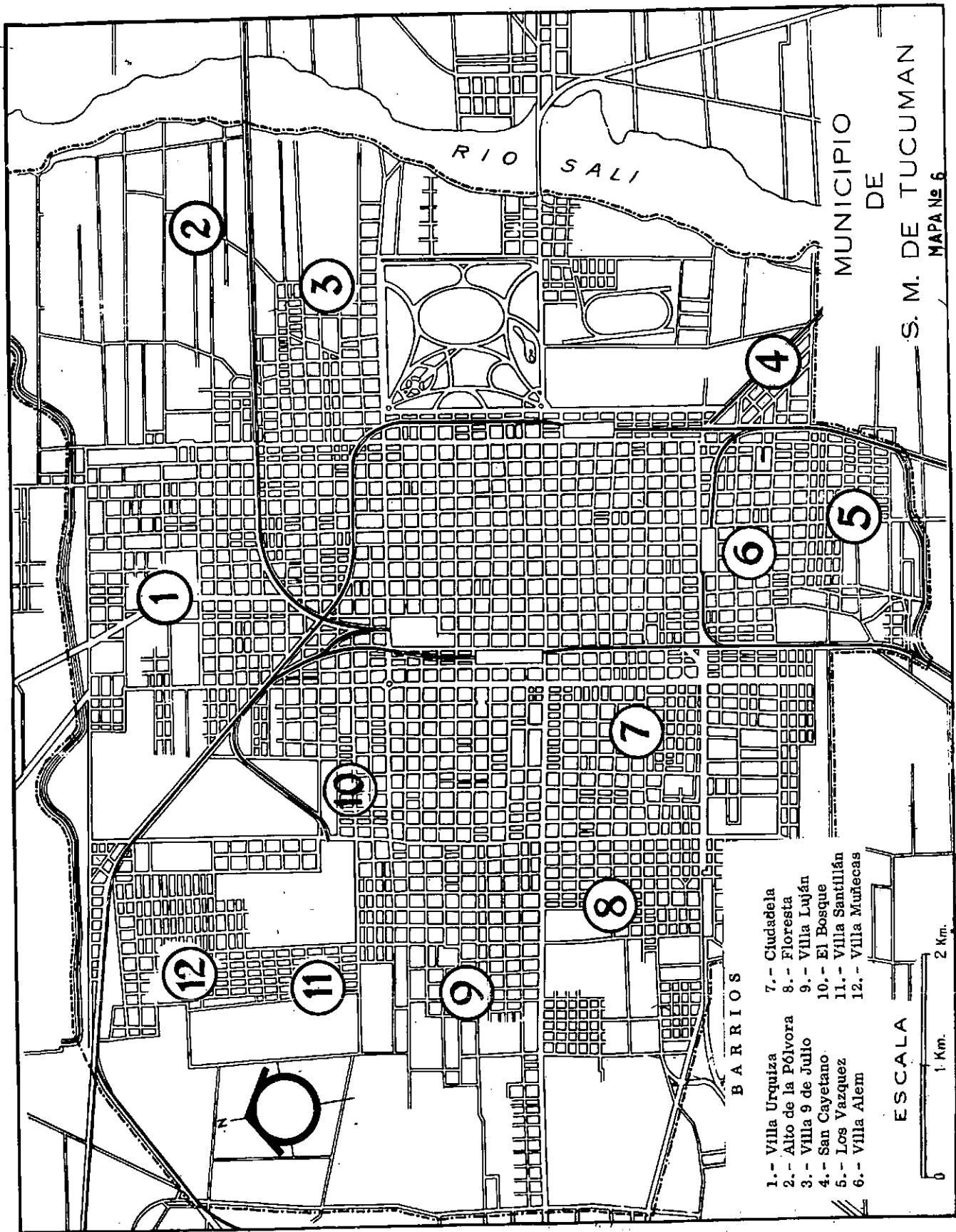


IV - La Ciudad: Zona Céntrica y Barrios.

La zona céntrica, que ocupa el lugar donde se ubicara el casco urbano inicial de Tucumán, es eminentemente comercial, residiendo en ella comerciantes, profesionales y personas de clase media. Esta zona ha dejado de ser centro geográfico de la ciudad en los últimos veinte años.

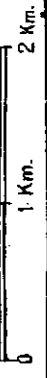
Los barrios prácticamente rodean a la zona céntrica y con respecto a ella, pueden distinguirse las siguientes características, según su ubicación y población.

- Al Norte: Villa Urquiza, habitado por familias de trabajadores y en mínima parte por clase media.
- Al Noroeste: Alto de la Pólvora, habitado por familias de condición humilde y trabajadores.
- Al Este: Villa 9 de Julio, que concentra núcleos de familias de trabajadores.
- Al Sudeste: San Cayetano, poblado por familias de condición humilde.
- Al Sud: Los Vazquez, en zona rural con abundancia de casas quintas. Villa Alem, habitado por familias de trabajadores y clase media.
- Al Oeste: Ciudadela, Floresta, Villa Luján, El Bosque y Villa Santillán, todos habitados por familias de trabajadores y un porcentaje de clase media. A lo largo de la avenida Mate de Luna, divisoria de los barrios Floresta y Villa Luján, se extiende una zona residencial que trasponiendo el límite Oeste del Municipio, se proyecta hacia Yerba Buena. También al Oeste del barrio Floresta se encuentra en formación el Barrio de Bancarios.



- BARRIOS**
- 1.- Villa Urquiza
 - 2.- Alto de la Pólvora
 - 3.- Villa 9 de Julio
 - 4.- San Cayetano
 - 5.- Los Vazquez
 - 6.- Villa Alem
 - 7.- Ciudadela
 - 8.- Floresta
 - 9.- Villa Luján
 - 10.- El Bosque
 - 11.- Villa Santillán
 - 12.- Villa Muñecas

ESCALA



MUNICIPIO DE
S. M. DE TUCUMAN
MAPA No 6

RIO SALI

V - Evolución del Crecimiento de la Ciudad.

Breve Comentario Sobre el Crecimiento de la Ciudad

La ciudad de San Miguel de Tucumán fue fundada en 1550, en zona inmediata al río Gastona. En los dos años siguientes sufrió desplazamientos en busca de un paraje que ofreciera mejores condiciones a los vecinos conquistadores. Así, en 1551, se la trasladó al Noroeste, en zona alta, y en 1552, fue llevada al llano. El emplazamiento actual data de 1565 y el diseño de su caso urbano colonial aún se mantiene a través del tiempo transcurrido.

Dicho trazado del siglo XVI, en forma de damero, siguió las características de la época, aunque no rigurosamente observado, por lo que numerosas arterias aparecen con desplazamientos. Al expandirse la ciudad se continuó el damero a todos los barrios, con la sola excepción de Villa Muñecas.

El sector céntrico de la ciudad actual, encerrado por las avenidas Sarmiento, Mitre - Alem, Roca y Avellaneda - Sáenz Peña, responde exactamente al trazado de la fundación y sus manzanas y calles conservan las mismas dimensiones de entonces.

Esta superficie representó hasta el año 1905 la totalidad de la ciudad, año en que comenzó la urbanización de zonas ubicadas fuera de las avenidas mencionadas. Al principio la ciudad se extendió hacia el Sud, pero de inmediato giró hacia el Noroeste. Posteriormente lo hizo hacia el Este, hasta llegar hasta la margen occidental del río Salí y, en las

últimas décadas, tomó decididamente rumbo al Oeste, en dirección a Yerba Buena, y en parte sobre el Norte.

El desplazamiento que se registra actualmente se cumple sobre las siguientes vías de comunicación:

- Hacia el Norte: A la vera de la Ruta Nacional N° 9, que vincula la ciudad de San Miguel de Tucumán con la de Salta.
- Hacia el Oeste: A ambos lados de la avenida Mate de Luna. Este desplazamiento es el más importante observado en los últimos treinta años.

a) 1816 a 1845: Se produce al comienzo un corto período de desarrollo y luego una posterior estabilización, todo ello, derivado únicamente del auge logrado por las explotaciones agrícolas, abandonadas un tanto en los últimos años del período.

b) 1845 a 1875: De estabilidad casi total, las explotaciones agrícolas continúan el ritmo del ciclo anterior y la industrialización de la caña de azúcar sigue siendo una actividad eminentemente casera, con bajo rendimiento y numerosos establecimientos. Aún no surgieron los verdaderos ingenios.

c) 1876 a 1900: Se produce una marcada evolución de vida fundamentalmente a dos factores:

1. Industrialización de la caña de azúcar mediante nuevos sistemas con reducción del número de establecimientos y aumento de su magnitud como industria. Surgen los ingenios como entes fabriles de significación, con maquinaria moderna, medios de transporte de la materia prima, producto elaborado acorde con la época y una capacidad de molienda ampliamente superior a la de los períodos precentes. Ello genera inmediata elevación del área sembrada con caña de

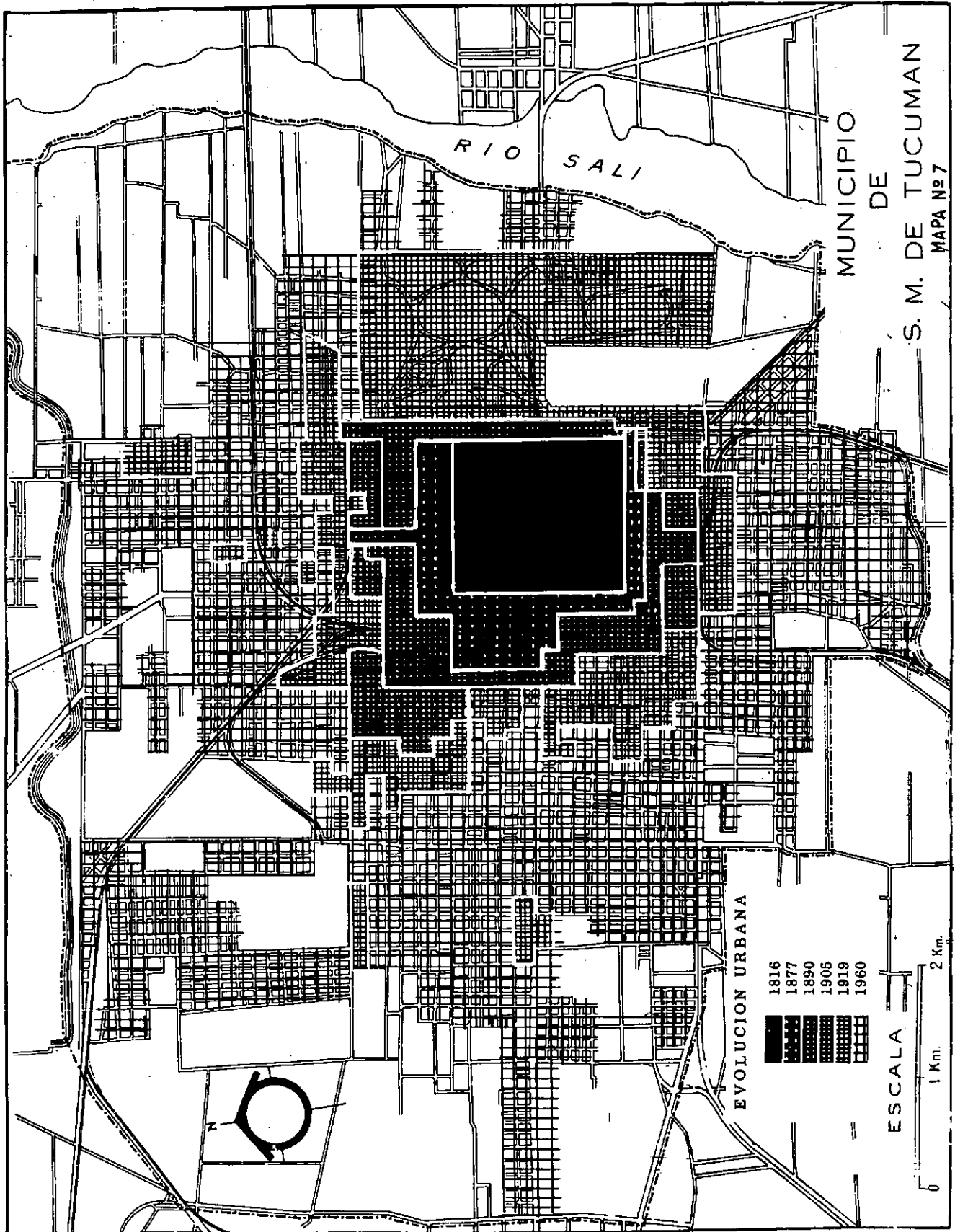
azúcar y considerable aumento de las necesidades de mano de obra fija y eventual.

2. El tendido de las líneas del Ferrocarril Central Córdoba que la une a la ciudad de Córdoba.

d) 1901 a 1920: La ciudad crece vertiginosamente en dirección al este hasta llegar al río Salí, siempre bajo la influencia de los mismos factores que hacia fines del siglo XIX generaron una verdadera eclosión en el ritmo de crecimiento.

e) 1921 a 1963: La urbanización se desplazó hacia el Oeste, paralela a la avenida Mate de Luna y en busca de Yerba Buena y, en general, de terrenos más altos. También se proyecta hacia el Norte, a lo largo de la ruta nacional N° 9 y, en menor escala, hacia el Este, a los costados de la avenida 24 de Septiembre.

En la actualidad es una ciudad excesivamente extendida, con bajo índice de densidad demográfica y con un área de influencia que abarca íntegramente la Provincia y zonas limítrofes de provincias vecinas.



RIO SALI

MUNICIPIO DE S. M. DE TUCUMAN MAPA Nº 7

EVOLUCION URBANA

- 1816
- 1877
- 1890
- 1905
- 1919
- 1960

ESCALA

0 1 Km. 2 Km.

CAPITULO III

POBLACION

I - Evolución de la Población y su Proyección para el Año 1970

La ciudad capital está ubicada dentro del Departamento del mismo nombre que comprende en su totalidad a 15 poblaciones.

Desde el año 1947 a 1960 ha sucedido una constante transferencia de población del departamento a la ciudad Capital. El cuadro siguiente consigna en Nro. de índice esta evolución.

CUADRO Nro. 1

Población Relativa
(base 1947-100)

Referencia	1947	1960
Total Departamento	100	141
Total Municipio	100	178
Total resto del Departamento	100	33

Así mientras el departamento Capital ascendió de 100 a 141, el Municipio de San Miguel de Tucumán subió de 100 a 178. En el año 1947 el Municipio representa casi el 75% de la población total, y en

1960 llegó al 94%. Esta participación en constante aumento significaba una aceleración del fenómeno de concentración urbana, razón por la que, en relación con el abastecimiento de productos alimenticios, hemos decidido tomar en consideración las cifras de la población del Municipio.

Teniendo en cuenta que según Censos Nacionales, para 1947 la población era de 152.508 habitantes y que a fines de 1960 llegó a 272.585, hemos calculado una tasa anual de crecimiento ajustada del 4,5 %.

Suponiendo el mantenimiento de este ritmo de aumento en un futuro cercano de 7 años, podemos estimar con una función de 2° grado que la población de San Miguel de Tucumán para 1970 será alrededor de **422.447**.

Hay que destacar una característica muy especial de Tucumán: la zafra de caña de azúcar que motiva un movimiento de afluencia de población estacional muy pronunciado. Estos habitantes transitorios de la ciudad Capital provocan efectos de comercialización similares a los de corrientes turísticas en otras ciudades del país.

Generalmente una parte de esta población golondrina se afinsa en la ciudad y engrosa el caudal urbano, constituyendo así el principal motor de la inmigración interna.

La magnitud de los movimientos migratorios puede constatare comparando en las series que siguen, las diferencias anuales con las consignadas en el cuadro para 1947 y 1960. Estos cuadros acumulan sólo poblaciones del año anterior más el crecimiento vegetativo y de allí las diferencias apuntadas.

CUADRO Nro. 2

DEPARTAMENTO CAPITAL

Año	Población	Nacimientos	Matrimonios	Defunciones	Crecimiento Vegetativo
1901	55066	2444	513	2198	246
1902	56848	2391	388	1950	441
1903	57632	2630	447	1540	1090
1904	59059	2584	425	1681	903
1905	60481	2613	476	1780	833
1906	62471	2654	532	2015	639
1907	65405	2881	583	2153	728
1908	68685	3177	580	2077	1100
1909	72579	3397	615	2370	1027
1910	75524	3601	617	2813	788
1911	79152	3833	658	3495	338
1912	83601	4124	691	2786	1338
1913	89555	4254	700	2982	1272
1914	94510	4343	663	2664	1679
1915	100080	4203	627	2597	1606
1916	101859	4302	602	2849	1453
1917	103898	4128	538	3111	1017
1918	105639	3778	571	3337	441
1919	106767	3923	678	3606	317

Año	Población	Nacimientos	Matrimonios	Defunciones	Crecimiento Vegetativo
1920	107330	4160	795	2676	1484
1921	107750	4412	836	3045	1367
1922	109550	5054	918	2456	2598
1923	111297	5291	945	3217	2074
1924	114628	5304	990	3304	2000
1925	117718	5817	980	2887	2930
1926	120337	5667	1006	3441	2226
1927	123789	5667	1070	3220	2247
1928	126460	5929	1058	3206	2723
1929	129537	6182	1079	3641	2541
1930	132641	6238	1093	3361	2877
1931	135549	5918	1086	3188	2730
1932	138771	6289	954	3142	3147
1933	141644	6033	1000	3709	2324
1934	144836	6283	1139	3427	2856
1935	147165	6380	1126	4130	2250
1936	150036	5647	1135	3562	2085
1937	152286	5706	1059	3756	1950
1938	154371	5836	1024	4110	1726
1939	156327	5997	969	3597	2400
1940	158053	6075	975	3282	2793

Año	Población	Nacimientos	Matrimonios	Defunciones	Crecimiento Vegetativo
1941	160463	6365	1069	3290	3075
1942	163256	6079	1058	3227	2852
1943	166331	6196	1199	3049	3147
1944	169183	6485	1487	3080	3405
1945	172330	6714	1379	3517	3197
1946	175735	6996	1724	2991	4005
1947	178932	6890	1837	3002	3888
1948	202076	7464	1991	2891	4573
1949	205964	7705	1929	3006	4699
1950	210537	8188	2014	3001	5187
1951	215236	8689	1897	2995	5694
1952	220423	8718	2035	2973	5745
1953	238158	9493	2126	3197	6296
1954	244628	9619	2121	3149	6470
1955	251153	9932	2081	3407	6525
1956	258103	9916	2000	2966	6950
1957	264963	9942	1932	3109	6833
1958	271593	9753	1964	3096	6657
1959	277933	9598	1982	3258	6340
1960	284442	9695	1901	3404	6291
1961	289768	8482	1897	2938	5544
1962	295486	8509	2253	2791	5718

II - Densidad Demográfica.

San Miguel de Tucumán

Población y su Densidad por Hectárea, Según Radios
del Censo Nacional de 1960

CUADRO Nro. 3

Radio	Población	Densidad de Hab. por Hect.
1	11.932	10.91
2	47.250	60.57
3	13.445	20.71
4	67.653	108.4
5	40.105	53.18
6	9.633	13.28
7	53.447	81.10
8	<u>29.120</u>	<u>25.47</u>
TOTAL	272.585	42.41

La mayor concentración demográfica por superficie se observa en el sector antiguo de la ciudad, que también contiene la zona comercial y la sede de las reparticiones oficiales. En el Censo Nacional practicado en el año 1960, de esa zona, que a los efectos de dicho relevamiento se determinó como Radio 4, se constataron numerosas manzanas (de 143 x 143 metros) conteniendo más de 400 personas.

En promedio, el número de habitantes ascendió a 251 por manzana.

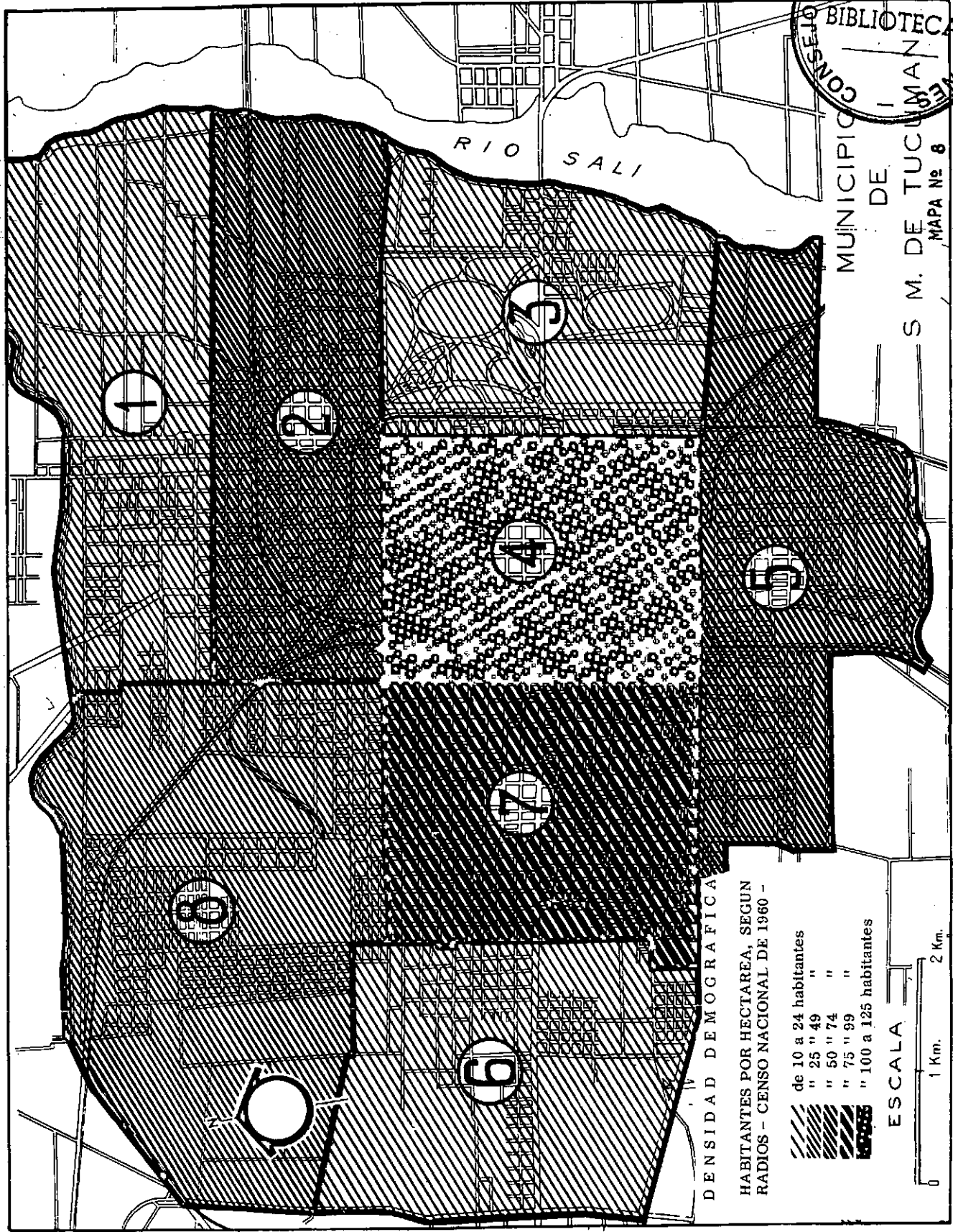
El Radio numerado 7 figuró en el mismo Censo en segundo orden de importancia. La ciudad, en su expansión hacia el Oeste, adensa la población en el mismo sentido. Allí, el promedio de habitantes por manzana fue de 175.

Los Radios 2 y 5 presentaron una densidad paralela, reveladoras de la similitud de su formación topográfica y demográfica que se sintetiza en : zonas con población densa y superficies sin urbanizar. En el mismo caso se encontró el Radio 8, que vio disminuir el promedio de habitantes por manzana como consecuencia de integrar el mismo, extensas fracciones sin urbanizar al Este y al Oeste de Villa Muñecas, sector central del Radio.

Los tres Radios restantes, 1, 3, y 6, con reducidas áreas edificadas en sus jurisdicciones, disminuyeron en forma sensible la densidad por comprender paseos públicos, en el caso del Radio 3, y grandes superficies carentes de urbanizaciones los otros dos.



MUNICIPIO DE S. M. DE TUCUMÁN MAPA Nº 8



RIO SALI

1

2

4

5

8






7

9

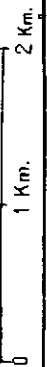
6

DENSIDAD DEMOGRAFICA

HABITANTES POR HECTAREA, SEGUN
RADIOS - CENSO NACIONAL DE 1960 -

-  de 10 a 24 habitantes
-  " 25 " 49
-  " 50 " 74
-  " 75 " 99
-  " 100 a 125 habitantes

ESCALA



CAPITULO IV

PRODUCCION

I - Importancia de Tucumán y su Zona de Influencia en el Abastecimiento de la Ciudad y otros Centros Urbanos.

A - Localización de la Producción Hortícola y Frutal por Departamentos, en Porcientos del Total Provincial

Diferentes microclimas caracterizan el territorio de la Provincia de Tucumán y, como consecuencia de ello, su producción hortícola y frutal presenta variedades bien definidas. Así, podemos distinguir la siguiente producción, de acuerdo a su importancia:

- 1 - Caña de azúcar
- 2 - Citricultura
- 3 - Horticultura

1 - Ampliamente conocida es la gravitación que ejerce la primera sobre la economía total de la provincia, virtualmente supeditada a las características de un monocultivo bastante acentuado.

Tal circunstancia, la profusión de antecedentes al respecto y la especialidad del presente estudio, hacen innecesarias mayores consideraciones sobre la producción de la caña de azúcar en Tucumán

Por ello, vamos a detenernos, más bien, en los dos rubros siguientes:

2 - Sobre la citricultura diremos que hasta 1959 habían 6.000.000 de plantas, repartidas entre naranjos, limoneros, mandarinos y pomelos. A partir de dicho año, las plantaciones de citrus declinaron acentuadamente como consecuencia de las plagas (principalmente por la podredumbre de la raicilla). Esta disminución de las plantas existentes se redujo hasta el 40%, con una tendencia a desaparecer por completo de la Provincia si no se adoptan enérgicamente las previsiones necesarias para contrarrestarla. La producción de limoneros disminuye con menor intensidad debido a que no es atacada por la plaga mencionada.

En el cuadro que a continuación se transcribe, puede apreciarse la plantación citrícola por departamentos (Fuente: I.N.T.A. - Año 1960), manifiestamente inferior a la de años anteriores por las causas comentadas:

CUADRO Nro. 4

Departamento	Cantidad de Plantas Existentes - Año 1960			
	Naranjos	Limoneros	Mandarinos	Pomelos
Capital	200.000	90.000	50.000	2.500
Burruyacu	565.000	47.000	32.000	4.000
Famaillá	240.000	15.000	37.000	1.500
Taff	270.000	160.000	40.000	2.000
Cruz Alta	90.000	9.000	20.000	1.000
Leales	41.770	62	615	—
Graneros	15.968	2.063	1.658	10
Chicligasta	98.763	8.515	21.975	1.348
Monteros	53.726	4.941	3.708	379
Rio Chico	57.404	2.563	16.102	481
Trancas	7.166	—	228	—
Totales	1.639.797	239.144	223.286	13.218

Se calcula que hay, aproximadamente, 200 plantas por cada Ha.

cultivada. En algunos casos se aprovecha los campos con citrus para efectuar otros cultivos en los espacios intermedios.

Las épocas de producción son las siguientes: mandarina: abril a julio; limón: todo el año; y naranjas hay de dos tipos: mayo a septiembre: temprana; y octubre a diciembre: tardía.

3 - Con respecto a la horticultura, puede decirse que ofrece variedades bastante bien delimitadas, si se consideran las modalidades de su comercialización. Así ésta podría clasificarse, según el I.N.T.A., en:

- a) Hortalizas de primicia;
- b) Para consumo como grano seco;
- c) Para semilla;
- d) Hortalizas de estación.

3.1 - Hortalizas de primicia: Se recolectan con anticipación a otras zonas productoras y, en consecuencia, alcanzan precios elevados en los Mercados de Buenos Aires, Rosario, Córdoba y Mendoza, centros de consumo donde son remitidas.

Para la economía provincial, el producido por estas ventas representa apreciables ingresos, razón por la que los poderes públicos tratan de estimular el desarrollo de las áreas destinadas a esa clase de cultivos. A continuación se mencionan según el orden de importancia de la producción, las llamadas hortalizas de primicia: papa, tomate, poroto, para chaucha, arveja, lechuga, pimiento, poroto, chaucha, berenjena, zapallito de tronco y pepino. Las hortalizas en cuestión, además de abas

tecer el mercado local en los meses de otoño, invierno y primavera se despachan a provincias vecinas y especialmente a los grandes núcleos urbanos del Gran Buenos Aires, Litoral y Centro del país. Se inicia con remesas de arvejas y lechuga durante el otoño e invierno y desde mediados de septiembre continúa con tomate, papa, pimiento, zapallito, etc.

La zona donde se practica esta clase de cultivos abarca una superficie aproximada de 2.500 kilómetros cuadrados y tiene por límites: al Norte, El Cadillal; al Este, Ruta Nacional N° 38; al Sud, Villa Alberdi y al Oeste, primeras estribaciones del Aconquija. Ella comprende distintos micro - climas, donde la mayor o menor protección natural contra las heladas en conexión con la falta de lluvias en el período invierno - primavera, incide fundamentalmente en el adelanto o demora de las cosechas.

El cuadro siguiente consigna las hectáreas cultivadas en toda la provincia, de cada uno principalmente productos hortícolas, en los períodos comprendidos entre 1956-57 y 1960-61.

(ver cuadro)

CUADRO Nro. 5

	1956-57	1957-58	1958-59	1959-60	1960-61
Arveja, grano verde	2.307	2.780	2.415	2.435	1.850
Arveja, grano seco	780	560	800	830	840
Batata	2.479	2.510	2.265	2.600	2.720
Garbanzo	300	390	310	330	1.020
Papa temprana	5.022	4.449	3.830	3.155	3.725
Papa semitardía	480	460	390	750	1.360
Pimiento	---	610	450	500	925
Poroto para chaucha	519	565	610	780	855
Poroto, grano seco	1.012	1.270	915	945	935
Sandía	400	395	625	---	---
Tomate	678	705	610	380	675
Zapallo, anco y calabaza	3.133	---	---	---	3.577
Totales	17.110	14.694	13.220	12.705	18.482

Cotejando las cifras de las distintas tempradas es posible apreciar la importancia de las áreas cubiertas y las variaciones experimentadas como consecuencia, éstas últimas, de factores que pueden ser condensados en la elevación de costos; retribución incierta de la producción y cambio por cultivos de seguro. rendimiento: caña de azúcar y citrus.

La demanda de la caña de azúcar y de citrus, su elemental comercialización en un mercado seguro y la menor mano de obra requerida, fueron factores causantes de que con posterioridad al ciclo 1956-57 disminuyera el área destinada a los cultivos de hortalizas de primicia. Recién en la temporada 1960-61, como consecuencia de serios problemas planteados en 1959 en la industria azucarera y de la pérdida de plantaciones de citrus debido a la "podredumbre de las raicillas", un buen número

ro de agricultores volviéron a cultivar hortalizas. La huelga ferroviaria del año 1961, que se llevó a cabo precisamente al iniciarse la cosecha de tomate, pimiento, papa, berenjena y chaucha, produjo seria pérdida a los productores y originó un estado de desaliento que tuvo repercusión en el área sembrada en 1962.

3.1.1 - Tomate. Desde hace más de medio siglo, la provincia de Tucumán tenía conquistada la fama por la producción de este producto, cuyo cultivo intensivo arranca desde la radicación de colonos italianos en Lules, donde cumplían tareas en el ferrocarril Central Córdoba. Habitados esos inmigrantes a los cultivos hortícolas, empezaron a plantar tomate temprano bajo tapado característico, que producía el anticipo de fruto desde fines del mes de septiembre, vale decir, tomate primicia que pronto se comercializó a alto precio en el Mercado de Buenos Aires, donde era remitido por la línea recientemente habilitada de la mencionada empresa ferroviaria. En el transcurso de breve tiempo, la iniciativa de los colonos de Lules se extendió a Alderetes, Famaillá, Alto Verde, Concepción y otros parajes, pero los cultivos experimentaron altibajos en su desarrollo aunque no en su área, calculada en 600 hectáreas. Las causas determinantes de las variantes obedecieron a la competencia con el cultivo de la caña de azúcar y a los precios obtenidos por el tomate en la temporada anterior.

Desde un principio los horticultores han mantenido el siguiente calendaro para el cultivo del tomate: el 50% del total, tomate plantado ba-

jo bordo - con siembra de almácigo, en junio, trasplante en agosto y cosecha desde fines de octubre compitiendo con el tomate producido en la zona subtropical de Jujuy y Salta y desde mediados a fines de noviembre con el de la zona de Rosario.

La comercialización indicada persiste hasta diciembre en que la afluencia del tomate producido en otras regiones da lugar a la disminución de precio, en tanto que los cultivos de Tucumán sufren la influencia perniciosa de las lluvias y temperaturas elevadas a partir de noviembre, ocasionando la destrucción de plantaciones por diversas enfermedades, entre ellas el tizón tardío.

Hasta el presente, el cultivo del tomate ha seguido sistemas rutinarios aunque mejorando su control sanitario. Es opinión de un autorizado técnico que deben mejorarse las prácticas en los cultivos posteriores al tomate primicia, contemplando la fertilidad del suelo, su abono e intensificando la lucha contra las plagas. Procediéndose en la forma indicada, el horticultor no se vería obligado a afrontar los gastos actuales ocasionados para resarcir la fertilidad de los suelos y consecuentemente, disminuirían los demandados por la sanidad de los cultivos.

Los cultivos extensivos que actualmente se hacen en las provincias de Jujuy y Salta al amparo de favorables condiciones climáticas, están dando como resultado una producción extraordinaria que al ingresar a los mercados, provocan la baja de las cotizaciones, situación que lógicamente está perjudicando a los productores tucumanos aferrados a prác -

ticas arcaicas. En resumen, la producción y comercialización del tomate primicia se encuentran en proceso de innovación y la provincia de Tucumán ya ha perdido el monopolio.

3.1.2 - Papa. Se inicia la cosecha en el mes de Octubre. En 1963 se cultivaron aproximadamente 3.000 hectáreas de papa primicia, calificándosela así en los departamentos de Famaillá, Monteros, Río Chico y Chicligasta en los meses de Junio y Julio, para ser cosechada en Octubre y Noviembre.

Esta producción llena un vacío en el abastecimiento del tubérculo del país ya que la cosecha del Sudeste de la provincia de Buenos Aires comienza a agotarse y pierde calidad. Se estima que los cultivos en el Noroeste de la República (Tucumán y zonas subtropicales de Salta y Jujuy) llegan a 8.000 hectáreas. La producción de esta apreciable superficie abastece los mercados de Buenos Aires, Rosario y el resto del país, hasta que hace su entrada la papa procedente de Córdoba y Rosario.

La mayoría de los cultivos de papas de la provincia de Tucumán corresponden a la variedad "White Rose" y en 1963 se han visto afectados por dos serios inconvenientes que han mermado el rendimiento. En Octubre del año indicado, la delegación Regional del I.N.T.A. informó que en gran porcentaje la semilla fue de poca calidad por encontrarse afectada de virus, consecuencia de la poca o ninguna selección en los cultivos madres. Por ello, aconsejó el uso de semilla certificada o controlada en zona de origen, única forma de contrarrestar este tipo de en

fermedad. Se sabe que la variedad "White Rose" sufre un proceso de degeneración en las zonas de producción de semilla, lo que obliga a importar nueva semilla cada tres a cinco años, desde Canadá, Holanda y Estados Unidos. No se tiene información de que en los últimos años se haya introducido ella a la Provincia, omisión que explicaría la apreciable declinación registrada en los lotes de "White Rose" para semilla, variedad que no obstante, continúa mereciendo preferencia para la obtención de producción temprana.

El otro inconveniente lo presentó las desfavorables condiciones climáticas de la región. Lluvias en los meses de junio y julio, anormales para la época, imposibilitaron la correcta preparación de los suelos y crearon un ambiente poco propicio para el desarrollo de la planta. El mes de septiembre lluvioso y frío, generó el desarrollo del hongo "tizón tardío" de la papa, que atacó en forma casi fulminante los cultivos tempranos, sembrados del 20 de junio al 10 de julio, estimándose lo afectado en un 30% del total plantado.

Los cultivos semitempranos y tardíos, sembrados del 10 de julio al 10 de agosto, quedaron medianamente afectados, calculándose las pérdidas entre 20 y 40% por destrucción parcial del follaje y consecuente disminución de rinde. La aplicación de productos fungicidas sólo detuvo en parte el progreso de la plaga.

La producción de la papa primicia en Tucumán en la última temporada se ha estimado en 450.000 bolsas, luego de considerarse las dis-

minuciones ocasionadas por los dos factores mencionados.

Dos terceras partes de la producción de papa corresponde al Departamento de Chicligasta, que en años anteriores dedicó a su cultivo, en promedio quinquenal, de 4 a 5 mil hectáreas. En 1959-60 la superficie de este Departamento se redujo a 2.125 hectáreas y a 2.550 en 1960-61, disminución causada por la conocida crisis papera que hizo descender los precios en 1959 y 1960.

La papa primicia, a causa de que es arrancada con premura, sin haber completado su ciclo, para poder surtir los Mercados de Buenos Aires, Rosario y Mendoza, sufre de inmediato los efectos de las altas temperaturas registradas durante su transporte en los meses de octubre y noviembre, ocasionando pérdidas de consideración. La pudrición del tubérculo durante el período de su comercialización aumenta por demoras en el transporte ferroviario, manipuleo brusco de las bolsas, exposición al sol durante la cosecha y por la infección en los cultivos que, como el tizón tardío, enmascaran su acción por la declinación natural de la vegetación, como consecuencia de la iniciación de la madurez.

3.1.3 - Poroto para chaucha. En los últimos quince años se ha venido extendiendo el cultivo de esta hortaliza por las distintas zonas, especialmente en los departamentos de Chicligasta y Río Chico, sin mayores inconvenientes aunque también sin mejoras. Se emplea la variedad Balín de Albenga, de vaina grande y bien productiva, que requiere el tutorado de las plantas o el enrame. Esta variedad es de ciclo mediano a tar-

dío y se estima su rendimiento de chaucha verde en 35 toneladas por hectárea. La cosecha se inicia a mediados de septiembre y finaliza a principios de noviembre, cuando los precios comienzan a declinar, por la entrada de la producción de las zonas cercanas a Buenos Aires y Rosario.

3.1.4 - Lechuga. Los principales cultivos se encuentran situados en las primeras estribaciones del Aconquija y terrenos ondulados de Tafí Viejo y los Nogales, en los departamentos Capital y Tafí, sembrándose sin riego en otoño y luego de cosechada, expedida en elevado porcentaje a mercados situados fuera de la provincia.

La variedad cultivada es llamada Gigante de Tucumán, arrepollada crespa, estimándose ser mezcla de formas originarias de las Col de Nápoles. La semilla procede de cultivos situados en el departamento de Trancas.

3.1.5 - Batata. El cultivo de la batata abarca aproximadamente 3.000 hectáreas, la mayor parte de ellas situadas al este de la provincia. Se cosecha a partir de Febrero en los lotes más tempranos y se extiende hasta Octubre. Si se contara con depósitos apropiados, se podría conservar hasta enero, extendiéndose de tal modo el período de aprovechamiento y facilitando al producto una comercialización ordenada.

El cultivo de este tubérculo no requiere riego y las plantaciones están liberadas de plagas.

3.1.6 - Pimiento. La producción de esta hortaliza de primicia se en-

cuentra afectada por distintos problemas hasta hoy no superados y que comprenden sanidad, fertilidad y variedades. Las condiciones ecológicas son propicias para los cultivos y una vez adaptadas las medidas necesarias de desinfección y practicados los estudios de los suelos aptos, las 920 hectáreas sembradas en 1960-61 podrán ser ampliadas ilimitadamente.

3.2 - Hortalizas para consumo como grano seco: Arveja, poroto, lenteja y garbanzo tienen preferencia en los sembrados del departamento Trancas, donde hasta 1953 cubrieron extensiones superiores a las 15.000 hectáreas. Actualmente, su cultivo sólo se practica en esa misma región sobre 1.500 hectáreas y esta reducción ha sido consecuencia de factores económicos y agronómicos.

Se entiende que la disminución del rinde de leguminosas se debe al empobrecimiento paulatino del suelo, falta de selección de semillas y especialización de los cultivos, de tal forma que la acción de plagas, especialmente la fusariosis en los sembrados de garbanzo, ha motivado la casi extinción de su cultivo.

3.2.1 - Arveja. Su producción como "arveja para semilla" comprende los tipos "cuarentona" e "intermediaria". La producida en el departamento Trancas se comercializa fuera de la provincia, con destino a la industria; y el sobrante es empleado como semilla productora de arveja fresca para consumo.

La comercialización insegura y los precios no remunerativos de

acuerdo a los rendimientos obtenidos, han provocado una notable declinación en los cultivos.

Se estima que no existen plagas que afecten el rendimiento de los cultivos y que su bajo rendimiento obedece a la progresiva disminución de la fertilidad del suelo, especialmente de nitrógeno y fósforo. También debe incluirse como factor concurrente a la disminución la falta de selección de las semillas.

3.2.2 - Garbanzo. Desde 1930 a 1958, el departamento Trancas fue considerado el más caracterizado entre los que producían excelente simiente de arveja, poroto para chaucha y lechuga. La comercialización irregular registrada en los años siguientes, como así los rendimientos bajos, desvió al tambo esta actividad hortícola, disminuyendo en forma gradual el área a ella dedicada. Las 2.500 hectáreas existentes en 1955 para la producción de semilla quedaron reducidas a 500 en 1963.

Como en los casos mencionados ya, la declinación obedece a la falta de tecnificación de las explotaciones.

3.3 - Lechuga para semilla. Para la venta y distribución al resto del país, las semilleras de Buenos Aires y Rosario reciben simientes de la variedad Crespa Gigante de Tucumán, siendo obtenida de los cultivos que se practican en los Nogales, Tafí Viejo, San Javier y otras localidades de la provincia. También se siembran para simiente las variedades conocidas por Gallega y Criolla de Verano, de hojas sueltas.

3.4 - Hortalizas de Estación: Así se clasifican las hortalizas produci-

das para el consumo local y de algunos centros urbanos de provincias co lindantes. Esta producción es inferior en volumen a la que se obtiene en hortalizas de primicia y generalmente las áreas y épocas son distintas.

La mayor parte de los cultivos están situados en los valles de Ta fí y Amaicha del Valle, Cololao del Valle, Trancas, San Javier y otros parajes y se dedican a las siguientes hortalizas: tomate, pimiento, lechuga, zanahoria, arvejas y otras. La producción sirve para abastecer el mercado local y el de las provincias vecinas desde el mes de Diciembre al de Mayo, a pesar de las dificultades del transporte que, en ocasiones - como sucede con los productos originarios de Amaicha del Valle que deben recorrer cerca de 200 kilómetros por rutas montañosas en su mayor extensión - encarece en forma apreciable la producción.

Cuadro Nro. 6

Producción Hortícola y Frutal
Clasificada por Departamentos

D E P A R T A M E N T O S

Producción	Burru yacú	Capital	Cruz Alta	Chicli gasta	Famaillá	Graneros	Leales	Mon-teros	Río Cuico	Tafí	Trancas	Tota les	Has. Cultivadas
Ajo	55	10	20	122	480	81	138	124	45	5	90	1170	270
Apio (en miles de paquetes)	44	110	22	---	---	---	---	---	44	---	---	220	50
Arveja Verde	1020	2277	162	572	644	---	70	72	68	4600	495	9980	2380
Cebolla	243	1900	171	810	280	280	405	220	460	315	616	5700	630
Melón	1140	133	684	1045	190	1045	672	576	950	30	35	6500	610
Pimiento Fresco	672	215	184	2880	2368	86	176	200	392	285	1142	8600	750
Poroto Chaucha	104	522	40	3060	612	40	72	136	2520	36	1064	8206	1020
Poroto Verde	90	27	---	495	66	14	20	---	98	51	69	930	350
Tomate	162	2300	1900	2940	5060	136	---	360	740	1134	208	14940	800
Pimiento Seco	---	---	---	---	---	---	8	---	---	70	42	120	90
Sandía	3390	107	1140	2585	1045	2160	1836	1672	6820	49	56	20860	1940
Áceitunas	20	30	5	---	3	50	50	---	7	10	10	185	---
Arveja Seca	363	120	3	8	---	3	6	---	---	63	1134	1700	1230
AjÍ	28	2	7	10	---	24	48	---	1	1	169	290	260
Batata	8580	8554	4191	7871	592	3168	8316	4884	1584	900	660	49300	3480
Haba	---	185	---	54	54	---	---	5	6	530	36	870	200
Zapallo	21150	9900	13430	2920	760	8100	9350	2720	1120	1262	288	71000	8810
Papa	581	333	138	6840	897	2850	330	1420	1412	145	2754	17700	2780
Poroto Seco	---	---	---	10	---	46	---	---	---	5	889	950	1020
Totales	37642	26725	22097	32222	13051	18083	21497	12389	16267	9491	9757	219221	26670

CUADRO Nro. 7.

Hectáreas Cultivadas por Departamentos en la Temporada 1960 - 61
(Cifras Absolutas)

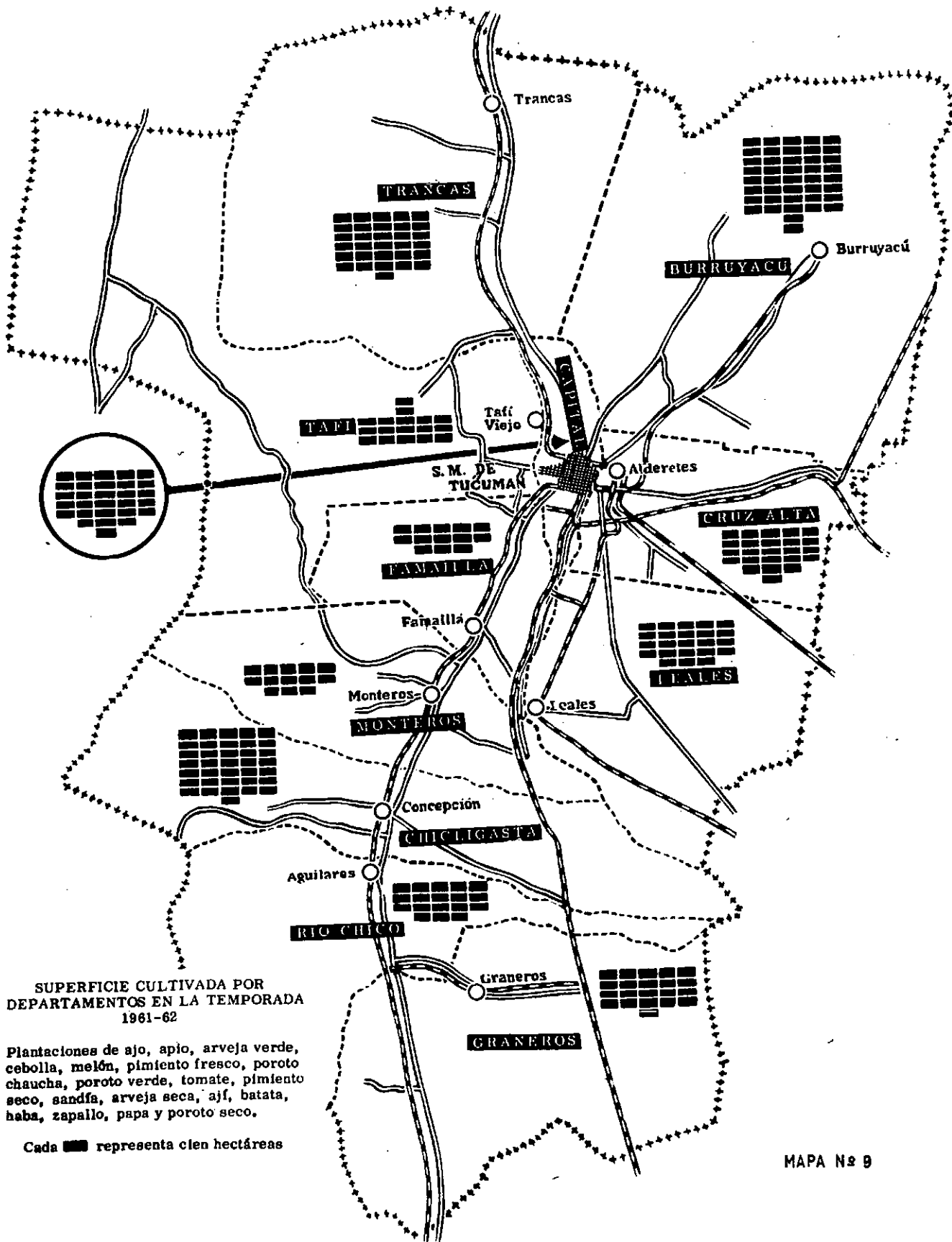
HORTALIZAS	Burru yacú	Capital	Cruz Alta	Chicli gasta	Famai llá	Grane ros	Lea les	Monte ros	Río Chico	Tafí	Trancas
Arveja, grano verde	250	280	45	110	130	---	---	10	10	900	115
Arveja, grano seco	20	---	---	---	---	15	---	---	---	40	800
Batata	460	600	200	545	30	145	360	250	75	90	70
Garbanzo	600	---	---	---	---	10	---	---	---	2	408
Papa Temprana	20	10	---	2550	430	30	110	355	220	---	---
Papa Semitardía	90	---	25	---	---	400	50	65	80	---	650
Pimiento	320	20	25	200	165	10	25	20	40	---	100
Poroto, para chaucha	12	55	5	300	60	5	11	12	275	---	100
Poroto, grano seco	7	---	---	---	---	23	---	---	---	5	900
Tomate	5	120	85	120	205	5	---	15	35	65	20
Zapallo, anco y calabaza	861	140	664	25	341	560	448	140	181	48	169
Totales	2645	1225	1049	3850	1361	1203	1004	867	916	1150	3352



CUADRO Nro. 8.

(PORCENTAJES)

HORTALIZAS	Burru yacú	Capital Alta	Cruz Alta	Chicli gasta	Famai llá	Grane ros	Lea les	Monte ros	Río Chico	Taffi	Trancas
Arveja, grano verde	9.15	22.90	4.28	2.85	9.55	--	--	1.15	1.09	78.26	3.45
Arveja, grano seco	0.75	--	--	--	--	1.24	--	--	--	3.47	23.86
Batata	17.39	48.97	19.10	14.15	2.20	12.05	35.85	28.85	8.18	7.85	2.08
Garbanzo	22.68	--	--	--	--	0.83	--	--	--	0.17	12.20
Papa temprana	0.80	0.81	--	66.25	31.59	2.49	10.95	40.94	24.05	--	--
Papa semitardía	3.40	--	2.38	--	--	33.25	4.98	7.49	8.73	--	19.39
Pimiento	12.09	1.63	2.38	5.20	12.15	0.83	2.50	2.30	4.36	--	2.98
Poroto para chaucha	0.45	4.48	0.47	7.80	4.40	0.41	1.10	1.38	30.02	--	3.57
Poroto, grano seco	0.26	--	--	--	--	1.91	--	--	--	0.43	26.84
Tomate	0.18	9.79	8.10	3.11	15.06	0.44	--	1.75	3.82	5.65	0.59
Zapallo, anco y calabaza	32.55	11.42	63.29	0.64	25.05	46.55	44.62	16.14	19.75	4.17	5.04
Totales	100.--	100.--	100.--	100.--	100.--	100.--	100.--	100.--	100.--	100.--	100.--



SUPERFICIE CULTIVADA POR DEPARTAMENTOS EN LA TEMPORADA 1961-62

Plantaciones de ajo, apio, arveja verde, cebolla, melón, pimiento fresco, poroto chaucha, poroto verde, tomate, pimiento seco, sandía, arveja seca, ají, batata, haba, zapallo, papa y poroto seco.

Cada  representa cien hectáreas

CAPITULO V

COMERCIALIZACION

I - Mercado de Abasto Municipal.

Se acompaña en el final del presente título el plano del Mercado de Abasto Municipal de la Ciudad de San Miguel de Tucumán como, asimismo, un cuadro analítico donde se detallan las adjudicatorias de puestos (224 en total) con discriminación de operaciones que realizan, número y superficie de los puestos que ocupan, productos que comercializan y estimación en kilogramos de venta diaria. También se agregan, a los fines de una mejor visualización del mismo, algunas fotografías del Mercado, con exhibición de sectores internos y externos.

A - Descripción

El Mercado de Abasto se encuentra ubicado en la manzana delimitada por las calles Las Piedras; M. Lillo; General Paz y Próspero Mena, abarcando una superficie de 21.300 m².

Consta de distintas estructuras levantadas en diversas épocas, la primera de ellas en el año 1928.

Siguiendo la numeración expresada en el plano adjunto pueden hacerse las siguientes especificaciones:

Del N° 1 al 48: son jaulas con techo de fibrocemento y piso de hormigón rústico y los puestos están separados por tejidos de alambre. Pertenecen a mayoristas.

Del N° 49 a 101: Construcción nueva y de calidad, con techos de hormigón armado, pisos de mosaicos, muros estucados a la plancha, mostradores de mampostería, cerramientos metálicos.

De construcción general en buen estado de conservación.

Galerías de hormigón armado con pisos de mosaicos.

Funcionan carnicerías, almacenes, fideerías, fiambrerías y restaurantes.

Todos son minoristas. La construcción fue costeada por locatarios con la condición de quedar de propiedad comunal al término de los arriendos.

Números 102 y 103: Locales de construcción precaria y objetable terminación.

Números 104 al 125: Construcción nueva y de calidad.

Techo de hormigón armado, pisos de cemento, alisados, divisiones de mampostería, cerramientos a los frentes de carpintería mecánica (el número 115 tiene sótano).

Son arrendados por mayoristas

Números 126 al 199: Construcción antigua. Regular estado de conservación. Techo de hormigón armado cubierto con teja colonial. Amplias galerías laterales (mayoristas y algunos minoristas).

Del número 183 al 199 tienen sótano.

Números 200 al 224: Galpón único central. Techo de fibrocemento con cabriadas de hierro. Aloja pequeños puestos de construcción precaria. La pescadería (N° 200) es abierta.

B - Características del Mercado de Abasto Actual

Es dable admitir en el funcionamiento actual del Mercado una evidente desorganización administrativa-funcional.

Proliferan los puestos minoristas afectados a actividades ajenas a la específica de un Mercado Central (Tiendas, almacenes, restaurantes, cafés, fiambrerías, carnicerías, etc.). Existen también varios puestos ocupados por revendedores circunscriptos a una intermediación parasitaria (compran meramente a otros puesteros y revenden en el mismo mercado).

La higiene es deplorable. Faltan, a su vez, instalaciones adecuadas para brindar comodidades mínimas a los puesteros (depósitos, maduraderos, cámaras frigoríficas, etc.).

En materia de precios rige un sistema anárquico-empírico, con vaivenes diarios acentuados o atenuados en forma verdaderamente irracional e injustificada. Esta opinión surge de diversas impresiones captadas directamente sobre el mismo lugar.

no nos isbroo el ,Cáru Proyecto de Ampliación del Mercado ,stisq sio

Alrededor de diez años atrás, por un proyecto a consideración de la H. Cámara de Diputados de la provincia, se programaba expropiar

un terreno lateral, sobre la calle Próspero Mena, destinado a ampliación del Mercado de Abasto. Este fue, virtualmente, el último plan concreto encaminado a resolver dicho aspecto. Desde entonces hasta la fecha se carece de un plan orgánico en la materia, salvo un estudio reciente efectuado por el Instituto de Arquitectura y Planeamiento de la Universidad Nacional de Tucumán, tendiente a localizar el sitio apropiado para el emplazamiento de un nuevo Mercado Central.

D - Proyecto del Instituto de Arquitectura y Planeamiento

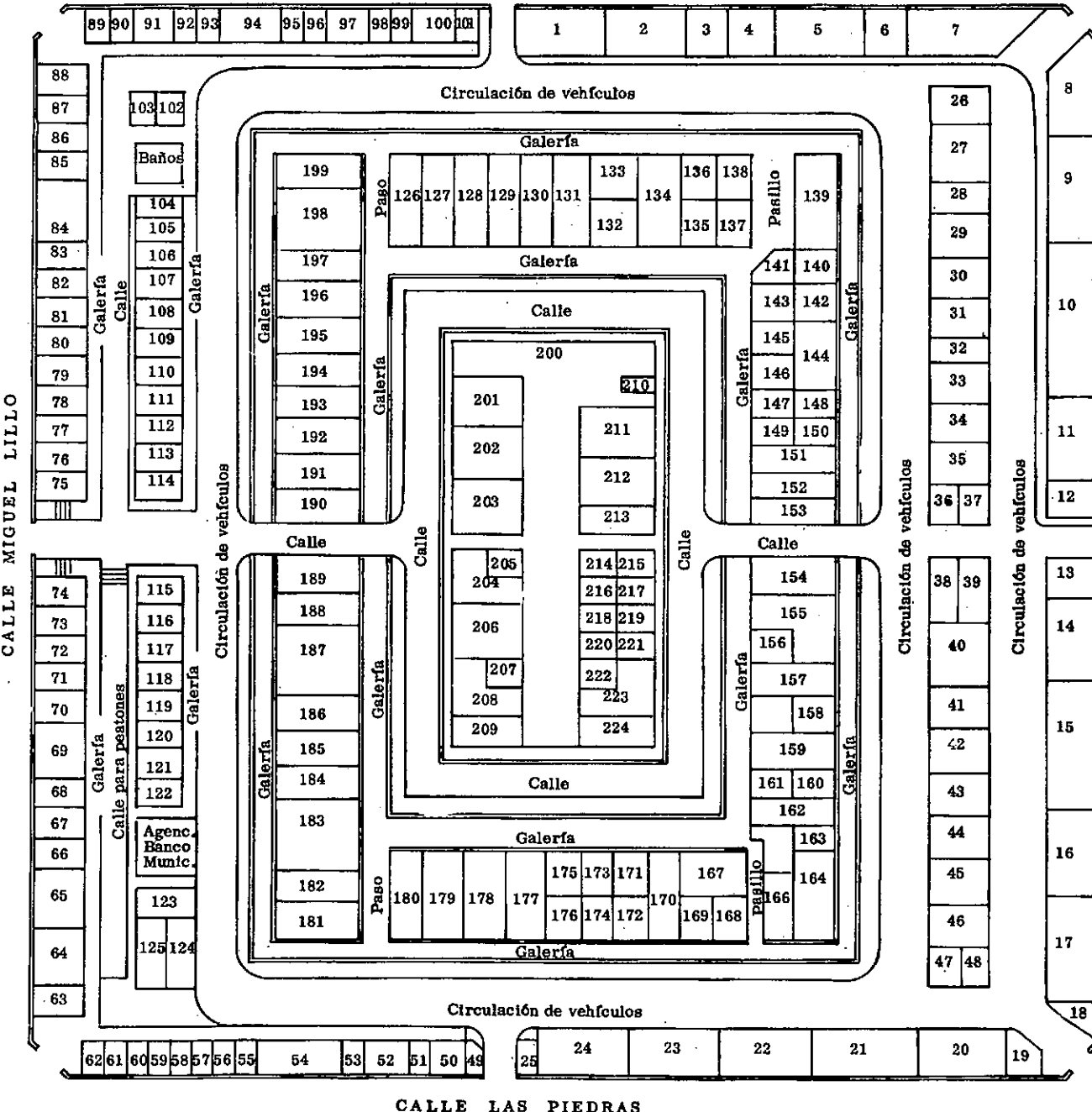
A pesar de las dificultades para obtener una información concreta sobre este particular, pues dicho proyecto (data de un par de años atrás) nunca llegó a considerarse formalmente por razones que se desconocen, por comentarios verbales recogidos en dicha institución pudo establecerse que existían dos zonas propuestas, siendo la más aceptada aquella que sugería como más conveniente la ubicación de un nuevo Mercado Central en el sector Sud-este de la ciudad, en un terreno (alto) de propiedad del Gobierno Provincial, situado entre el Río Salí y la Ruta N° 9. Se estima en estos momentos que si bien el lugar indicado es amplio y de fácil acceso, presenta el inconveniente de su distanciamiento respecto a los principales centros productores, que se encuentran prácticamente en el otro extremo de dicha zona. Hay coincidencia, por otra parte, sobre la necesidad que existe en Tucumán, de contar con un buen Mercado Central.

S. M. DE TUCUMAN
MERCADO DE ABASTO

1963

PLANO N° 1

CALLE GENERAL PAZ



CALLE LAS PIEDRAS

ESCALA
0 10 m. 20 m. 30 m.

MERCADO DE ABASTO DE SAN MIGUEL DE TUCUMAN

Informaciones al mes de diciembre del año 1963

FIRMAS ARRENDATARIAS DE PUESTOS CON DISCRIMINACION DE OPERACIONES QUE CUMPLEN, NUMERO Y SUPERFICIE DE LOS PUESTOS QUE OCUPAN, PRODUCTOS QUE COMERCIALIZAN Y ESTIMACION EN KILO - GRAMOS DE VENTA DIARIA.

Observaciones sobre los textos de las columnas:

- 1 - Número asignado a cada firma a los efectos de este trabajo y coincidente con la numeración del plano que se acompaña.
- 2 - Firmas reales a que corresponden los puestos arrendados a distintos nombres.
- 3 - Conforme a su actividad básica, las firmas se han clasificado así:
 - I - Introdutora;
 - D - Distribuidora dentro del Mercado;
 - R - Revendedora (Compra a Introdutores);
 - E - Expedidora (Remite a otros centros fuera de Tucumán).
- 4 - Los números de los puestos corresponden a los aplicados por la Administración del Mercado de Abasto, a los efectos de su individualización. La superficie totaliza la del o los puestos arrendados a cada firma.
- 5 - Anotación de los productos: sigue el orden de importancia de las ventas.
- 6 - Estimación practicada por personal idóneo de la Oficina de Control General de Abastecimiento - Municipal de San Miguel de Tucumán.

(ver cuadro)

1	2	3	4	5	6	7
Nro.	Firma	Acti- vidad	Puestos Nro.Sup.en m2.	Productos Comercializados	Estim. vta. dia ria en Kgrs.	Observa- ciones
1	José M. Díaz	I.D.	1 36	Papas (zona) y cebolla (S. Juan y zona).	2.000	Tiene l ca- mión propio. Comercializa todo en Tuc.
2	Modesto Gonzá- lez	Café	2 36	-----	---	-----
3	José Lázaro García	I.D.R.	3 18	Papas y cebolla; (zona) y Melones (Sgo.del Estero).	1.000	-----
4	Fortunato A. Véliz	I.D.R.	4 18	Verduras y Frutas;papas.	1.000	-----
5	Luis Gálvez	I.D.R.	5 36	Papas (zona) y Cebolla (San Juan y zona).	2.000	Tiene finca pro- pia en la zona.
6	Diego Gál- vez	I.D.R.	6 18	Papas y Cebolla;Sandía (zona)	1.000	Tiene... camión propio.
7	Rafael To- rres.	I.D.R.	7 50	Papas;Cebolla;Zapallo y Sandía	4.000	-----
8	Antonio Paolich	I.D.R.	8 50	Papas;Cebolla y Ajo (zona)	6.000	Tiene finca pro- pia y compra también a 3ros. Id. Transporte.

1	2	3	4	5	6	7
9	Mario Martínez	I.D.R.	9	50 Papas; Cebolla y Ajo.	6.000	-----
10	Miguel Sánchez	I.D.R.	10	70 Papas; Cebolla y Ajo.	6.000	-----
11	Jorge Abraham	I.D.R.	11	40 Papas; Cebolla y Ajo.	4.000	-----
12	Juan Rubis	I.D.R.	12	25 Papas; Cebolla y Ajo.	2.000	-----
13	Zacarías Rodríguez	R.	13	35 Papas; Cebolla; Alfalfa; etc.	1.000	Menudeo.
14	Juan F. Cano	I.D.R.	14	50 Papas; Cebolla y Ajo.	6.000	-----
15	Raúl Fernández	I.D.R.	15	90 Papas; Cebolla y Ajo.	7.000	Tiene 1 camión.
16	Salomón Bussam- bra	I.D.R.	16	60 Papas; Cebolla y Frutas (Sandías, melones, etc.).	4.000	Tiene 1 camión.
17	José M. Llano	I.D.R.	17	75 Papas; Cebolla y Sandía.	5.000	Tiene 1 camión.
18	Gustavo R. Medina	R.	18	25 Frutas (Sandías y Melones); Papas.	2.000	-----
19	Márquez R.	R.	19	25 Sandías; Melones; Zapallo y batata.	2.000	-----
20	Ángel Racedo	I.D.R.	20	40 Verduras (lechuga, arveja, etc.). Zona: Tafi del Valle, San Javier, etc.	5.000	Tiene transporte propio.
21	León Rosentravj	I.D.R.	21	50 Frutas (Sandía, melón, zapa- llo, etc.). Papas y Cebolla.	8.000	Envía camiones al- quilados a comprar afuera.

1	2	3	4	5	6	7
22	Alberto José Cássem	I.D.R.	22 40	Frutas; Verduras; Papas; Cebolla; Ajo.	3.000	---
23	Martín S. Moreno	I.D.R.	23 40	Papa; Cebolla; Sandía; Batata Ajo.	2.500	---
24	Guillermo Bueno	I.D.R.	24 40	Frutas; Verduras; Papas; Zapallo y Calabaza. (zona).	3.500	---
25	Antonio Buchieri	R.	25 20	Papas; Cebolla y Ajo.	2.000	Al menudeo.
26	Antonio Leone	R.	26 50	Papas; Cebolla y Ajo.	2.000	---
27	Salvador P. Leone	R.	27 50	Papas; Cebolla; Ajo, Sandía y otros.	3.500	---
28	José Argiró	R.	28 25	Papas; Cebolla; Batata; Sandía; Melones.	3.000	---
29	Guillermo J. Damis	I.D.	29 50	Papas; Cebolla y Huevos (Santa Fe).	5.000	De esta cantidad corresponden unos 3.000 Kg. a la venta de huevos (por mayor y menor).
30	Edmundo S. Arias	I.D.R.	30 50	Frutas; Verduras; Papas y Cebolla.	2.000	---
31	Antonio E. Díaz	I.D.R.	31 30	Papas; Cebolla; Zapallo; Sandía.	2.500	---
32	Antonio Argiró	I.D.R.	32 25	Frutas y Verduras	4.000	Tiene transporte propio.

1	2	3	4	5	6	7	
33	Julio Giménez	R.	33	50	Frutas y verduras en general	2.500	-----
34	Saruf Hnos.	R.	34	50	Papas; Cebollas; Ajo y Batatas	3.000	-----
35	Tiburcio Palacios	R.	35	50	Papas; Cebollas y Frutas (Sandía y Melones); Zapallos.	2.000	-----
36	Navarro y Ruiz	R.	36	25	Papas y Cebollas.	1.500	Al menudeo.
37	Juan Rubis	R.	37	25	Papas; Cebollas y Ajo.	1.000	Al menudeo. Esta misma persona explota también el puesto 12.
38	Antonio Gual	I.D.R.	38	40	Frutas y Verduras (Citrus: naranjas y limones; Ciruelas; Mendoza S. Juan y Zona).	4.000	Tiene transporte propio.
39	Antonia G. de Cataldo	R.	39	40	Papas; Cebolla; Ajo; Sandía	1.500	-----
40	Rolando, Oscar y J.Bo	I.D.R.	40	75	Papas; Cebollas; Frutas (Sandía, Zapallo; etc.).	5.000	-----
41	José Miguel Luque	I.R.	41	50	Papas; Cebolla; Zapallo; Ajo y Sandía.	2.000	-----
42	Juan Martín Ruiz	I.D.R.	42	50	Papas; Cebolla; Frutas; Zapallo y Ajo.	2.000	-----
43	Segundo Raúl Pérez	I.D.R.	43	50	Papas; Cebolla; Ajo; Sandía; Melones; Batata.	3.000	-----

1	2	3	4	5	6	7	
44	Salomón Busambra	I.D.R.	44	50	Idem Anterior.	4.000	Tiene transporte propio.
45	José Antonio Díaz	I.D.R.	45	50	Papas; Cebolla; Ajo y Batata.	3.000	Tiene transporte propio.
46	Francisco Casquet	I.R.	46	35	Papas; Cebolla y Ajo.	1.500	-----
47	Juan Lopez de Ruiz	I.R.	47	25	Papas; Cebolla; Batata y Ajo.	1.500	-----
48	Miguel Aranda	I.R.	48	25	Papas; Cebolla; Batata y Ajo.	1.500	-----
49	Andrés A. Racedo	R.	49	20	Zapallo y Anco (zona).	800	-----
50	José Manino	I.D.E.	50	32	Citrus (Naranjas, limones) y verduras (zona); Tomates (Norte y zona).	6.000	Vende más en época de frutas. También expide a Bs. As. y Rosario.
51	Clemencia M. Tula	Restaurante	51	16	-----	---	-----
52	Fuentes é Hijos	Café	52	32	-----	---	-----
53	Vacante		53	16	-----	---	-----
54	José y Francisco Portillo	I.D.E.	54	64	Citrus (Naranjas, limón, pomelos); Verduras y Frutas.	4.000	Tiene quinta propia y camión. Expide a Córdoba.
55	Administración		55	16	-----	---	-----
56			56	16	-----	---	-----

1	2	3	4	5	6	7
57	Ruben Zuzman	R.E.	57 16	Frutas y Verduras en general.	3.000	Compra en el mismo Mercado y vende a otras localidades.
58	Rubén Levín	Carnicería	58 16	Venta de carne y menudencias.	---	El anterior puestero vendía frutas y verduras al por menor.
59	Carlos A. Gómez	Carnicería	59 16	Venta menudencias (Abasto)	---	---
60	Moisés Apud	Tienda	60 16	---	---	---
61	Rosa Assán de Zamora	Almacén p/menor	61 16	---	---	---
62	Vacante		62 16	---	---	---
63	Daniel Rodríguez	Pescadería	63 40	Pescados(de Santa Fe, Buenos Aires y Barranquera (Chaco))	600	Esta cantidad es en verano (3 cajones). En invierno entran hasta 80 y 100 cajones por remesa.
64	Angel Escalfi	Carnicería y Fiambrería	64 80	---	---	---
65	José Torinetto	Fca.de Pastas y Fiambrería	65 80	---	---	---

1	2	3	4	5	6	7
66	Francisco Goldberg	Carnicería	66	40	-----	-----
67	Manuel Lavín	Carnicería y Fca. Em butidos	67	40	-----	-----
68	Vacante		68	40	-----	-----
69	Manuel y A. Tórtola	Carnicería y Fca. Em butidos.	69	80	-----	-----
70	Ramón García	Id. Anterior	70	40	-----	-----
71	Cirilo Moisciuck	Id. Anterior	71	40	-----	-----
72	Ramón R. Valderramas.	Id. Anterior	72	40	-----	-----
73	María L. de Angel-nicola	Id. Anterior	73	40	-----	-----
74	María P. G. Cantarutti	Id. Anterior	74	40	-----	-----
75	Abdo Elías	Almacén	75	40	-----	-----
76	Francisco Lozano	Carnicería	76	40	-----	-----
77	Roberto Rivadeneira	Carnicería	77	40	-----	-----
78	Isabel L. de Giménez	Tienda	78	40	-----	-----

1	2	3	4	5	6	7
79	Julio Reynoso	Carnicería	79	40		
80	Nicanor Alvarado	Fiambrería	80	40		
81	Ramón E. Holgado	Pescadería	81	40	Pescados (Santa Fe y Bs. As.).	Similar al puesto 63.
82	Jorge Zariffe	Pizzería	82	40		
83	Antonio Bonetto	Fiambrería	83	40		
84	Jesús Mansilla	Almacén	84	80		
85	Francisco Fuentes	Almacén	85	40		
86	Carmen de Asfora	Tienda	86	40		
87	Florinda Manzur	Restaurant	87	40		
88	Oscar Quintana	Carnicería	88	40		
89	Rafael Páez	Almacén	89	16		
90	José Javier Sánchez	Fca. Churros	90	16		
91	Gerardo J. Ponce	R.	91	32	Venta de aves y huevos (Simoca y Prov. S. Fe)	200 Revende
92	Jesús Giménez	Carnicería	92	16		
93	Juan Giménez	Carnicería	93	16		

1	2	3	4	5	6	7
94	Yafar Hnos.	Café	94 48	-----	----	-----
95	Jaime Silverstein	R.	95 16	Huevos (Proced. de Santa Fe)	210	Vende entre 6 y 7 cajones diarios.
96	Camil Fadel Dip	R.	96 16	Aves y Huevos (Santa Fe)	300	-----
97	Angel V. Carrizo	R.	97 32	Zapallos; Verduras y Legumbres en general (zona).	600	-----
98	Ramón Romero	R.	98 16	Frutas y Verduras en general.	600	-----
99	Manuel Cortés	R.	99 16	Frutas y Verduras en general.	700	-----
100	Rafael Menéndez	I.D.	100 32	Papas(zona;también, según la época, de Mar del Plata, etc.).Cebolla (S. Juan;Sgo. del Estero y zona). Ajo (zona).	1.000	-----
101	Justo Contreras	R.	101 16	Papas y Verduras (lechuga etc.: zona).	2.000	-----
102	Miguel de la Rosa	R.	102 30	Sandías; Melones; Ajo y Papas	1.000	Al menudeo.
103	Humberto Carja	R.	103 30	Frutas y Verduras en general	1.000	Al menudeo.
104	Anselmo Arides	R.	104 20	Sandías; Papas; Zapallo y Melones.	800	-----
105	Antonio Paolich	R.	105 20	Frutas y Verduras; Papas; Sandía y Melón	1.000	Exploata también el Puesto Nro.8.

1.	2	3	4	5	6	7	
106	Raúl Arides	R.	106	30	Papas; Cebolla; Sandía; Melón y Frutas de estación.	800	-----
107	Reynaldo M. Bo	R.	107	30	Papas; Cebollas; Naranjas y Limones.	1.000	-----
108	Estela Palacios	R.	108	30	Papas; Cebollas; Naranjas; Limones	800	-----
109	José Romero	R.	109	30	Papas; Naranjas; Melones; Sandías.	1.000	-----
110	Martín Bustos	R.	110	30	Papas; Cebollas; Frutas; Sandías.	800	-----
111	Manuel J. Zarach	R.	111	30	Papas; Cebollas; Frutas; Sandías.	800	-----
112	Sánchez López	R.	112	30	Papas; Cebolla; Frutas; Sandías.	1.000	-----
113	Elías Alul	I.D.R.	113	30	Naranjas; Limones, Frutas en general (citrus).	3.000	-----
114	Juan Domingo Zamora	I.D.R.	114	30	Papas; Cebollas; Naranjas; Melones; Sandías.	2.000	-----
115	Angel Rinaldi	R.	115	35	Frutas en gral. al menudeo.	1.000	-----
116	Angel B. Espuche	I.D.R.	116	35	Frutas en gral. al menudeo (Bananas Brasil; etc.).	2.000	-----

1	2	3	4	5	6	7
117	Abraham Dumitch	R.	117	35 Frutas(Bananas, etc.) Sandías; etc.	1.000	-----
118	Antón Nesrala	R.	118	35 Sandías; Papas; Batatas; Citrus	1.000	-----
119	Roque Catania	R.	119	35 Sandías; Zapallo; Papas; Cebollas; Ajo.	800	-----
120	Aurelio Moreno	R.	120	35 Frutas y Verduras en gral.	2.000	En el Mercado <u>ca</u> si no vende. Tiene 1 camión con el cual sale a vender en toda la zona.
121	Francisco Catania	R.	121	35 Papas; Cebollas; Zapallos; Sandías.	800	-----
122	Antonio Misorich	R.	122	35 Papas; Sandías; Cebollas; Ajo.	800	-----
123	Campo é Ibañez	R.	123	60 Frutas(citrus); Cebollas; Papas; Sandías.	800	Tiene transporte propio.
124	Juan y N. Reschia	I.D.R.	124	60 Naranjas; Limones y Frutas es- tación (sandías, etc.)	2.000	Tiene transporte propio.
125	Armando Trejo	Fiambre ría	125	60	---	-----
126	Luis Fressa	I.D.R.	126	32 Frutas(Manzanas; Mza.-Peras, Ciruelas Río Negro, etc.).	1.000	-----

1	2	3	4	5	6	7	
127	Pascual Tarulli	I.D.R.	127	32	Frutas y Verduras(Manzanas, bananas, tomates).	2.000	-----
128	Damián y M. Pedroza	I.D.R.	128	32	Tomate (zona Norte) Cebolla (S.Juan)	4.000	-----
129	Antonio Jebeg	I.R.	129	32	Frutas y Verduras en general.	1.000	-----
130	Luis Beckiara	I.D.R.	130	32	Frutas(Manzanas, ciruelas, damascos) Mendoza y Sur.	3.000	-----
131	Antonio Cabello	I.D.R.	131	32	Papas;Naranjas;Limones (zona)	1.000	-----
132	Nahid Lucena	I.R.	132	16	Frutas (uvas,manzanas,ciruelas)Mza.	800	-----
133	Amado Ale	R.	133	16	Frutas y Verduras en general.	800	-----
134	Salvador Pistrito	I.D.R.	134	32	Tomate, Frutas y Verduras en gral.	3.000	-----
135	Antonio Díaz	R.	135	16	Tomate, Pimientos.	800	-----
136	Agustín Fois	R.	136	16	Chauchas, Arvejas, Porotos, Lechuga (zona).	800	-----
137	Farad Wadi	R.	137	16	Frutas (Manzanas, bananas:Bs.As. y Norte - pera, Sur y Mendoza, etc.).	1.000	-----
138	Francisco López	I.D.R.	138	16	Verduras (lechuga, zanahoria, acelga, etc.).	2.000	-----
139	Fernández A. Llana	R.	139	48	Papa; Cebolla; Ajo.	800	-----

1 2 3 4 5 6 7

140	Salvador Sinatra	R.	140	16	Papa; Cebolla; Ajo.	800	-----
141	José Argiró	R.	141	16	Frutas (manzanas, uva, pera, ciruela, etc.)	800	-----
142	Marcos Tamer	R.	142	16	Frutas y Verduras.	1.000	-----
143	Julio Dfáz	R.	143	16	Tomate y Frutas.	800	-----
144	Salvador Argiró	I.D.R.	144	32	Frutas y Verduras en general.	3.000	Tiene transp.
145	Asis Abid	R.	145	16	Frutas (manz., ciruelas, duraznos (Mendoza y Córdoba)).	800	-----
146	Antonio Ferraris	R.	146	16	Frutas (manz., ciruelas, duraznos).	800	-----
147	Santos Cacecci	R.	147	16	Naranjas, Frutas (manzanas).	800	-----
148	Pedro M. Gatar	R.	148	16	Frutas y Verduras en general.	1.000	-----
149	Jorge Naice	R.	149	16	Frutas y Tomates.	800	-----
150	Francisco Ruiz	R.	150	16	Frutas y Verduras en general.	800	-----
151	Pepe Moreno	I.D.R.	151	32	Frutas, Tomates.	3.000	Tiene transp.
152	Luis Ferrari	R.	152	32	Frutas y Verduras (zona).	1.000	-----
153	Intersimone y Delissi	I.D.R.	153	32	Frutas y Verduras (zona).	2.000	Tiene trans- porte.
154	García S. Molina	I.D.R.	154	32	Frutas y Verduras (zona) Tomates (norte y zona).	2.000	-----

1	2	3	4	5	6	7	
155	Natalio Krasnogor	I.D.R.	155	48	Citris (naranjas, limones).	4.000	Tiene transp.
156	Damacio Molina y Cruz Richi	I.D.R.	156	16	Papas; Cebollas; Ajo; Sandías; Melones	1.500	-----
157	Antonio Benzal	I.D.R.	157	32	Papas; Cebollas; Ajo; Batata.	1.000	-----
158	Luis B. López	I.D.R.	158	16	Papas; Cebollas; Ajo; Batata.	1.000	-----
159	Antonio D. Andrea	R.	159	48	Papas; Cebollas; Ajos; Sandías; Melones	1.000	-----
160	Juan M. Ruiz	R.	160	16	Papas; Cebollas; Ajos; Limones; Naranjas	800	-----
161	Cesáreo Seoane	I.D.	161	16	Papas.	4.500	Tiene transp. Introduce y vende a otros comerciantes del Mercado.
162	Pascual Mauro	R.	162	32	Papas y Cebollas.	800	-----
163	Cesáreo Seoane	I.R.	163	16	Papas	800	Ocupa tam- bién el Pues- to Nro. 161.
164	Emilio Calvo	I.R.	164	48	Citrus; Papas y Cebollas.	1.000	-----
165	Santiago Noguera	I.R.	165	25	Citrus; Papas y Cebollas.	1.000	-----
166	José Manssolone	I.D.R.	166	32	Papas; Cebollas y Huevos	800	
						1.000	(Huevos-S.Fe)

1	2	3	4	5	6	7	
167	Emilio Sandalié	R.	167	32	Papas; Cebollas y Ajos	1.000	-----
168	Antonio A. Gómez	I.R.	168	16	Citrus; Papas (zona, Salta y M. del Plata).	1.000	-----
169	Pablo Nader é Hijos	I.R.	169	16	Frutas (naranjas), Papas y Cebollas.	1.000	-----
170	Luis del Angel	I.D.R.	170	32	Citrus (naranjas, limones) Papas.	2.000	-----
171	José R. Lobos	R.	171	16	Citrus; Papas; Cebollas.	800	-----
172	José Domingo Isa	R.	172	16	Citrus; Papas; Cebollas.	800	-----
173	Manzur W. El Eter	R.	173	16	Papas; Cebollas; Citrus.	800	-----
174	Felipe A. Ricci	R.	174	16	Citrus; Papas; Cebollas.	800	-----
175	Francisco Leone	R.	175	16	Papas; Cebollas; Ajos.	1.000	-----
176	Julio A. Ferro	R.	176	16	Papas; Cebollas y Frutas.	800	-----
177	Eugenio Monje	I.D.R.	177	32	Papas; Cebolla y Frutas (bananas, naranjas y limones).	1.500	-----
178	Fuentes José	I.D.R.	178	32	Frutas y Verduras en gral. Papas; Zapallo.	2.000	-----
179	Juan Benzalé Hijo	I.D.R.	179	32	Citrus; Naranjas; Limones; Cebolla.	2.000	-----
180	Andrés Canchemi	I.D.R.	180	32	Citrus (naranjas, limones).	3.000	Tiene 2 camiones.

1	2	3	4	5	6	7
181	José Dimarco	I.D.R.	181 32	Frutas y Verduras (bananas especialmente).	Frutas y Verduras (bananas especialmente) 2.000	Tiene maduradero (a brasero).
182	Luis Protto	R.	182 32	Frutas y Verduras.	800	-----
183	González, Catalina y Cía.	I.D.R.	183 64	Frutas y Verduras en general	2.000	Tiene camión y sótano para madurar bananas.
184	López y Alonso	I.R.	184 32	Frutas (bananas, manzanas, ciruelas) (naranjas).	1.000	Tiene sótano.
185	Angel Aragón	I.D.R.	185 32	Frutas y Verduras (tomates).	1.000	Tiene sótano y camión.
186	Padilla Hnos.	I.D.R.	186 32	Frutas y Verduras (tomates).	1.000	-----
187	Dumit y Cía.	I.D.R.	187 64	Frutas (de carozo, manzana, damasco, peras, uvas).	3.000	Tiene sótano y camión.
188	Rinaldi Hnos.	I.D.R.	188 32	Frutas (manzanas, etc.).	6.000	Tiene 9 camiones Tiene puestos en otras ciudades (Cba., etc.) Tiene 1 cámara frigorífica afuera. Tiene sótano.
189	Carmelo y Gregorio Espuche.	I.D.R.	189 32	Frutas (de carozo, bananas, etc.).	6.000	Tiene sótano.

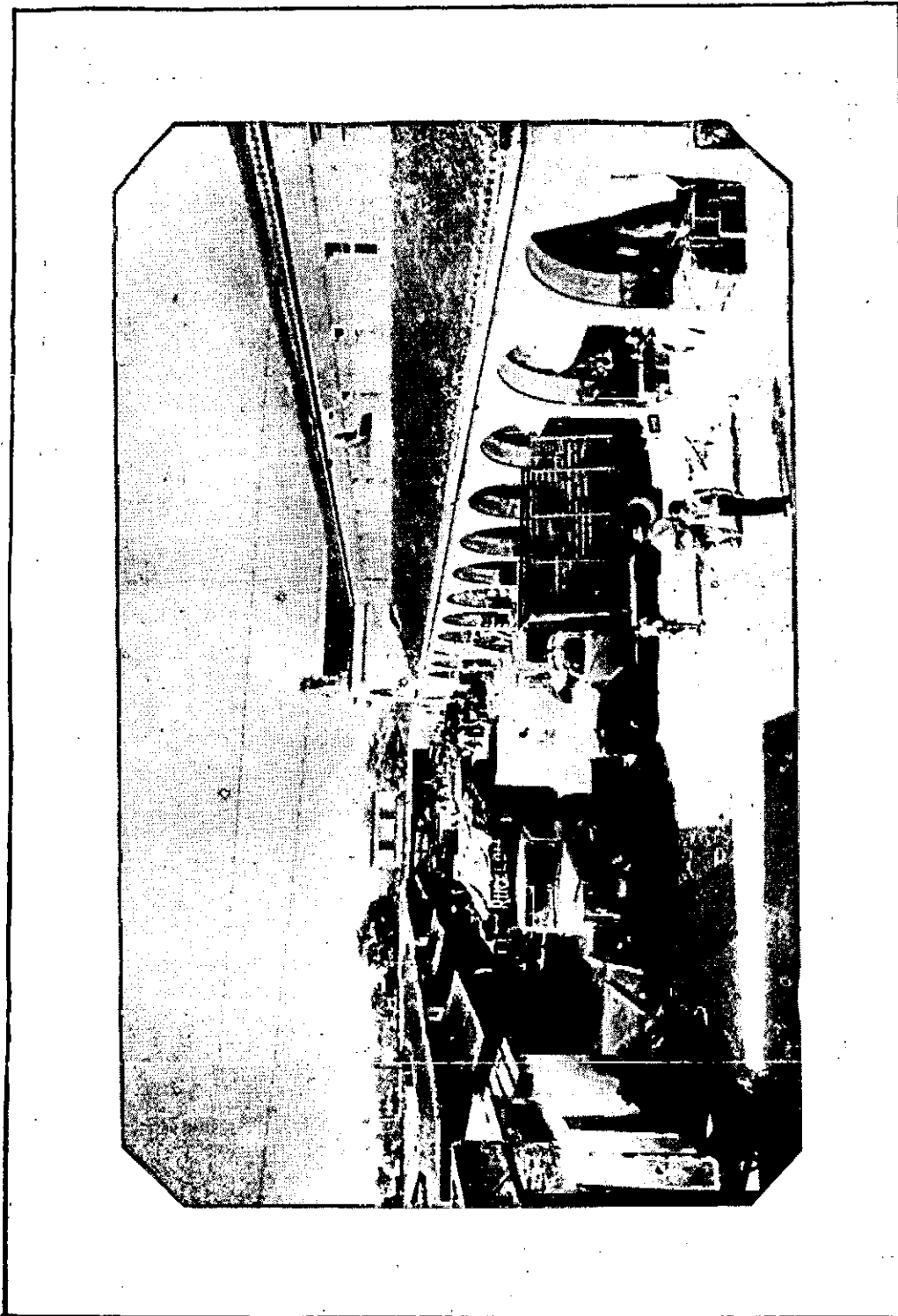
1	2	3	4	5	6	7
190	Arenas y Balboa I.D.R.	190	32	Frutas y Verduras en general.	2.000	Tiene sótano-Tiene camión.
191	Juan Murillo I.D.R.	191	32	Frutas en general	2.000	Tiene sótano-Tiene 1 camioneta.
192	Catania y Misurich I.D.R.	192	32	Frutas y Verduras (ciruelas de la zona y afuera; manzanas, tomates, etc.)	4.000	Tiene sótano-Tiene 1 camión.
193	Angel Laméndola I.D.R.	193	32	Frutas y Verduras (tomates y uvas).	5.000	Tiene sótano.
194	Suc. Papalardón I.D.R.	194	32	Tomates, Frutas.	1.000	-----
195	Carmelo Sirno I.D.R.	195	32	Papas; Cebollas y Ajos.	800	-----
196	Andrés P. Torres I.D.R.	196	32	Frutas y Verduras.	1.000	-----
197	Altamira Vda. de Morgado I.D.R.	197	32	Frutas y Verduras (tomates: zona y Norte)	4.000	Tiene 2 camiones.
198	Ferré Hnos. I.D.R.	198	64	Frutas y Verduras (tomates)	3.000	Tiene camión y sótano.
199	José Zamora I.D.R.	199	32	Frutas (carozo, naranjas).	3.000	-----
200	Playa Descarga Pescados	200	60	Pescados (Sta. Fe; Bs.As. y otras plazas).	---	(1)

(1) No se alquila a nadie en especial. Se cobra una tasa en concepto de derecho de piso al introductor de la mercadería, a razón de m\$ 10.-- x m2. x día. En verano carece, prácticamente de movimiento, a diferencia de invierno en que existe gran intensidad operativa.

1	2	3	4	5	6	7
201	Vacante	---	201 36	---	---	---
202	Andrés Cano	R.	202 36	Papa y Cebolla.	800	Tiene camión.
203	José N. Villano	Café	203 36	---	---	---
204	Norberto A. Bó	R.	204 27	Papay Cebolla.	800	---
205	Ramona Castillo	Fca. de Churros	205 9	---	---	---
206	Alberto R. Antunez	R.	206 36	Papas y Cebollas.	800	---
207	Raquel Alcanfora	R.	207 27	Verdulería al por menor.	500	---
208	Ignacio Garrido	R.	208 9	Papa y Cebollas.	800	---
209	Petrona Vda. de López	Café	209 18	---	---	---
210	Antonio Ferrari	E.	210 9	Embalaje (no vende aquí)	2.000	Chaco-Santiago del Estero.
211	Vacante	---	211 36	---	---	---
212	Rafael Latina	Café	212 36	---	---	---
213	Segunda Amalia Ruiz	R.	213 18	Verdulería al por menor.	800	---
214	Hortencia Vda. de Torres	Fca. de Churros y Pizza	214 9	---	---	---

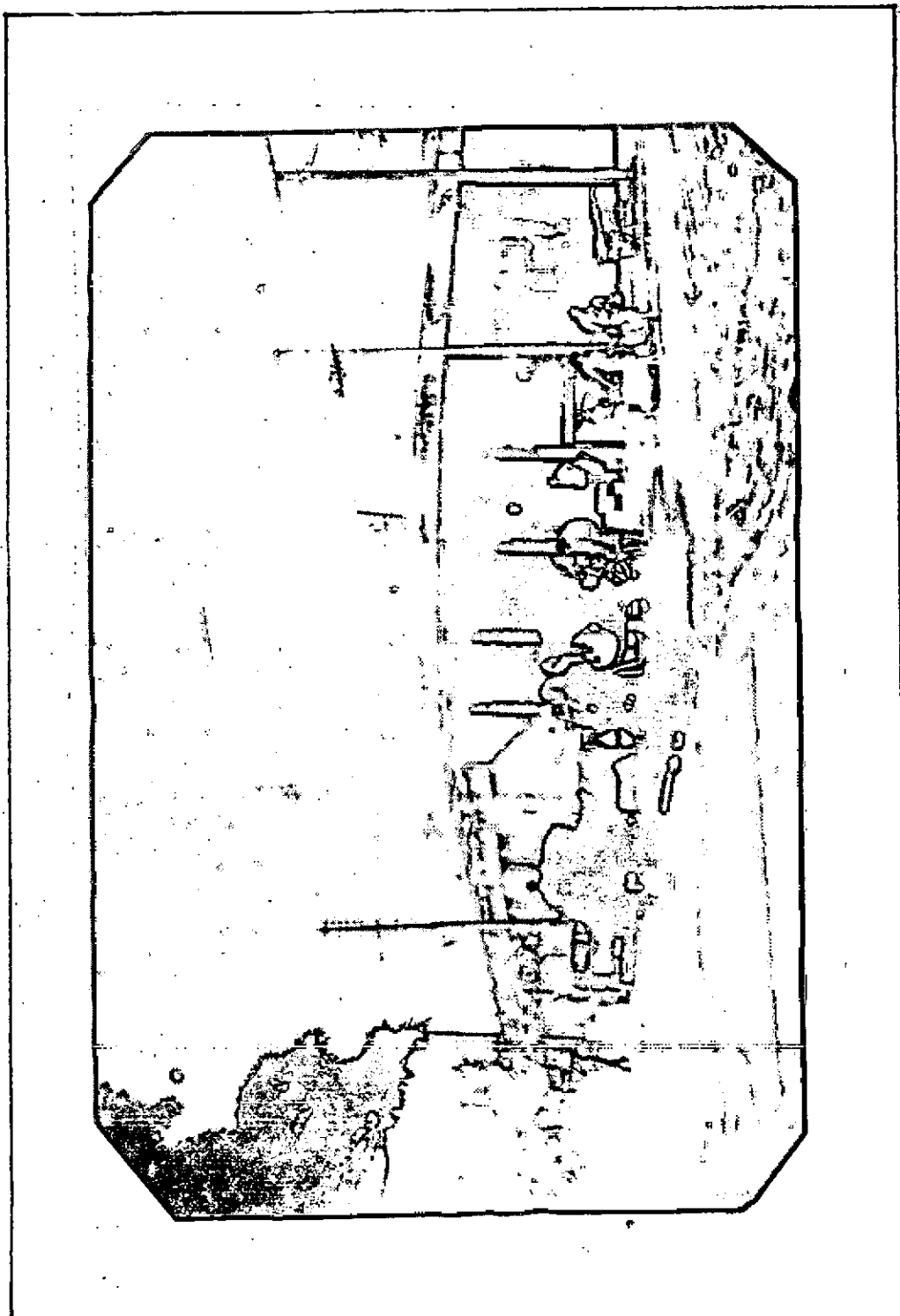
1	2	3	4	5	6	7	
215	Ramón Gallardo	R.	215	9	Verdulería	500	-----
216	Rosario L. de Giménez		216	9	Aves carneadas y huevos (local y Santa Fe).	500	-----
217	Blas Garcia	Fca.Chu rros	217	9		---	-----
218	Ernestina R.M. de César	R.	218	9	Venta de Especias	20	-----
219	Andrés Rojas	R.	219	9	Verdulería.	500	-----
220	Aurelia Argañaraz	R.	220	9	Verdulería.	50	-----
221	Ataliva Aguirre	Empa-nadas	221	9		---	-----
222	Natán Salomón	R.	222	9	Aves y Huevos.	300	-----
223	Humberto Salto	Café	223	27		---	-----
224	León y Jaime Cristal	R.	224	36	Frutas y Verduras.	4.000	Tiene 1 camión - Santiago del Estero Chaco.

SAN MIGUEL DE TUCUMAN.-



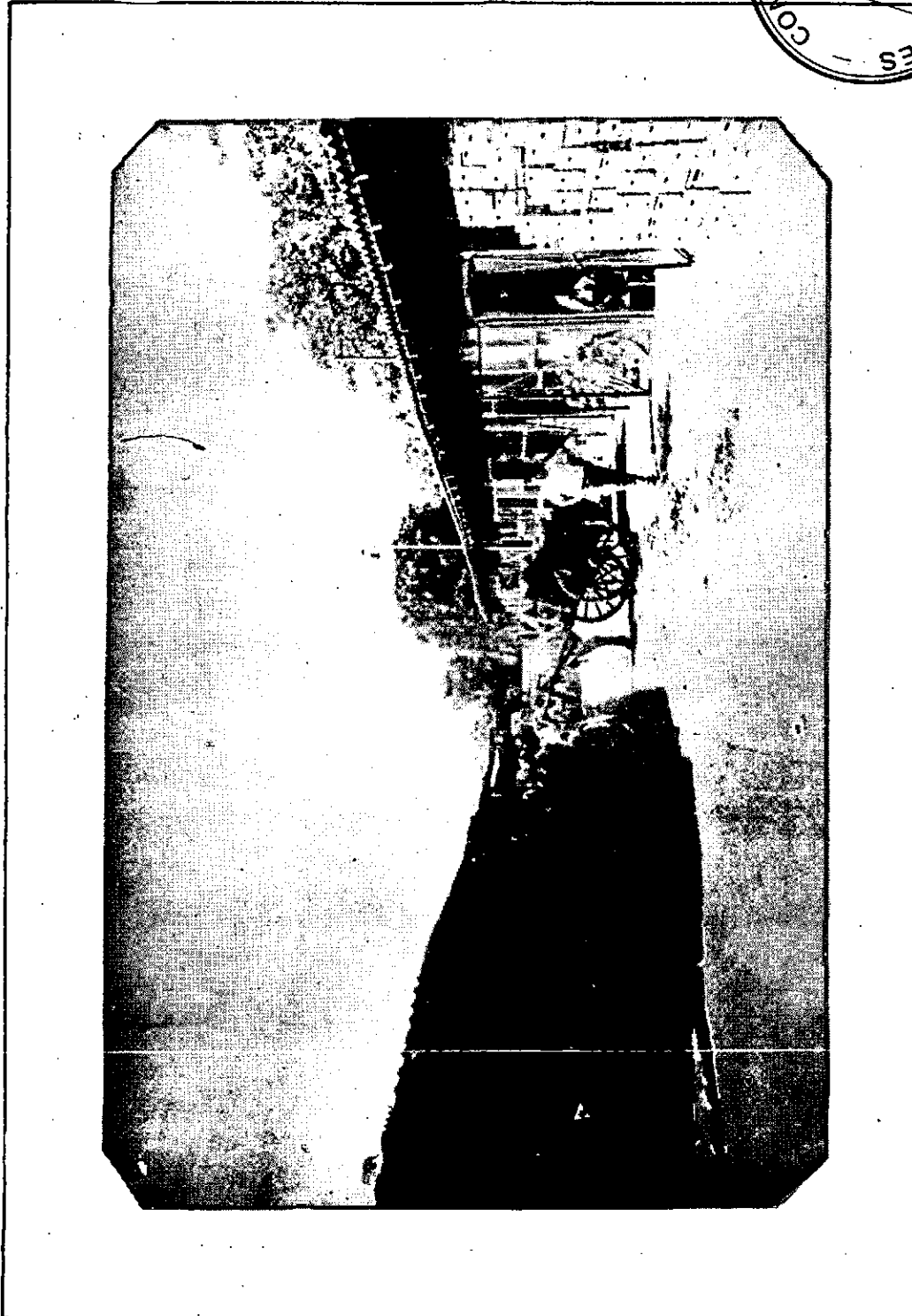
MERCADO DE ABASTO MUNICIPAL: Calle interior sobre el sector oeste, paralela a la calle Miguel Lillo.-

SAN MIGUEL DE TUCUMAN.-



MERCADO DE ABASTO MUNICIPAL: Vista exterior. Acceso al Mercado en la esquina de Miguel Lillo y Las Piedras.-

SAN MIGUEL DE TUCUMAN.-



MERCADO DE ABASTO MUNICIPAL: Calle interior, sobre el sector
este, paralela a la calle Próspero Mena.-

II - Comercios Mayoristas Ubicados Dentro de la Ciudad

Se acompaña nómina de los comerciantes mayoristas de frutas, hortalizas, verduras y productos afines instalados dentro del éjido urbano de la ciudad de San Miguel de Tucumán, y plano del Municipio con la ubicación del Mercado de Abasto, Depósitos Mayoristas, Mercados de venta al por menor, Supermercados y Feria Franca.

Los comerciantes numerados del 1 al 8 son los más importantes. Estos, introducen, distribuyen y también expiden a otras ciudades en mayor o menor proporción.

Catorce mayoristas de los mencionados tienen depósitos.

Mayoristas de Frutas, Hortalizas, Verduras y Anexos Instalados Fuera del Mercado de Abasto

Ubicación en la Ciudad de San Miguel de Tucumán

Con Depósito:

1 - ARGIRO, José	Avda. Alem 232
2 - BLASCO y RODRIGUEZ	Avda. Mate de Luna 2181
3 - FUENTES, Hnos.	Las Piedras 1777
4 - GARCIA, Gregorio	Las Piedras 1669
5 - INGALINA, Manuel	Lavalle 2260
6 - Hijos de Juan LOPEZ	General Paz 2037
7 - TRUCCO, Juan D.	General Paz 1602
8 - José LOPEZ, Hnos.	Pje. Alte. Brown 1488/90
9 - CABRERA, José	Pje. Alte. Brown 1449
10 - COSTA, Suc. de Salvador	Suipacha 366

- 11 - GALLEGO GONZALEZ, Francisco Próspero Mena 548
- 12 - ORTEGA y Cía., Juan Chile 1657
- 13 - PADILLA, Pascual Pje. Alte. Brown 1479
- 14 - VIRUEL Hnos. General Paz 1462

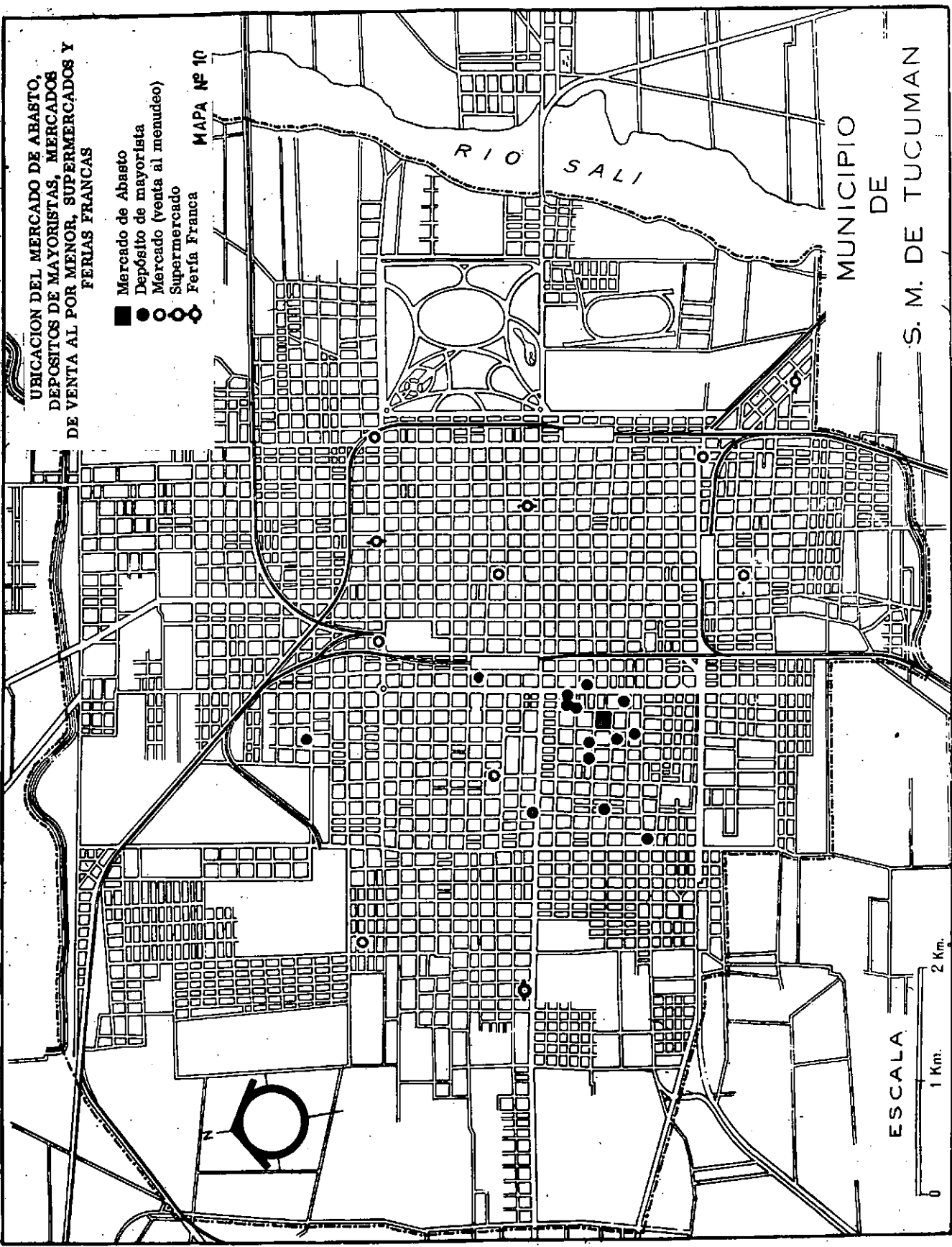
Sin Depósito:

- 1 - BAZANO, Carmelo Santiago 772
- 2 - COSTA, Luis Lucas Córdoba 336
- 3 - DOMATO, José Córdoba 939
- 4 - ESCANDAR, Miguel Avda. Mate de Luna 1410
- 5 - JIMENEZ, MARTINEZ y Cía. Las Piedras 1613
- 6 - SANTAMARINA, Antonio Lavalle 2221
- 7 - NEGRO, Ernesto Avda. Mate de Luna 2853
- 8 - SIBALDI y Cía. Guido Avda. Mate de Luna 1430
- 9 - S.A. San Miguel Avda. Juan B. Justo 1151
- 10 - SANCHEZ, Juan Próspero Mena 453
- 11 - TALASSINO, Demetrio Lavalle 1701

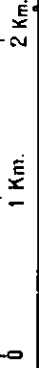
UBICACION DEL MERCADO DE ABASTO,
DEPOSITOS DE MAYORISTAS, MERCADOS
DE VENTA AL POR MENOR, SUPERMERCADOS Y
FERIAS FRANCAS

- Mercado de Abasto
- Depósito de mayorista
- Mercado (venta al menudeo)
- ◐ Supermercado
- ◑ Feria Franca

MAPA Nº 10



ESCALA



III - Venta al Por Menor de Alimentos Perecederos

A - Mercados Municipales

Por orden de importancia consignamos a continuación los principales mercados minoristas de carácter municipal que funcionan en la ciudad:

Mercado Norte;

Mercado Sarmiento;

Mercado Roca;

Mercado 9 de Julio;

Mercado Villa Luján;

Mercado Alem;

Mercado Barrio Jardín;

El primero de los citados: Mercado Norte, se encuentra ubicado en la esquina de las calles Maipú y Mendoza. Abarca más o menos unos 7.200 m². (60 x 120), o sea alrededor de media manzana. La parte comercial se desarrolla en la planta baja, mientras que en la planta alta, funcionan oficinas municipales. El subsuelo, por su parte, ofrece el problema de tener instaladas 12 amplias cámaras frigoríficas, pero, que se hallan paralizadas desde unos tres años atrás, debido a la falta de recursos municipales para atender los gastos de su arreglo (En estos momentos se estima en cerca de m\$ 16.000.000.- el presupuesto para la habilitación total de las cámaras frigoríficas citadas).

En este mercado funciona la concentración de aves y huevos.

Con respecto a los Mercados restantes, tanto el Sarmiento como

el Roca cuentan con depósitos, dedicándose todos ellos en general, a la comercialización de frutas, verduras, carnes, pescados, huevos, etc.

B. - Mercados Particulares

Entre estos se destacan los que se han dado en llamar " Supermercados ". Los más importantes son:

- Supermercado de Avda. Sarmiento;
- Supermercado "Hogar Feliz";
- Supermercado de Avda. Juan B. Justo;
- Otros menores en construcción.

De los supermercados mencionados, hemos podido precisar que el denominado " Hogar Feliz ", por ejemplo, ubicado en la Calle San Martín al 300, tiene en las inmediaciones de la ciudad quintas propias donde se abastece de frutas, verduras, etc., además de hacerlo también en el Mercado de Abasto. En materia de carne, este Supermercado tiene concertado con el Frigorífico Vallisto un contrato especial de suministro de carne procedente de Santa Fé.

En términos generales, podemos decir que estos comercios venden frutas y verduras en bolsitas de polietileno, al igual que carne, pescado y otros productos similares. También se venden artículos de fiambrería, almacén, tienda, etc., advirtiéndose poca diferencia en relación a los precios usuales de otros vendedores, aunque en calidad se percibe mejor disposición por parte de los Supermercados.

C - Mercados en Construcción

El proyecto más ambicioso, actualmente en construcción, está re presentado por el llamado "Mercado Sur", ubicado entre las calles 9 de Julio y Lavalle.

Ha sido proyectado como un gran monobloque, en cuyos subsue- los, planta baja y entrepiso habrá de funcionar con las mayores comodi- dades el Mercado propiamente dicho, mientras que los pisos superiores se destinarán a casas de departamentos. Se acompañan los planos res- pectivos para una más completa información.

Unicamente podríamos agregar que en estos instantes tiene ya construída la estructura de hormigón (costo original de esta etapa: al- go más de m\$n 8.000.000. -).

Según información de la Dirección de Arquitectura, para terminar completamente la parte destinada al Mercado habría que presupuestar el costo de las obras en unos m\$n 50.000.000. - adicionales, lo que se ve trabado por la seria situación de las finanzas municipales.

D - Comercialización de Aves y Huevos

Analizando la comercialización que se realiza en el Mercado de Abasto diremos que, aproximadamente, la venta de huevos oscila entre 500 y 600 cajones semanales, en forma promedio.

Los productos citados provienen mayormente de la Provincia de Santa Fe (Rafaela, Ceres, Sunchales, granjas vecinas a la zona de Ro- sario, etc.) y también de Entre Ríos. Esta mercadería es consumida en su integridad por la ciudad y sus alrededores, salvo en invierno, en que Tucumán abastece en una proporción cercana al 30% (se comer-

cion en el Mercado en esta época unos 100 a 800 cajones) a las ciudades de Salta, Catamarca y Jujuy, mediante distribuidores que compran en el mismo Mercado de Abasto.

La venta en éste se opera al por mayor y al por menor, siendo preponderante esta última en una relación del 80%.

Un puesto de venta comercializa por semana entre 100 y 120 cajones de huevos durante los meses de Septiembre a Enero. En cambio desde Marzo hasta Agosto la venta crece, oscilando entre 150 y 180 cajones por semana.

Respecto a la venta de aves, diremos que ésta varía entre 30 y 40 jaulas por semana en todo el Mercado, de las cuales un 50% es producción local y el resto proviene, al igual que los huevos, de las Provincias de Santa Fé y Entre Rios.

La explicación de la poca venta de estos productos en el Mercado de Abasto de Tucumán reside en el hecho de que la mayor parte de la comercialización se verifica en el Mercado Norte, ubicado en pleno centro de la ciudad, y a donde acuden, además del público consumidor, todos los hoteles y restaurantes locales.

De acuerdo a estimaciones practicadas por los mismos comerciantes de estos renglones, se calcula que la venta de aves y huevos en el Mercado Norte es diez veces superior a la del Mercado de Abasto, y ésto teniendo en cuenta que el Mercado Norte lamentablemente mantiene paralizadas desde hace algunos años las 12 amplias cámaras frigoríficas

ubicadas en el subsuelo, con cuya habilitación la capacidad comercial de estos artículos perecederos podría verse multiplicada con mayor eficiencia.

E - Pescado

La venta de pescado tiene mayor importancia durante los meses de Abril a Septiembre. Durante estos meses la venta se lleva a cabo en 8 puestos, de los cuales 3 son alquilados a la Municipalidad durante todo el año, y los 5 restantes trabajan en la playa libre, mediante el pago de una tasa diaria, en precarias y muy deficientes condiciones.

Los puestos en esta temporada venden en mayor proporción (algo más del 60%) el pescado de río (surubí, dorado, etc.) y el resto en pescado de mar.

Durante los meses de Octubre a Marzo trabajan el pescado únicamente los 3 puestos permanentes. En el transcurso de este tiempo la venta disminuye considerablemente.

La conservación del pescado se hace en heladeras a hielo, pues el Mercado no dispone de cámaras frigoríficas, a pesar de haberse previsto este aspecto cuando el mismo fue construído, no habiéndose nunca hecho realidad. Esto explica la causa del estancamiento de la venta de pescado dentro del Mercado de Abasto, pues hasta el momento la comercialización se desarrolla en pésimas condiciones.

El pescado de río que se comercializa en el Mercado es enviado mayormente por empresas pesqueras (productoras) del Chaco, y, en

particular de la localidad de Barranqueras que lo remite facturado directamente a los mayoristas. También se recibe pescado de Santa Fe.

Con el pescado de mar no ocurre lo mismo, o sea que no hay una entrega directa del productor al mayorista. El pescado de mar se recibe de Buenos Aires, desde donde lo envía un comerciante mayorista que acopia y revende producción de Mar del Plata.

IV - Venta al Por Mayor y al Por Menor de Alimentos Perecederos.

A - Análisis General del Mercado

En el Mercado de Abasto de Tucumán operan 157 mayoristas de frutas y verduras, que venden aproximadamente 99.000 Tn. en 300 días de venta anuales. Esos mayoristas ocupan 5.104 m². de puestos. El promedio de venta de cada uno de ellos es de 630 Tn., hay por lo menos un mayorista cada 2.000 habitantes, sin tener en cuenta los "pilaristas", quinteros comerciantes y expedidores importantes que no operan en el mercado. Estas últimas características confirman que los mayoristas del Mercado de Tucumán no cumplen una verdadera función como tal, sino que actúan tanto como mayoristas o minoristas, lo que se puede confirmar, observando las operaciones comerciales que practican en el local.

Es interesante notar, que esta característica se observa particularmente en los mercados de ciudades importantes donde hay producción y exportación de frutas y hortalizas hacia otras provincias (Mendoza, San Juan y Tucumán).

Las distintas especialidades observadas en los mayoristas son muy parejas en cantidad; así tenemos:

- 31 papa; ajo; cebolla y zapallo;
- 31 papa; ajo; cebolla con uno o dos productos más;
- 33 papa; ajo; cebolla con frutas y verduras varias;
- 25 verduras o frutas indiscriminadas;
- 37 verduras y frutas conjunta o indiscriminadamente.

Estos datos demuestran con mucha claridad, la falta general de especialización, característica que se suma a la citada de poca fuerza comercial.

Entre las distintas clases de especialidades no se notan variaciones notorias entre los tonelajes comercializados y la superficie disponible. Sin embargo, se puede observar que, proporcionalmente, los comerciantes en verduras comunes disponen de menos espacio que los más especializados en papa y cebolla, lo que por ser contrario a las normas técnicas revela desorganización en el Mercado. (Ver el listado detallado del mercado en el capítulo anterior).

El promedio general de coeficiente de utilización de pisos es de 20 Tn/m²/año, que a pesar de ser algo elevado no hace que el funcionamiento del Mercado pueda ser trabado por falta de espacio.

En su concepción, el Mercado de Tucumán es tipo " Pabellón ". El inconveniente general para este tipo de mercados, es decir, la dificultad para el manipuleo de la mercadería, se ve aumentado por la exis

tencia de un número considerable de comercios minoristas de varias especialidades y permitirse operar a muchos quinteros y " pilaristas " en los pocos espacios de movimiento disponibles en la estructura del Mercado.

Además de los mayoristas con puestos, opera en el Mercado un grupo que carece de ellos, utilizando las galerías centrales, normalmente previstas para facilitar el tránsito de peatones. Se los llama " pilaristas ", por trabajar debajo de los pilares del edificio central. Generalmente las mercaderías que venden las tienen en consignación, de los productores locales que no quieren perder muchas horas en el Mercado. Esta práctica es común también en Córdoba en los playeros fijos y en Rosario con los introductores de menor movimiento. En Tucumán hay 160 pilaristas, que no concurren con regularidad.

Juntamente con los pilaristas y utilizando también galerías y calles internas y externas del Mercado, operan numerosos productores locales.

En estos grupos se hace sentir seriamente la falta de " playa libre " para exposición y venta.

Fuera del Mercado hay varios mayoristas, algunos de los cuales eventualmente son importadores y exportadores importantes, que trabajan en galpones particulares. Fue posible localizar catorce de este tipo dentro de la ciudad, siendo entrevistados la mayoría de los que se encuentran ubicados cerca del Mercado.

En resumen, se puede adelantar que el tonelaje total comercializado, aunque no ha podido ser calculado, debe ser muy superior al consumo y las exportaciones, lo que revela importantes reventas entre los mayoristas. La estimación de lo comercializado por los 157 locatarios mayoristas del Mercado solamente alcanza al consumo local.

B - Análisis de la Encuesta Mayorista

De los 157 locatarios comerciantes, fueron encuestados 53. También lo fueron 21 productores y 12 pilaristas, que operan en playa libre y 8 consignatarios que lo hacen fuera del Mercado, en galpones privados.

Locatarios Comerciantes

En base a las declaraciones de los entrevistados, se pueden destacar tres grupos fundamentales, a saber:

24 con ventas inferiores a 400 toneladas anuales;

26 con ventas de 400 a 1.000 toneladas anuales;

3 con ventas de 1.000 a 2.400 toneladas anuales.

Existen muchas razones para pensar que esas declaraciones fueron voluntariamente reducidas, como ser la propia observación de los entrevistadores, los comentarios recogidos y la comparación con los datos obtenidos por estimación del personal especializado, cuyo resultado coincide globalmente con el probable consumo de la ciudad. Hay también algunas declaraciones que deben ser, por experiencia en el tema, calificadas como erróneas. El máximo declarado es de 2.400 Tn/anua-

les, para un solo mayorista, seguido por otros dos de 1.300 y 1.200 Tn/anuales, respectivamente. No se puede admitir, sobre un muestreo por demás más elevado que el promedio, que no haya más integrantes en el grupo fuerte y declaraciones más altas. Además, el promedio del grupo chico es de 169 Tn/anales, lo que igualmente es inaceptable, como tampoco puede ser que exista un 20% de mayoristas entrevistados con menos de 100 Tn/anales, es decir sólo 350 kilos por día.

En consecuencia, las declaraciones deben ser modificadas en base a las estimaciones directas. Tenemos seguidamente un gráfico que representa la distribución del número de mayoristas clasificados por tonelajes individuales vendidos, partiendo del de mayor tonelaje. Las curvas trazadas en base a las declaraciones de la encuesta y a las estimaciones, presentan características similares, con tres grupos fundamentales, pero con características más reducidas en la curva de declaraciones:

Mayoristas chicos, de 1 a 400 Tn/a. contra 200 a 700 Tn/a.

Mayoristas medianos, de 401 a 1.000 Tn/a. contra 701 a 1.700 Tn/a.

Mayoristas grandes, más de 1.000 Tn/a. contra más de 1.700 Tn/a.

Ahora vamos a analizar a los mayoristas en base a la clasificación siguiente, una vez corregidas las declaraciones:

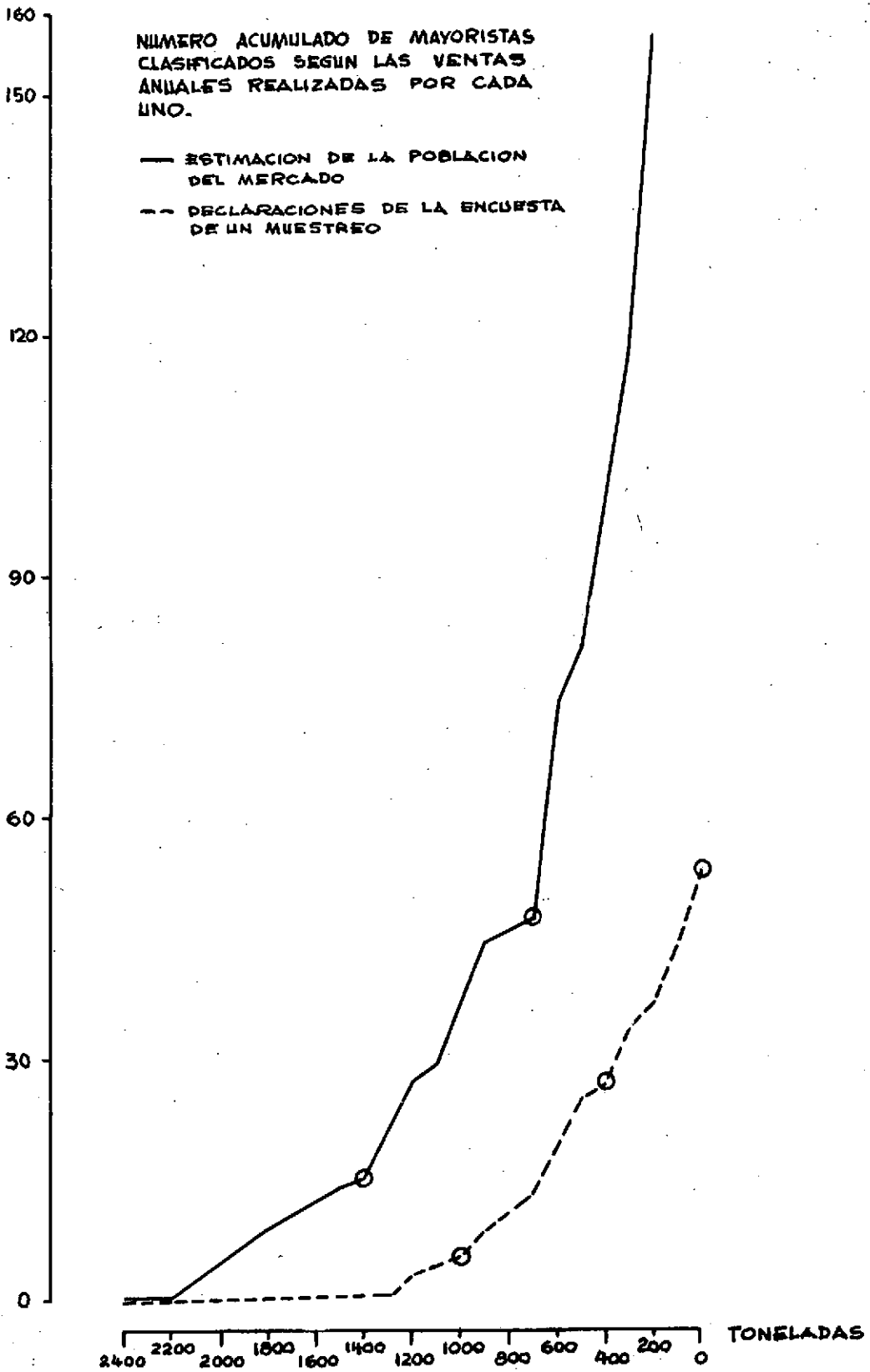
Mayoristas chicos de 1 a 600 Tn/a.

Mayoristas medianos de 601 a 1.200 Tn/a.

Mayoristas grandes de 1.201 a 2.800 Tn/a.

GRAFICO N° 1

NUMERO DE
MAYORISTAS.



Grupo de Mayoristas Chicos

Representan el 45% del total, con promedio de 300 Tn/a. Las variaciones diarias extremas van de 500 a 2,700 kilos. El número de empleados se eleva a dos. Únicamente el 12% recibe vagones completos, con un promedio de 15 Tn/a y el 25% recibe camiones completos y 75 Tn/a. Un 12% realiza expediciones con un promedio de 220 Tn/a.

La superficie utilizada en el Mercado es de 31 m² de promedio, dando un coeficiente de utilización de piso de 10 Tn/m²/año; dos mayoristas tienen puestos externos, con un promedio de 52 m².; un mayorista posee un maduradero de 50 m². El 62% realiza el 65% de sus compras a productores, el 80% efectúa el 88% de sus ventas directamente a minoristas. No se puede hacer ninguna observación característica sobre las especialidades.

Grupo de Mayoristas Medianos

Representan el 49% del total, con un promedio de 875 Tn/a. Las variaciones diarias extremas van de 1 a 7 Tn. El número de empleados se eleva a dos. Únicamente el 25% recibe vagones completos, con un promedio de 17 Tn/a. El 50% recibe camiones completos, con promedio de 115 Tn/a. Uno de los mayoristas realiza expediciones por un total de 400 Tn/a.

El promedio de superficie ocupada en el Mercado es de 46 m², dando un coeficiente de utilización de piso de 19 Tn/m²/año. Cinco de estos mayoristas tienen puestos externos, con un promedio de 165 m².

No hay maduraderos declarados. El 80% hace el 70% de sus compras a productores, mientras que el 88% realiza el 68% de sus ventas directamente a los minoristas. Tampoco en este grupo se pueden hacer observaciones características sobre las especialidades.

Grupo de Mayoristas Fuertes

Representan el 6% del total (3 mayoristas), con un promedio de 2.100 Tn/a. Las variaciones diarias extremas van de 2 a 14 Tn. El número de empleados se eleva a tres. Uno de los mayoristas recibe vagones completos, 20 Tn/a, y 2 camiones completos, 55 Tn/a. Dos realizan expediciones, con un promedio de 1.200 Tn/a.

El promedio de superficie ocupada en el Mercado es de 36 m², dando un coeficiente de utilización de piso de 58 Tn/m²/año. Uno de los mayoristas tiene un puesto externo de 64 m². No hay maduraderos declarados. El 70% hace el 75% de sus compras a productores y el 100% realiza el 60% de sus ventas directamente a minoristas.

Comerciantes Fuera del Mercado

El promedio de venta se eleva a 1.700 Tn/a, con días extremos que van de 4 a 35 Tn. El número de empleados se eleva a cuatro. El 50% de estos mayoristas recibe vagones completos con un promedio de 65 Tn/a y el 90% camiones completos con 115Tn/a. El 90% realiza expediciones, con un promedio de 1.000 Tn/a.

Utilizan locales de 280 m² de superficie promedio. El 30% de clara maduraderos de 105 m² de superficie promedio. El 100% dice

comprar el 75% de los productos directamente al productor y el 70% declara vender el 75% directamente al minorista.

Un 43% vende papa, ajo y cebolla; otro 43% idem, más citrus; un 7% citrus solo y el restante 7% verduras varias.

Pilaristas

Como ya se ha dicho, los pilaristas no son mayoristas que ocupan lugar fijo, ni tampoco participan regularmente en las operaciones del Mercado.

Según las declaraciones de los entrevistados, sin modificaciones, venden un promedio de 115 Tn/a y ocupan una persona, generalmente el dueño. La superficie utilizada generalmente se limita a 12 m². Reciben el 70% de sus mercaderías de productores y el 30% de negociantes, Una parte de la misma es recibida en consignación. El total de las ventas se hace a los minoristas.

Resumen General

Los locatarios, que comercializan 8.000 Tn/a en el grupo chico, 23.000 Tn/a en el grupo mediano y 6.500 Tn/a en el grupo fuerte, hacen un total de 37.500 Tn/a. Esta suma generalizada a todo el Mercado se eleva aproximadamente a 110.000 Tn/a.

Los comerciantes de fuera del Mercado, que declaran 11.500 Tn/a., deben representar para toda la ciudad 23.000 Tn/a.. Los pilaristas, que declaran 1.854 Tn/a. y teniendo en cuenta que no se presentan más que 200 días por año en el Mercado, deben de alcanzar una co

comercialización de 18.000 Tn/a.. Los productores, razonablemente, deben realizar un monto de operaciones equivalente al de los pilaristas.

De todo lo expuesto, surge que se comercializaría alrededor de 170.000 toneladas de frutas y verduras por año en el Mercado de Tucumán. No disponemos de encuesta que permita apreciar el valor de este dato. Sin embargo, tenemos como referencia el resultado de la encuesta de la ciudad de Córdoba, cuya población es el 220% de la de Tucumán, recordando además, que Tucumán juega un papel más importante el cuanto a reexportación.

El Mercado, dijimos, debe comercializar aproximadamente 170.000 Tn/a., de los cuales el 20% corresponde a reventas entre mayoristas, otro 20% a reexportaciones y el resto al consumo de la ciudad.

En conclusión, el Mercado de Abasto de Tucumán es un mercado de zona productora, que cumple también funciones de mercado urbano mixto mayorista - minorista. En realidad las principales operaciones al por mayor se hacen fuera del Mercado o están a cargo de algunos mayoristas del Mercado (40%), que si bien fueron entrevistados, se negaron a contestar con claridad y sinceridad.

Por la existencia de dos proyectos de modernización del Mercado mayorista, elaborados por el Instituto de Arquitectura y Planeamiento, al cual ya nos hemos referido en el capítulo IV, no nos parece oportuno profundizar el tema hasta tanto las autoridades competentes locales

adopten una decisión al respecto. Lo que queda claramente expuesto es la necesidad de modernizar la estructura y buscarle otra ubicación.

Ya se ha dicho que el problema de las exportaciones de productos de la alimentación representa para la ciudad de Tucumán la mayor preocupación. No se ha estudiado en este tomo las estructuras y medidas necesarias para satisfacer las exigencias de este sector, ya que corresponde a una parte posterior del estudio que exige que esté terminado el conocimiento nacional de consumo urbano y de las condiciones regionales de producción de productos alimenticios para el país.

En este posterior trabajo deberán estudiarse dos opciones fundamentales que se ofrecen como solución al problema de las exportaciones. La primera consiste en la creación de un Mercado de expedición, con concentración, almacenamiento, tipificación, comercialización y despacho. Dicha solución exigirá un estudio exhaustivo de su ubicación y de sus estructuras. La segunda corresponde a eliminar toda clase de intermediación física entre la chacra productora y el mayorista comprador de las ciudades de consumo, para limitar la concentración exclusivamente a las operaciones económicas, mediante la concreción de una bolsa de frutas y hortalizas. En este caso, si bien las estructuras no exigen ningún estudio, los que van a necesitarlo serán las organizaciones sindicales y oficiales para la agilización de las operaciones, la mejor seguridad del productor, la honestidad en las transacciones y el libre ejercicio de la oferta y la demanda.

ANEXO

- I - Método para Realizar la Encuesta de Cierre de Ciudad

- II - Generalidades para la Definición Física de un Mercado-Estación

- III - Formularios: a) Cierre de Ciudad; b) Encuesta Mayorista

ANEXO I

Metodo 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 notengan 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 tonelajes 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 comerciantes cada vez que se agotan y este lapso de tiempo depende 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 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 Bloqueada 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 afuera 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.

Tarea de los Agentes de Control

Normas para el Contralor de Vehículos Cargados con Verduras, Frutas, Pescado, Aves y Húevos

Entrada de vehículos

Vehículos con carga para la ciudad de Rosario.

Tarea a cumplir por todos los controles menos el de Arroyo Seco.

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.

1. Llenará el formulario consignando "Entrada en tránsito".
2. Procederá como lo indicado precedentemente en 2.
3. Realizará la operación señalada precedentemente en 3.

Tarea 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 éste.

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 Rosario

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

1. Llenará el formulario consignando "SALIDA".

Tarea a cumplir por los controles de Molino Blanco y Puente Swift.

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

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

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

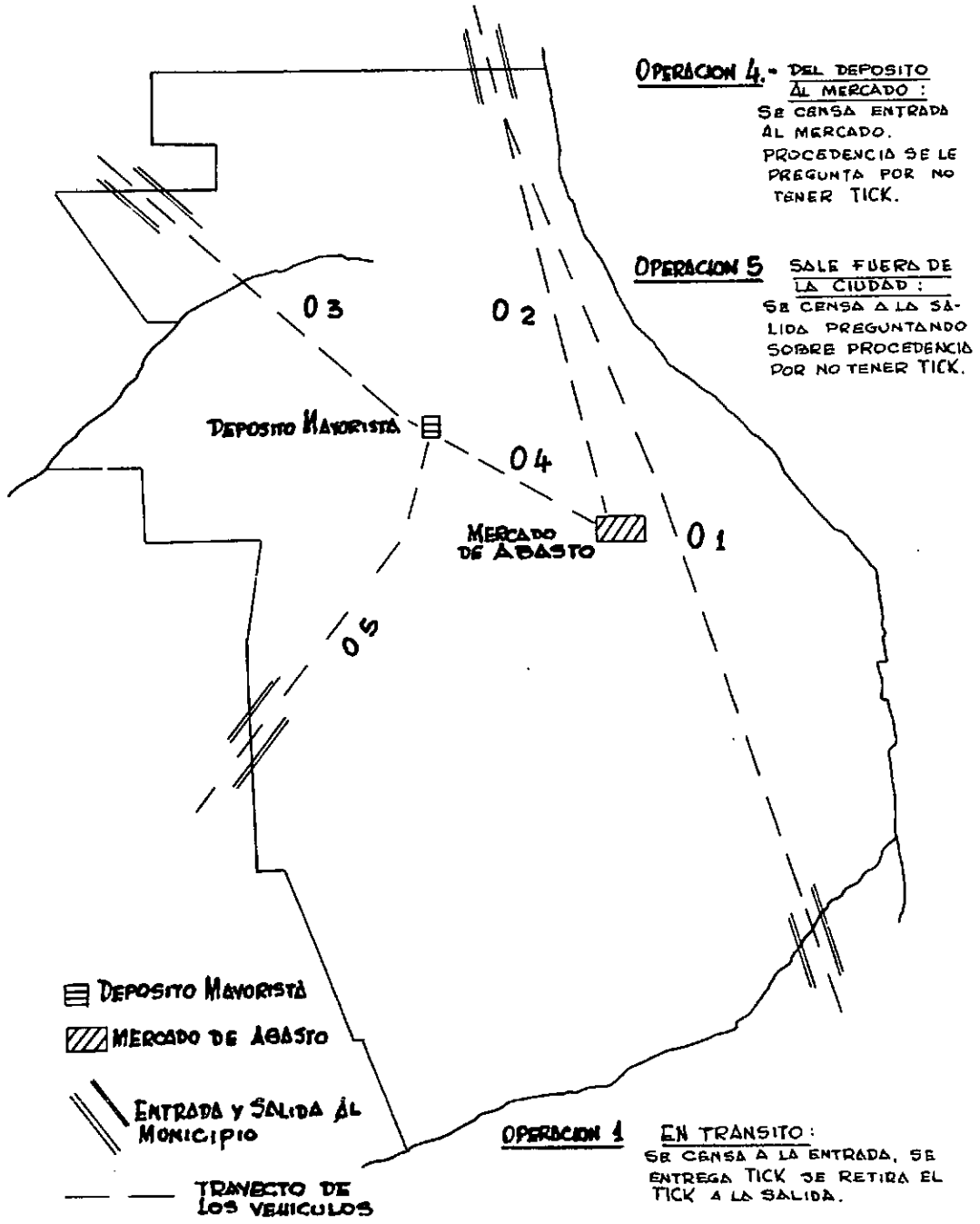
Tarea a cumplir por los controles de Molino Blanco y Puente Swift.

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

Tarea a cumplir por el control de Arroyo Seco.

1. Llenará el formulario consignando "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:
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.

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

01 OPERACION.

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

ANEXO II

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 exige un perfecto conocimiento, al instante de la compra, de toda la oferta y toda la demanda. Esta última es desde luego, mucho más constante y constituye un factor externo al mercado, directamente ligado, al número de consumidores sus gustos y costumbres de compra. Es decir que es un elemento que tanto el mayorista como el minorista, que tienen por lo general una buena experiencia

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

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

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

Como hay necesariamente en la mayoría de los casos, una descarga en los puestos 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 carrito (cada vagoneta con una carga de unos 500 kilos), medio de acarreo el más adaptado porque es el más ágil y flexible.

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

Como este medio humano está constantemente evolucionando, el mercado debe ser lo suficientemente flexible para poder adaptarse a esta evolución, es decir compuesto de superestructuras lo menos especializadas 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 Hanburgo).

- 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, te niendo un largo y un ancho no muy diferentes, y en el cual están agrupa dos todos los mayoristas.

- El Mercado Lineal está compuesto en general de varias construc ciones 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 con secuencia 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 muchos más espacios de carga y descarga frente a

los puestos mayoristas y no hay más problemas en lo concerniente a los ferrocarriles. Pero la oferta es más dispersa y los recorridos de los minoristas más importantes.

Pensamos que finalmente el tipo lineal es el más adaptado a la noción moderna de Mercado. Efectivamente, su sola desventaja, la dispersión de la oferta, es en realidad muy relativa, dado que la puede fácilmente superar por una publicidad bien hecha. Por otra parte, aún sin hablar de 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).

Es el 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 de frutas y hortalizas;
- las calles de circulación;
- las playas de estacionamiento de vehículos;
- las instalaciones de ferrocarriles;
- los andenes de carga y descarga.

Citamos, por otra parte, para recordar, los frigoríficos, los galpones, de mayoristas en pescado y aves y huevos, los edificios de

Administración y el de Intendencia, servicios ligados (agua, bomberos, puesto sanitario, etc.) y las instalaciones de interés general: restaurantes, hoteles, banco, correo, estación de servicios, etc.

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

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 un puesto de 4m. de largo (mayorista mediano, comercializando alrededor de 5 toneladas por día) una exposición 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 del 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 a preveer el estacionamiento de los camiones al lado de la vereda de exposición. Si bien es cierto que el aprovisionamiento y el desaprovisionamiento tiene que hacerse no simultáneamente como lo expondremos más adelante, esta disposición impide la posibilidad de llegada de los camiones de los compradores que efectúan compras importantes al puesto mayorista, dado que esto molestaría a los peatones.

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

En cuanto a la dimensión mínima de un puesto en el sentido longitudinal del galpón, tendríamos que fijarlo de tal manera que corresponda a la superficie necesaria al mayorista mediano. Por 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 un largo múltiple.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Cifras que hay que multiplicar por el coeficiente:

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

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

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

o sea:

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

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

lizado:

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 un m2. cada:

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

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

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

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 mts.

Calle de descarga

Esta calle está ubicada del lado del andén de descarga. Debe ser lo suficientemente ancha como para permitir a un camión simple de gran tamaño estacionar perpendicularmente en el andén (12 mts.) y que permita la circulación fácil de dos filas de camiones, en el mismo sentido (7 mts.) o sea, si se agrupa los galpones dos por dos, un ancho de $12 \times 2 + 38 \text{ a } 40 \text{ mts.}$, y si se considera el galpón aislado con

una calle para 2 x 2 filas camiones, con un ancho de:

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

Calle de circulación.

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

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 del 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 cargar o descargar camiones en caso de reexpedición fuera del mercado sin permanencia de la mercadería en los puestos.

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

Otras Indicaciones:

Playa libre:

En cada mercado, hay que preveer una "playa libre" en donde los chacareros puedan vender directamente su mercadería al minorista sin pasar por un mayorista. La superficie de dicha playa puede ser calculada

suponiendo que los chacareros comercializan directamente la mitad de la producción del "cinturón verde" correspondiente a la ciudad estudiada, tomando un promedio de 10 Toneladas de producción por hectárea y eligiendo por cada "puesto chacarero" una superficie de 35 m². (estacionamiento de vehículo del interesado y exposición de una parte de la mercadería), sobre el cual suponemos un promedio de comercialización de 20 Tn/m². por año.

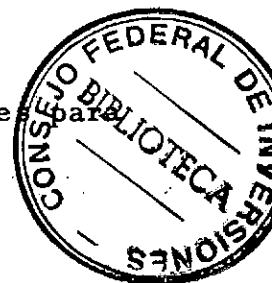
Hay interés en ubicar esta playa en el corazón mismo del mercado para lograr una mejor competencia entre productos vendidos por mayoristas y productos vendidos por productores. Los puestos "chacareros" por supuesto no son individualizados.

Clasificación del embalaje.

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

Galpones de aves y huevos, pescado - Frigorífico

Es interesante preveer también, en el Mercado galpones



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

Oficina mayoristas

En los galpones mayoristas conviene proveer, 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

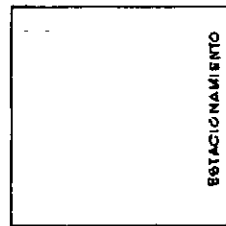
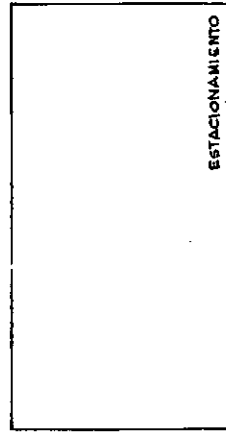
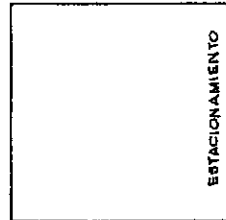
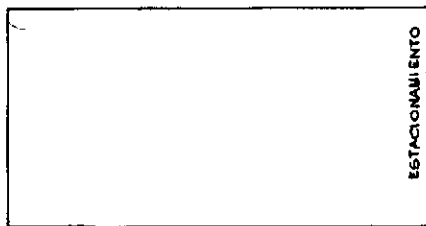
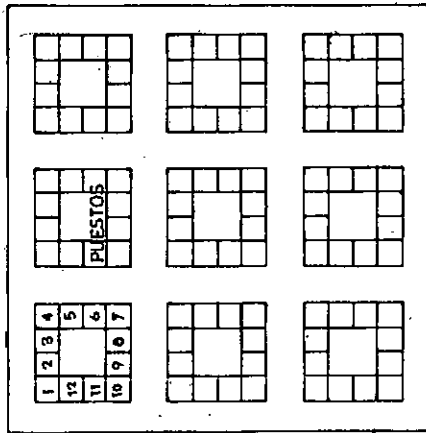
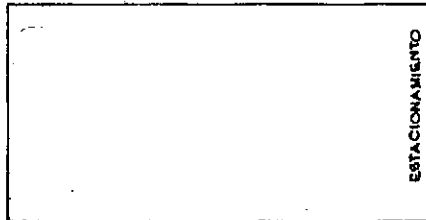
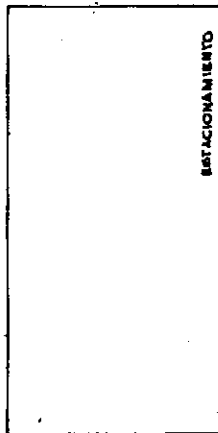
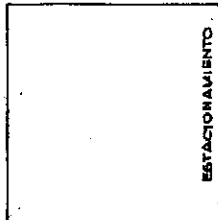
Como ya lo hemos dicho al comenzar, la función comercial del Mercado, presupone que sea perfectamente conocida la oferta, y que no sea variable. Esto trae como consecuencia que:

- 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 va-

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

ESQUEMA TIPO A



MERCADO TIPO PABELLON

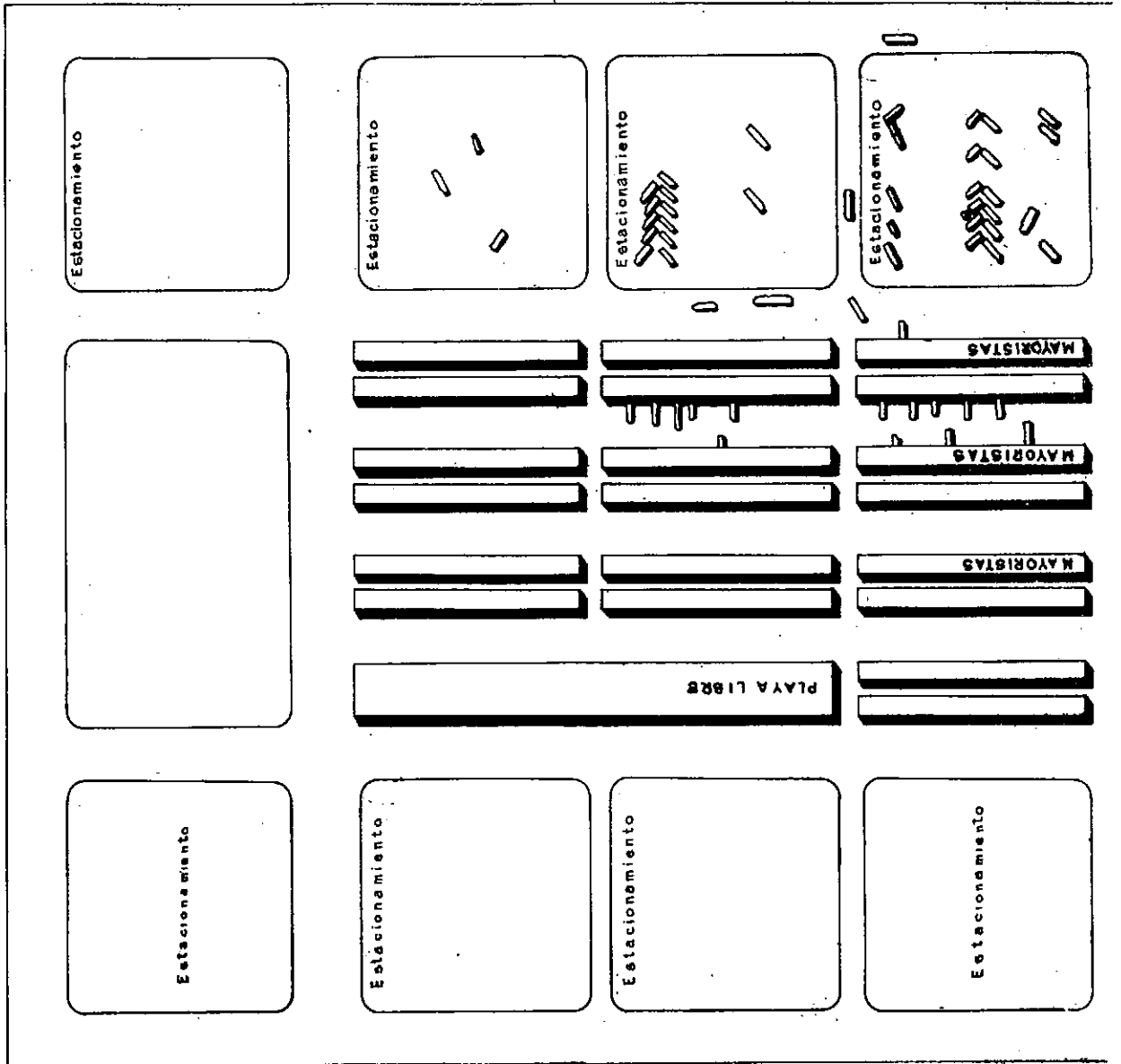
CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

Estudio de la:

COMERCIALIZACION DE LOS PRODUCTOS PARA LA ALIMENTACION

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

ESQUEMA TIPO B



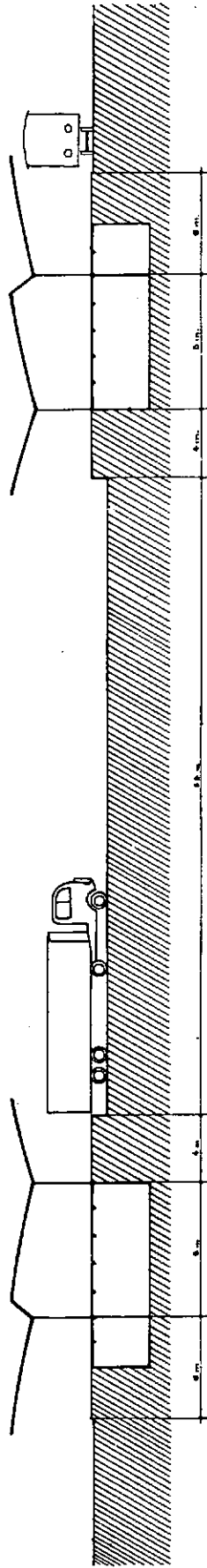
MERCADO TIPO LINEAL

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

Estudio de la:

COMERCIALIZACION DE LOS PRODUCTOS PARA LA ALIMENTACION

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



CORTE ESQUEMATICO DE UN GALPON PARA MAYORISTAS

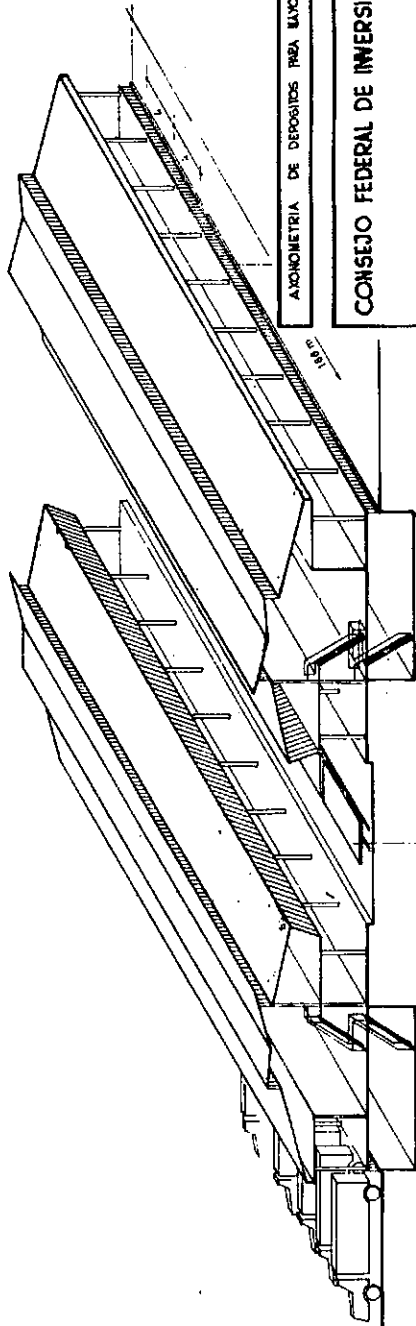
CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

Estudio de la:

**COMERCIALIZACION DE LOS PRODUCTOS
PARA LA ALIMENTACION**

ESQUEMA

PRIMERA ETAPA : Analisis

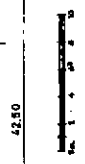


AXONOMETRIA DE DEPOSITOS PARA LABORATORIOS

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

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

ESQUEMA
 PRIMERA ETAPA: ANALISIS



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

Producto	Número y tipo de bultos	Peso Kg. Bruto unitario del bulto	No llenar	Producto	Número y tipo de bultos	Peso Kg. Bruto unitario del bulto	No llenar
Cerezas y guludas				Hinojo			
Ciruelas				Lechuga			
Damascos				Naviza			
Duraznos				Nabo			
Manzanas				Pimiento morron			
Membrillo				Pimiento comin			
Peras				Perejil			
Limonas				Porro manteca			
Mandarinas				Puerro			
Naranjas				Rabanitos			
Pomelos				Radicha			
Uva				Radicheta			
Higos				Reapa			
Paltas				Remolacha			
Bananas				Repollo			
Ananás				Repollo brúncolas			
				Saladit			
				Tomate			
				Zanahoria			
				Zapallito redondo			
Aceiga				Zapallo			
Alcaucil				Papas			
Ajo				Melón			
Apio de cabeza				Sandía			
Apio hojas				Frutilla			
Arveja							
Bataia							
Berenjena							
Berro							
Brócoli							
Cardo							
Cebolla de cabeza				Pescado			
Cebolla de verdeo				Aves			
Coliflor				Huevos			
Chaycha ballina				Varios			
Chiclo maizon							
Escarola							
Espárrago							
Espinaca							
Grelo							

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

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

Código para anotar el bulto:	Cajón	CO	Bates	HO
	Caja	CA		
	Caja	CA		

ANEXO A LA ENCUESTA MAYORISTA

formulario utilizado

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

ESTUDIO DE LA COMERCIALIZACION DE LOS PRODUCTOS DE LA ALIMENTACION

ENCUESTA SOBRE EL COMERCIO MAYORISTA
DE FRUTAS Y HORTALIZAS

GUESTIONARIO:

Capítulo 0 . Designación de la Empresa.

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

O. DESIGNACION DE LA EMPRESA

00. Razón social o Nombre y apellido

.....

01. Carácter orgánico

1. Productor independiente.

2. Asociación cooperativa.

3. Comerciante.

4. Consignatario.

5. Revendedor.

6. Otro.

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

02. Carácter jurídico

1. Individual

2. S.R.L.

3. S.A.

4. S. en comandita por acciones.

5. S. Cooperativas.

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

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

Nacional

Municipal

04. Lugares de actividad

	<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 <u>Origen Comercial de la mercadería</u>							
A que categoría de vendedor está mas acostumbrado a dirigirse el mayorista?							
	<table border="1"> <tr> <td>poce</td> <td>bastante</td> <td>mucho</td> </tr> </table>	poce	bastante	mucho			
poce	bastante	mucho					
Directamente al productor	<table border="1"> <tr> <td>x</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Cuales productos particularmente</td> <td colspan="2"></td> </tr> </table>	x			Cuales productos particularmente		
x							
Cuales productos particularmente							
A acopiador de producción	<table border="1"> <tr> <td>x</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Cuales productos particularmente</td> <td colspan="2"></td> </tr> </table>	x			Cuales productos particularmente		
x							
Cuales productos particularmente							
A comisionistas que representan los productores en la zona	<table border="1"> <tr> <td>x</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Cuales productos particularmente</td> <td colspan="2"></td> </tr> </table>	x			Cuales productos particularmente		
x							
Cuales productos particularmente							
A comisionistas que representan los productores en el centro de consumo	<table border="1"> <tr> <td>x</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Cuales productos particularmente</td> <td colspan="2"></td> </tr> </table>	x			Cuales productos particularmente		
x							
Cuales productos particularmente							
A negociantes especializados del centro consumidor	<table border="1"> <tr> <td>x</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Cuales productos particularmente</td> <td colspan="2"></td> </tr> </table>	x			Cuales productos particularmente		
x							
Cuales productos particularmente							

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

13. Tipo de envase utilizado para los productos

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

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

2. Tipo de transporte utilizado

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

100 %

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

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

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

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

230. Número y tipo de los elementos

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

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

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

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

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

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

4. Compradores y Distribuidores.

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

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

411. A cargo del comprador (medios propios).	%
412. Por transportistas	%
	100 %

42. Expedición al interior

(Debe considerarse exclusivamente toda remisión con excepción de las comunes que integran al Gran Buenos Aires).

	desde el mercado	desde lo- cales ex- ternos.
420. Tonelaje remitido en el año 1962		
4200 por ferrocarril
4201 por camión
4202 por barco
421. Número de vapores completos remitidos en el año 1962
422. Número de camiones completos remitidos en el año 1962

5. Vehículos utilizados para el transporte por la empresa.

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

51. Utilización de transportes ajenos
a la empresa.

Si No

6. Telecomunicaciones 61. Teléfono

610. Número total de líneas utilizadas

611. Número de líneas consideradas neces-
arias

62. Telex

Si No

Observaciones.



Fecha y Firma Aclarada

INDICE DE CUADROS

<u>Nro.</u>	<u>Página</u>
1 - Transferencia de población del Departamento a la Ciudad Capital. Evolución.	37
2 - Departamento Capital. Población, nacimientos, matrimonios, defunciones y crecimiento vegetativo. Evolución.	39
3 - Población y su densidad por hectárea, según radios del Censo Nacional de 1960.	42
4 - Cantidad de plantas existentes por Departamento. 1960.	48
5 - Hectáreas cultivadas de cada producto en toda la Provincia.	51
6 - Producción hortícola y frutal clasificada por Departamentos.	61
7 - Hectáreas cultivadas por Departamento en la temporada 1960-61. (cifras absolutas).	63
8 - Idem. Porcentajes.	65
9 - Firmas arrendatarias de puestos en el Mercado de Abasto, con discriminación de operaciones que cumplen, número y superficie de los puestos que ocupan, productos que comercializan y estimación en kilogramos de venta diaria.	76
10 - Precios por menor. Evolución de los precios promedios de verduras, hortalizas, frutas y pescados (promedios mensuales). Años 1958-1963.	161/163

INDICE DE MAPAS

1 - Municipio de San Miguel de Tucumán.	9
2 - Ciudad de San Miguel de Tucumán. Situación dentro de la Provincia.	13
3 - Altimetría del Municipio. Plano con curvas de nivel.	17
4 - Municipio de San Miguel de Tucumán. Comunicaciones viales y ferroviarias.	21
5 - Municipio de San Miguel de Tucumán. Intensidad del tránsito.	25
6 - Municipio de San Miguel de Tucumán. Barrios.	29
7 - Municipio de San Miguel de Tucumán. Evolución urbana.	35
8 - Municipio de San Miguel de Tucumán. Densidad demográfica.	45
9 - Superficie cultivada por Departamento en la temporada 1961-1962.	67
10 - Municipio de San Miguel de Tucumán. Ubicación del Mercado de Abasto, Depósitos Mayoristas, Mercados de Venta al por menor, Supermercados y Ferias francas.	103
11 - Diagrama de un cierre de ciudad y de mercados.	131

Nro.

Página

INDICE DE PLANOS

1 - Mercado de Abasto. 1963.	73
2 - Mercado tipo pabellón. Esquema tipo A.	149
3 - Mercado tipo lineal. Esquema tipo B.	151
4 - Corte esquemático de un galpón para mayoristas.	153
5 - Axonometría de depósitos para mayoristas.	155

INDICE DE FOTOGRAFIAS

1 - Mercado de Abasto Municipal. Calle interior sobre el sector oeste.	95
2 - Mercado de Abasto Municipal. Vista exterior.	97
3 - Mercado de Abasto Municipal. Calle interior sobre sector este.	99

INDICE DE GRAFICOS

1 - Número acumulado de mayoristas, clasificados según las ventas anuales realizadas por cada uno.	115
--	-----

INDICE DE ANEXOS

I. Método para realizar la encuesta de "cierre de ciudad".	125
II. Generalidades para definición física de un mercado-estación.	133
III. Formularios.	
a) Cierre de ciudad.	157
b) Encuesta mayorista.	159