

0

H. 422

G 15 d

IV

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

PROVINCIA DE CORDOBA

DOCUMENTO N° 4

RECOMENDACIONES PARA ENCARAR LAS TAREAS  
DE TRANSFERENCIA

NORBERTO AMADEO GENTILI



- AGOSTO 1982 -

27644

## T E M A R I O

### CAPITULO I

#### LAS ETAPAS DE TRANSFERENCIA

1. INTRODUCCION
2. IMPLEMENTACION DE LA TRANSFERENCIA
3. DEFINICION DE LA ACTIVIDAD Y DE SUS PRO-  
TAGONISTAS.

### CAPITULO II

#### LAS COMISIONES

1. COMISION DE CONCERTACION
2. COMISIONES OPERATIVAS

O  
H.422  
615d

### CAPITULO III

#### PROYECTO DE REGLAMENTO DE LAS COMISIONES

IV

## CAPITULO I

### LA ETAPA DE TRANSFERENCIA

#### 1. INTRODUCCION:

Se denomina Transferencia al conjunto de tareas, disposiciones y cursos de acción tendientes a lograr la puesta en marcha del nuevo Mercado, en condiciones que permitan obtener y cumplir los objetivos básicos determinantes de su creación. Esto es, posibilitar que el nuevo Mercado opere en un marco de transparencia y eficiencia global de las actividades comerciales y funcionales que en él se desarrollarán.

Resulta fácil comprender, pues, la importancia y complejidad de las tareas a desarrollar por parte de la autoridad o ente encargado de implementar la puesta en marcha y administración del mercado, en lo que respecta a la denominada etapa de transferencia, puesto que se trata de alcanzar una real transformación en un medio comercial altamente resistente a los cambios, con estructuras fuertemente consolidadas en torno a esquemas de funcionamiento rutinarios y obsoletos, apegado a un sistema comercial "cerrado" y carente de "transparencia".

Si bien la puesta en marcha del nuevo mercado aparece a primera vista como un simple traslado

de ámbito físico para los actuales operadores del viejo mercado, es evidente que el objetivo de construirlo y hacerlo operar no estaría justificado con la sola mudanza del medio físico, aunque con ello se logren algunos beneficios de orden funcional y urbanístico.

Por otra parte, dadas las características del medio comercial que se mueve dentro del mercado, la simple imposición de nuevas condiciones operativas o de pautas de comercialización modernas, no es garantía de cumplimiento por parte de los operadores, si ellos mismos no asumen consciente y racionalmente el proyecto y no adoptan algunos principios básicos de readecuación funcional y comercial con vistas a su inserción en el nuevo sistema.

La etapa de transferencia va, incluso, más allá de quienes serán los usuarios del Mercado, puesto que alcanza también al sector público y a los consumidores en general, quienes deben ser debidamente informados del proyecto, para asumirlo y contribuir, en su esfera de acción, a la consecución plena de sus grandes objetivos, por tratarse de un servicio público destinado a satisfacer una necesidad vital de la comunidad.

## 2. IMPLEMENTACION DE LA TRANSFERENCIA

A través de la definición genérica anteriormente expuesta, de la que surge con evidencia la importancia relevante de la adecuada implementación de la etapa de transferencia, puede establecerse, apriori, una subdivisión del conjunto de tareas a llevar a cabo para arribar a la puesta en

marcha del nuevo mercado.

Estas tareas que seguidamente se enunciarán, son convergentes y pueden superponerse en el tiempo, aunque con variantes en el ritmo según la mayor o menor proximidad del traslado y funcionamiento efectivo.

- 2.1. Tareas de difusión: Destinadas a informar a los operadores y público en general sobre las características del proyecto y los objetivos que se persiguen.
- 2.2. Tareas de Concertación o Conciliación: Estas tienen por objeto convenir con los futuros operadores las condiciones y el comportamiento que deberán reunir para actuar en el mercado, a la luz del modelo comercial y operativo establecido por la autoridad operativa del proyecto. Este conjunto de tareas constituye el núcleo central del objetivo transferencia, por cuanto de su adecuada y ajustada realización depende, en gran medida, el cumplimiento de los fines buscados en materia funcional y comercial.
- 2.3. Tareas de preparación del traslado: Consisten en la preparación de la transferencia de los operadores del viejo mercado al nuevo. Los registros, el equipamiento, los cursos de capacitación, el dictado de los reglamentos funcionales, hasta la mudanza propiamente dicha.

Debe tenerse en cuenta que en el

presente trabajo, el Consultor pretende solamente proveer de elementos de análisis y de cursos de acción no taxativos sino enunciativos, para llevar adelante todo el proceso de transferencia a cargo de la autoridad operativa. Obviamente, las orientaciones propuestas irán adaptándose a las realidades concretas que se presenten durante la ejecución del proyecto, mediante los ajustes y readecuaciones que sugieran los casos prácticos que se presenten.

### 3. DEFINICION DE LA ACTIVIDAD Y DE SUS PROTAGONISTAS

Hemos expresado al enunciar la subdivisión de tareas de la etapa de transferencia, que las denominadas de Concertación o Conciliación asumen una singular importancia, porque de ellas surgirán las condiciones que efectivamente marcarán el definitivo funcionamiento del nuevo mercado y el mayor o menor grado de obtención de los resultados buscados.

De allí que para bosquejar el universo de los destinatarios finales de dichas tareas, resulta necesario exponer objetivamente quienes y cómo son, en la actualidad, los protagonistas -operadores- del sistema de comercialización mayorista frutihortícola actualmente existente en Córdoba.

Una primera caracterización de los operadores consiste en agruparlos en:

- 1) Operadores mayoristas (vendedores)
- 2) Operadores minoristas (compradores)

En el agrupamiento de vendedores mayoristas, los roles pueden subdividirse en :

- Productores que venden su propia producción.
- Consignatarios
- Comerciantes mayoristas
- Otros.

### 3.1. Los productores

Este sector de operadores está constituido por pequeñas unidades productivas ubicadas en el cinturón verde de la ciudad, cuya participación en el volumen de la oferta es poco significativa, por tratarse de producciones estacionales y casi exclusivamente limitadas al sector de hortalizas de hoja. Su dispersión y atomización consitituyen un freno para la expansión de su influencia comercial.

Las tareas de concertación dirigidas a este sector deben apuntar al logro de los siguientes resultados:

- 3.1.1. Redimensionamiento y estímulo a los agrupamientos del sector (organización de cooperativas, centrales de empaques y transporte, planificación de los ciclos productivos, la interrelación entre las zonas de producción)

- 3.1.2. Asistencia técnica para alcanzar mejores niveles de rendimientos, tipificación de productos, normalización de envases, adecuado uso de plaguicidas, sistema de riegos, etc. etc.

- 3.1.3. Uso adecuado de la "información del mercado".

Debe advertirse que algunos de los resultados citados serán factibles de alcanzar mediante una acción concertada entre el ente operador del proyecto y reparticiones públicas provinciales y/o municipales con competencia en tales temas específicos. En igual sentido, cabe señalar que el nuevo mercado constituirá un factor positivo de inducción al redimensionamiento y organización del sector productor local, al ofrecer condiciones favorables para su acceso al espacio físico, detentado hoy por estructuras comerciales muy consolidadas y que imponen "las normas de comportamiento" al mercado.

La realización de un "censo" o "relevamiento" del cinturón verde permitirá conocer con mayor profundidad las características y potencialidad de este sector, a la vez que con ello se asegurará una relación fluida y directa con estos pequeños productores, muy reacios al diálogo y fuertemente individualistas; debe fomentarse la constitución de asociaciones de tipo gremial que permitan unificar la representación del sector para tener interlocutores válidos que asuman orgánicamente la defensa de sus intereses y estén dotadas de la "credibilidad" necesaria a fin de influir en la toma de conciencia de las ventajas que les ofrece la puesta en marcha del nuevo mercado.



### 3.2. Los mayoristas y consignatarios:

En este sector, constituido por introductores de grandes volúmenes mayoristas de primera o segunda venta, sean comerciantes o consignatarios o que cumplen ambas funciones a la vez, radica el poder real de la actividad comercial que se desarrolla en el mercado de Córdoba, y que, deben ser ajustadas al nuevo modelo operativo del MERCONCOR. En consecuencia, en la labor de concertación y conciliación que debe llevarse a cabo con los mismos, de lo que se trata no es de menoscabar la función que cumplen ni restarles la relevancia económica que ejercen, sino de que tales funciones se acoplen a un nuevo sistema comercial, más eficiente y más "transparente", esto es, que ese poder económico hoy en día orientado a maximizar la rentabilidad de las empresas, se reoriente hacia fines con mayor utilidad social, aspecto éste básico en todo servicio público.

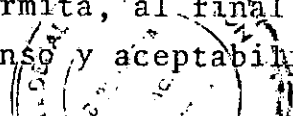
La mayor dificultad para llevar a cabo una concertación que desemboque en resultados positivos, como ya se dijo, estriba en la resistencia al cambio que es característica en esta actividad, que siempre ha impuesto -per-se- las "reglas del juego" del sistema comercial y que tiene "razones" de peso para tratar de mantener intactas sus facultades y su "poder de decisión".

El hecho de que el proyecto del nuevo mercado apunte a dotar a la comercialización mayorista frutihortícola de Córdoba de un sistema de información, de horarios de funcionamiento, de normas relativas a la documentación de las transacciones, de normas de tipifica-

ción, etc. etc., todo ello enderezado a lograr un mercado "transparente" en el mecanismo de formación de los precios y en la difusión de las operaciones, puede hacer aparecer al mercado, desde la óptica de los comerciantes, como un avance del poder público que puede afectar sus intereses y su libertad comercial.

Este preconcepto, que de acuerdo a la experiencia nacional e internacional constituye una constante en el comportamiento del sector, tiene que ser enfocado con criterio realista y práctico, con el objeto de lograr una efectiva "participación" de los futuros usuarios en la formulación de las pautas de funcionamiento del mercado.

Este concepto de participación implica, a nuestro juicio, hacer asumir a los operadores la idea central del proyecto, convertirlos en colaboradores directos de toda su implementación y puesta en marcha, tratando de alcanzar, en el curso de las negociaciones, un adecuado equilibrio entre los intereses particulares en juego y los objetivos prioritarios del proyecto. Esto significa ajustar la hipótesis de máximos resultados previstos del nuevo mercado, para avanzar en la concertación-hacia un terreno de graduales concesiones que permita, al final, preservar, con un razonable nivel de consenso y aceptabilidad, los objetivos sustanciales.



La circunstancia de que en el caso Córdoba se trata de trasladar a los operadores de un medio físico obsoleto y carente de toda funcionalidad, a

otro organismo dotado de evidentes ventajas en orden a las comodidades de que dispondrán los usuarios, es un factor positivo para favorecer la concertación, por la sola virtualidad de tal variable.

Por otra parte, el nuevo mercado debe aparecer como la mejor alternativa comercial para el sector, aún frente a probables intentos de oposición por medio de proyectos "alternos" que basen su atracción en la posibilidad de mantener la "libertad" operativa que en la actualidad ejercen.

La existencia entre los actuales operadores de diversos estratos en su-escala comercial, será un factor condicionante de los comportamientos que asumirán en la etapa de concertación, y debe ser un elemento de ponderación en la conducción de las negociaciones, orientando la gestión en la tesitura de aunar criterios y acercar posiciones encontradas, debiendo el ente operador ejercer y proyectar una imagen de árbitro equidistante y armonizador.

El medio práctico que concebimos para llevar a cabo estas tareas de conciliación y Concertación de la transferencia, es la constitución de Comisiones de Trabajo, según las materias de su competencia, deben integrarse con Asociaciones o empresas representativas de los distintos estamentos que componen la producción y la comercialización frutihortícola de Córdoba. El asesoramiento técnico y la coordinación debe ser realizada por el sector público.

Estas Comisiones, cuya definición por materia se menciona más adelante, deben actuar en el marco de una reglamentación funcional que facilite su desempeño y que vaya creando, paulatinamente, esa sensación de participación a la que nos referimos anteriormente; es indudable que en los debates y conclusiones a que arriben, se configurarán las posiciones finales que cada sector sostendrá llegado el momento de convenir el traslado y la instalación en el nuevo mercado.

La necesidad de armonizar esas posiciones y acordar reglas de juego uniformes en la operación del mercado deberá ser encarada por una Comisión que denominaremos de Concertación, que analizará los despachos de las comisiones Operativas y propondrá las bases de definitivas del sistema operacional que pretenden.

## CAPITULO I I

### LAS COMISIONES

#### 1. COMISION DE CONCERTACION

##### Desarrollo de los temas

- . Definición del Modelo Operativo del MERCONCOR.
- . Tratamiento de los despachos de las comisiones operativas. Coordinación Global.

#### 2. COMISIONES OPERATIVAS

##### -Desarrollo

##### 2.1. COMISION DE PRODUCCION FRUTICOLA

###### 2.1.1. Requerimientos de y/a la producción

- Participación de los productores en la comercialización.
- . Posibilidades
- . Formas Requerimientos

- Planificación
  - . Formas de operar
  - . Información
  - . Interrelación entre zonas
  - . Requerimientos
- Estructura productiva. Organización y agrupamiento de la producción. Medidas.
- El MERCONCOR como medio para la obtención de los objetivos de la producción.
  - . Requerimientos operativos
  - . Requerimientos físicos.
- Tipificación.
  - . Exigencias normativas. Aplicación.
  - . Capacidad y equipamiento.
  - . Posibilidad de aplicación de normas transitorias.

## 2.2. COMISION DE PRODUCCION HORTICOLA

Igual desarrollo que la Comisión de Producción Frutícola.

### 2.3.. COMISION DE COMERCIALIZACION FRUTI-HORTICOLA

- Función de los Productores-Comerciantes, Mayoristas y Consignatarios en el MERCONCOR. Incompatibilidades y compatibilidad.
- Diferentes formas de transacciones.
- Sistemas de venta.
- Incidencia del MERCONCOR en el dimensionamiento y número de operadores vendedores.
- Tutela de competencia.
  - . En el MERCONCOR
  - . Entre los circuitos paralelos y el MERCONCOR.

### 2.4. COMISION DE DEFINICION DE USUARIOS Y CRITERIOS DE ADMISION.

- Operadores del sistema: Definición de tipos o categorías.
- Exigencias de admisión:
  - . Antecedentes.
  - . Recaudos administrativos.
  - . Garantías.
  - . Volúmenes y especies a comercializar.

- . Pre-convenios con futuros usuarios.

## 2.5. COMISION DE TRANSACCIONES COMERCIALES.

### - Transacciones

- . Ventas en grandes cantidades
- . Ventas por bultos.
- . Circuito directo productor-minoristas agrupados.
- . Remates.
- . Ventas a mayoristas. Reventas en el mercado.
- . Desarrollo del servicio completo y de otras hipótesis de evolución de las distintas formas de venta.

### - Horarios de funcionamiento

- . Análisis del período de abastecimiento.
- . Análisis del período de compra-venta.
- . Análisis del período de información.
- . Análisis del período de limpieza.

### - Sistema de control físico y administrativo.



- . Determinación de controles físicos y administrativos relacionados con la operación comercial.
- . Controles de entrada y salida.
- . Guías: remitos. Instrumentación. Obligatoriedad. Sanciones por incumplimientos.
- . Procesamiento de la información de ingresos de productos. Determinación oferta del día.
- . Registración de las operaciones o transacciones.
- . Verificaciones e inspecciones. Sistemas.
- . Los remanentes. Determinación y control.
- Sistema de informaciones
  - . Requerimientos de información interna y externa.
  - . Elementos de información básicos.
  - . Tableros o pizarras indicadoras de ofertas y precios. Edición de boletines o informativos. Distribución.
  - . Difusión externa de la información. Red de interconexión con otros mercados y zonas de producción.

- Diagrama de operaciones

- . En base al desarrollo de los temas anteriores, diagramar las operaciones a realizarse en el MERCONCOR, considerando: a) frecuencias; b) vo\_lúmenes; c) tiempos, etc. que requiera estimativamente cada operación

## CAPITULO I I I

### PROYECTO DE REGLAMENTO DE LAS COMISIONES

#### I. COMISION DE CONCERTACION:

Art. 1º: La Comisión de Concertación tendrá por misión analizar y emitir opinión sobre los despachos producidos por las comisiones operativas.

Art. 2º: Serán sus funciones:

- a) Producir despachos sobre las cuestiones de su competencia.
- b) Proponer fórmulas de acuerdo en casos de discrepancias en los despachos de las comisiones.
- c) Requerir información ampliatoria sobre los despachos producidos por las comisiones de trabajo.

Art. 3º: La Comisión de Coordinación y Síntesis se compondrá de:

- a) Cinco (5) miembros designados por el ente operador de entre los delegados de las asociaciones.
- b) Cinco (5) miembros designados a título personal por el ente operador entre figuras representativas de la actividad privada o de técnicos de reconocida solvencia en la materia.

Art. 4º: La Presidencia de la Comisión será ejercida por un funcionario del ente operador y serán sus funciones:

- a) Convocar a las reuniones y dirigir su deliberación.
- b) Elaborar el orden del día de las reuniones.
- c) Suscribir las actas y demás comunicaciones de la Comisión.
- d) Coordinar y supervisar el desarrollo de las actividades de las comisiones de trabajo.
- e) Remitir al ente realizador los despachos o dictámenes que produzca la comisión.

Art. 5º: La Comisión se reunirá en forma ordinaria una vez por mes y extraordinariamente cuando sea convocada por la Presidencia.

Art. 6º: En las reuniones se tratarán exclusivamente las cuestiones incluidas en el orden del día, el que se hará conocer a cada miembro con una anticipación mínima de cinco días, con remisión de copias de los asuntos a considerar.

Art. 7º: La Presidencia, previa consulta con los miembros, determinará el plazo en que deberá expedirse la Comisión sobre cada asunto sometido a su consideración.

Art. 8º: La Comisión se reunirá válidamente con la presencia de la mitad más uno de sus integrantes, a la hora fijada en la convocatoria. No reuniéndose quorum en la oportunidad indicada, la reunión podrá celebrarse media hora después con cualquier número de miembros presentes.

Art. 9°: Se labrará acta de cada reunión, que será suscripta por el Presidente y el miembro que se designe al efecto. Se habilitará un registro de asistencia de los miembros a las reuniones.

Art. 10°: La Comisión producirá un despacho fundado por cada asunto o tema considerado, en el que se harán constar, en su caso, las opiniones disidentes y sus respectivos fundamentos.

Art. 11°: En todos los casos en que la Comisión requiera a las comisiones de trabajo informaciones ampliatorias o sugiera fórmulas de acuerdo en los despachos contradictorios, establecerá un plazo perentorio para que las mismas den cumplimiento a lo solicitado.

## 2. COMISIONES OPERATIVAS

Art. 1°: Las comisiones de trabajo tendrán por misión analizar y emitir opinión sobre los temas y cuestiones relativos al proyecto MERCONCOR que el ente operador someta a su consideración. Este remitirá la documentación técnica que deberá ser analizada.

Art. 2°: Cada comisión se compondrá de un número mínimo de tres miembros y, como máximo, de un número igual al de las asociaciones o entidades que han designado representantes.

Art. 3°: La coordinación de cada comisión será ejercida por un funcionario público integrante del ente operador del MERCONCOR.

Art. 4°: Serán funciones del Coordinador:

- a) Convocar a las reuniones de la comisión y dirigir sus deliberaciones.
- b) Suscribir los despachos, actas y demás comunicaciones emanadas de la comisión.
- c) Elaborar el orden del día de las reuniones y designar relatores.
- d) Fiscalizar el cumplimiento de los plazos de expedición de los despachos que fija el ente operador y establecer los correspondientes a los temas cuyo tratamiento se origine en la propia comisión.

Art. 5°: La secretaría de la comisión estará a cargo de un funcionario del ente operador y tendrá por funciones:

- a) apoyar administrativamente el funcionamiento de la comisión.
- b) dar curso a las directivas y comunicaciones emanadas de la Presidencia.
- c) Elaborar las actas de las sesiones y los despachos
- d) Dirigir y fiscalizar al personal administrativo afectado a la comisión.

Art. 6°: La comisión se reunirá en forma ordinaria una vez por mes y extraordinariamente cuando sea convocada por el Coordinador.

Art. 7°: En las reuniones se considerarán exclusivamente las cuestiones incluidas en el orden del día, el que se hará conocer a cada miembro con una anticipación mínima de cinco días. Cuando se incluya en el temario el estudio de documentos que el ente operador someta a consideración de la comisión, se acompañarán con

la citación las copias respectivas.

Art. 8º: La comisión se reunirá válidamente con la presencia de la mitad más uno de sus integrantes, a la hora fijada en la convocatoria. No reuniéndose quorum en esa oportunidad, la reunión podrá celebrarse con cualquier número de miembros presentes media hora después.

Art. 9º: La Comisión producirá un despacho fundado sobre cada asunto o toma considerado, en los plazos establecidos, en el que se harán constar, en su caso, las opiniones dispares y sus fundamentos.

Art. 10º: Se labrará un acta de cada reunión, que será suscrita por todos los miembros presentes una vez aprobada. Los despachos de la comisión serán elevados a la Comisión de Concertación. Asimismo, se remitirá copia de cada despacho para conocimiento de las demás comisiones, las que, en su caso, harán conocer su o pini<sup>o</sup>n fundada a la Comisión de Concertación.

Art. 11º: Los representantes designados por las asociaciones o entidades del sector privado que integren las comisiones, deberán estar investidos de mandato suficiente para comprometer la opinión de su representada en los debates y despachos que se produzcan sobre los temas tratados.

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

PROVINCIA DE CORDOBA

DOCUMENTO N° 5

DISEÑO DEL CENSO

NORBERTO AMADEO GENTILI

- - AGOSTO 1982 -



## CAPITULO I

### 1. INTRODUCCION

La composición del futuro mercado debe interrelacionar distintos aspectos de la actividad fruti-hortícola, a los efectos de producir una real y efectiva competencia espacial. Debe tenerse en cuenta que los grandes mercados lineales tienen como restricción comercial su amplitud. Si no se compone adecuadamente se corre el riesgo de tener un mercado disperso con puntos de atracción y alta actividad y puntos marginales. Se puede llegar a dar el caso de que en un mismo ámbito físico existan diferentes mercados. Esto atentaría contra la racional utilización del espacio y contra la adecuada formación de los precios. La única manera de neutralizar esta tendencia es conformarlo en áreas concéntricas superpuestas interrelacionando especies, características operacionales y embergadura de los distintos vendedores u oferentes fruti-hortícolas.

El comprador debe encontrar todas las especies en oferta presentadas por los distintos operadores en un reducido recorrido e introduciéndose en los pabellones por cualquiera de los diferentes puntos de acceso.

Para poder llegar a conformar un mercado polivalente, se debe tener un conocimiento profundo y detallado de todos y cada uno de los futuros operadores. Un censo constituye el elemento base para hacer un registro de los mismos, que debe ser permanentemente actualizado.

## 2. EL CENSO

Todos los actuales operadores del Mercado, como así también aquellos que realicen las mismas actividades fuera del mismo, deben ser censados por medio de una declaración jurada, ajustada a una norma de carácter provincial (Resolución del área de Comercio).

En su parte resolutive la disposición debe contener los siguientes artículos:

Art. 1: Todas las personas físicas, jurídicas y/o sociedades de hecho que se dediquen como productor, comerciante o consignatario a la venta al por mayor de frutas y hortalizas en los siguientes partidos: Capital, Colón, Santa María, Punilla, Ischilín, Tulumba, Totoral, Calamuchita, Río I, Río II, Tercero Arriba, San Justo, General San Martín, Río Cuarto y Cruz del Eje; deberán presentar declaración jurada de sus actividades comerciales, de acuerdo a lo indicado en los formularios que forman parte de la presente.

Art. 2: El censo tiene carácter de obligatorio y el correspondiente duplicado firmado y sellado por la autoridad competente, deberá ser presentado en todo trámite que se realice ante las reparticiones provinciales y municipales que se detallan: . . . . .

El incumplimiento de la presente obligación será sancionado de acuerdo a las disposiciones de la resolución . . . . . y de las ordenanzas . . . . .  
(De no existir norma a la cual remitirse se deben las sanciones, establecer en este articulado).

Art. 3: Los formularios censales se encuentran a disposición de los destinatarios en la mesa de entrada de los municipios indicados en el art. 1 a partir del día . . . del mes de . . . . . de 198. .

Antes del . . . . . de 198 . . se deberá entregar por duplicado en la mesa de entrada del municipio, al que pertenece el censado, quedándose el mismo con copia sellada y firmada.

Art. 4: De forma.

### 3. EL FORMULARIO CENSAL

En este punto se indican las partes que tiene el formulario censal, esto debe ser llevado a planillas especiales una vez definida la forma que tendrá su implementación.

- APELLIDO Y NOMBRE DEL MAYORISTA O RAZON SOCIAL
- DOMICILIO - TELEFONO
- CIUDAD O PUEBLO - PARTIDO
- ORGANIZACIÓN JURIDICA DE LA EMPRESA

- |                              |                                       |
|------------------------------|---------------------------------------|
| . Individual                 | . Sociedad de Resp. Ltda.             |
| . Sociedad de Hecho          | . Sociedad Anónima                    |
| . Sociedad Colectiva         | . Sociedad Cooperativa                |
| . Sociedad en Comandita      | . Sociedad en Comandita por Acciones. |
| . Sociedad de Capital e Ind. | . Sociedad Mixta                      |

- CARACTER DE LA EMPRESA - VOLUMEN TOTAL ANUAL OPERADO POR CADA UNO DE LOS CARACTER.

. Productor	. Productor.Comerciante-Consignatario
. Comerciante	. Productor. Comerciante.
. Consignatario	. Productor Consignatario

- PERSONAL OCUPADO

por la empresa en relación de dependencia en las actividades declaradas.

- . Administrativo
- . De ventas
- . De carga, descarga, limpieza, etc.

- FECHA DE INICIACION DE LAS ACTIVIDADES PARA CADA CARACTER INDICADO PRECEDENTEMENTE.

- SI OPERA EN MERCADO. DETERMINAR:

- . UBICACION EN EL MISMO
- . M2 EN PUESTO DE VENTA
- . M2 EN DEPOSITO

- SI TIENE PUESTO O DEPOSITO DE VENTA FUERA DEL MERCADO. DETERMINAR:

- . Ubicación-Domicilio-Ciudad-Pueblo - Partido - Telefono
- . M2 Destinado a venta
- . M2 Destinado a depósito
- . M2 Afectado a otros usos. Detallar.

- TONELAJES TOTALES VENDIDOS EN 1981. SEGUN

- Fuentes de Aprovisionamiento

FRUTAS

HORTALIZAS

- a. Producción propia
- b. Consignación de productores
- c. Compra a productores en origen.
- d. Importación directa

SUB-TOTAL A:  $a+b+c+d$ :

- e. Compra a productores en destino
- f. Compra a consignatarios.
- g. Compra a mayoristas
- h. Compra a importadores
- i. otros

SUB-TOTAL B:  $e+f+g+h+i$

- CLIENTES A LOS QUE VENDIERON

FRUTAS

HORTALIZAS

- . Exportación directa
- . Mayoristas
- . Minoristas
- . Público
- . Otros

TOTAL GENERAL A + B

- DETALLE DE LAS ESPECIES FRUTIHORTICOLAS QUE OPERO EN 1981

Sub-total A      Sub-total B

SUB-TOTAL

- . Anana
- . Banana
- . Ciruela
- . Damasco
- . Durazno
- . Limón
- . Mandarina
- . Melón
- . Manzana
- . Naranja
- . Pera
- . Pomelo
- . Sandía
- . Uva
- . Otras

Sub-total A      Sub-total B

SUB-TOTAL

- . Acelga
- . Achicoria
- . Ajo
- . Alcaucil
- . Apio
- . Arveja Fresca
- . Batata
- . Berenjena
- . Cebolla
- . Coliflor
- . Chaucha
- . Choclo

- . Espinaca
- . Hinojo
- . Lechuga
- . Papa
- . Pimiento
- . Puerro
- . Radicha
- . Remolacha
- . Repollo
- . Tomate
- . Zanahoria,
- . Zapallito
- . Zapallo
- . Otras

- ZONAS DE PROCEDENCIA

	FRUTAS	HORTALIZAS
SUB-TOTAL		
.Quintas alrededores Ciudad de Córdoba		
.Sud y Sudeste de Prov. de Córdoba		
. Río Negro y Neuquén		
. Norte Bs.As.y Sud S.Fé		
. Ctes.Mision.Delta,E.Ríos		
. Chaco,Form.Norte S. Fé		
. Resto Pcia. Córdoba		
. Mza,S.Juan,S. Luis		
. Tucumán, Salta, Jujuy		
. Santiago del Estero		
. Otros		

- MESES DE OFERTA - VOLUMENES POR ESPECIES MES POR MES  
INDICANDO EL CARACTER DE LA EMPRESA

- MEDIO DE TRANSPORTE POR EL CUAL SE ABASTECE:

CAMION	PROPIEDAD	ALQUILADO	VOLUMEN
FERROCARRIL			VOLUMEN
OTROS.			VOLUMEN

- INDICAR SI LE INTERESA UN PUESTO EN EL FUTURO MERCADO

. SI

. NO

- INDICAR ,SI LA CONTESTACION ES SI

. QUE CARACTER TENDRIA SU ACTIVIDAD

. QUE ESPECIES VENDERIA. DURANTE QUE MESES

- CUANTOS M2 REQUERIRIA,

. DE SUPERFICIE COMERCIAL

. DE SUPERFICIE DE DEPOSITO