

31087



CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

Mercado y Comercialización de la Producción
Frutihortícola de los valles de Catamarca y Paclín

PARTE III

Comercialización de productos en el Mercado Central
Metropolitano

INFORME PRELIMINAR

Autor

Franco Benedetti

H. 12221

H. 12222

H. 41121

M. 422

AREA METROPOLITANA

NA

Noviembre, 1985

1438



CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

I N D I C E

Parte III

	Pág
III.1. Comercialización de productos en el Mercado Central de Buenos Aires	1
1.1. Introducción	1
1.2. Estructura de producción	3
III.2. Análisis estacional de precios	5
2.1. Estacionalidad de la oferta	5
2.1.1. Cebolla	6
2.1.2. Pimiento morrón verde	6
2.1.3. Tomate perita	6
2.1.4. Tomate redondo	7
2.1.5. Zanahoria	7
2.1.6. Zapallito redondo	8
2.1.7. Zapallo	8
2.1.8. Ajo	8
III.3. Corporación del Mercado Central de Buenos Aires	17
3.1. Modalidad de las operaciones	18
3.2. Areas de protección	19
3.3. Agentes intervinientes	20
3.4. Sala de remate	21
3.5. Mecánica operativa	21



CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

3.6. Distribución espacial	22
3.7. Cánones para ocupación de espacios y servicios	23
3.8. Tipo de operadores	25
3.9. Servicios de pagos especializados	28
3.9.1. Aspectos generales	28
3.9.2. Forma de actuación	29
3.9.3. Procedimiento de pago	29
3.9.4. Distribución de fondos	34
3.9.5. Acreditación de fondos	38
3.9.6. Declaraciones de ventas	39
III.4. Origen de la producción ingresada	43
4.1. Regiones hortícolas	46
4.1.1. Primera región	46
4.1.2. Segunda región	48
4.1.3. Tercera región	49
4.1.4. Cuarta región	50
4.1.5. Quinta región	51
4.1.6. Sexta región	52
4.1.7. Séptima región	54
4.1.8. Octava región	55
4.1.9. Novena región	57
4.1.10. Décima región	58
5. Epocas de comercialización	60
6. Tipificación de productos	60

III.1 Comercialización de Productos en el Mercado Central de Buenos Aires.

1.1 Introducción

Antes de la apertura del Mercado Central Buenos Aires la estructura de comercialización en el Area Metropolitana en lo concerniente al abastecimiento y distribución de frutas y hortalizas y pescados, se realizaba a través de unas 2.000 firmas determinadas en 23 mercados, 2 salas de remates y diversos locales emplazados en sus adyacencias.

La oferta se canalizaba mediante un elevado número de mercados, abastecidos fundamentalmente por unos pocos introductores de productos frescos desde las zonas de producción. Ello determinó que coexistiera dentro del Area diversas formas de oligopolio, como en el caso de las frutas donde el 20 - 30% de los operadores comercializa el 80% del volumen total de las mercaderías, mientras que en el sector hortícola la relación alcanza al 60%. Lo expuesto acontecía en las unidades de Abasto, Tres de Febrero y Saldias, verdaderos "peños" de concentración de los que se proveían los restantes mercados de reventa.

El Area Metropolitana, configurada por la ciudad de Buenos Aires y 26 distritos comunales, integra por su densidad de población -cercana a los 10 millones de habitantes- el principal centro consumidor del país. Así es dable mencionar que el consumo de frutas y hortalizas frescas asciende a 2.000.000 de toneladas anuales, equivalente a unos 200 kg/hab.

Las distorsiones registradas en las distintas etapas de abastecimiento de productos perecederos -introducción, comercialización y distribución- han llevado a las autoridades nacionales a encarar el redimensionamiento del sector a fin de encauzar eficientemente el proceso de comercialización mediante la implementación de una infraestructura acorde a las necesidades actuales.

1.2 Estructura de Producción

Las características agro-ecológicas del país posibilitan que la producción de frutas y hortalizas se realice prácticamente en todo el territorio nacional, situación que le permite a la población consumidora disponer de productos frescos a lo largo del ciclo anual.

Sin embargo esta ventaja aparente se ve desdibujada por las múltiples etapas intermedias que presenta el proceso de comercialización entre productor y consumidor. Consecuentemente se le crea al productor una dependencia comercial que minimiza sus utilidades y torna dificultoso el acceso a los mercados en calidad de vendedores directos.

Lo expuesto queda corroborado por el hecho de que se comercializan 3-3.5 millones de toneladas, lo que pone en evidencia de casi dos ventas mayoristas antes de la distribución minorista.

La puesta en funcionamiento del Mercado Central de Buenos Aires podra erradicar además de las anomalías expuestas, otras tantas que resultan propias de los mercados múltiples, tales como:

- El desconocimiento de la oferta y demanda total de productos, originada en las sucesivas transferencias de mercaderías, hecho que impide disponer de una correcta información sobre precios.

- A consecuencia de lo expuesto se generan costos adicionales acumulativos que no guardan proporción con el servicio prestado, provocando desmejoramiento de la calidad de los productos, con el consecuente incremento de los porcentajes de mermas.
- La pluralidad de establecimientos que funcionaban en calidad de "mercados penados" tampoco permitían la existencia de un normal sistema de informaciones, provocando en las transacciones un régimen de competencia imperfecta, sin la necesaria transparencia.
- La carencia de una adecuada tipificación de productos y de envases que provoca confusión en el proceso comercial.
- Las diferencias generales del sistema repercutían negativamente en los aspectos operativos, fundamentalmente en lo atinente a carga y descarga de bultos, falta de medios mecánicos para su acarreo y condiciones sanitarias deficientes en las instalaciones existentes.

Los problemas urbanísticos que ocasiona el emplazamiento de los mercados en áreas densamente pobladas materializadas en el congestionamiento de tránsito, falta de higiene por acumulación y subdesarrollo edilicio de la zona, etc.

III.2 Análisis estacional de precios

2.1 Estacionalidad de la oferta

En cuanto al ingreso mensula del total de hortalizas frescas. Fletscher y Cuccia destacan la presencia de una marcada estacionalidad en el flujo de los productor con una baja relativa en los períodos de enero - abril y agosto - setiembre, con una fuerte declinación en los meses de febrero, marzo, agosto y setiembre.

Limongelli, Chiesa y Colab señalan también que las hortalizas y legumbres, al igual que la mayoría de los productos agropecuarios presentan variaciones estacionales de precios como consecuencia de las características propias de la producción y el consumo. Tales factores son los principales de terminantes de la fluctuación de la oferta y la demanda. Los autores analizaron estadísticamente la tendencia y el índice de Variación Estacional (IVE) de los precios sobre la base de la información histórica de los precios promedios mensuales por especies proporcionados por el Mercado de Abasto Proveedor.

A continuación se analiza la variación estacional del precio de algunas especies que se producen en el área del estudio tales como:

- cebolla
- pimiento fresco (pimiento morron verde)
- tomate
- zapallos
- zanahoria
- ajo

2.1.1. Cebolla

Constituye una hortaliza de consumo estable. El gráfico del IVE es homogéneo y presenta valores inferiores a 100 durante los meses de verano, hecho que puede atribuirse a falta de calidad. Los valores máximos del período agosto/setiembre se deben a la escasa oferta de cebolla Valenciana por pérdida de calidad al iniciarse la brotación y es reemplazada por cebolla Valencianita. (Gráfico N°1)

El análisis estadístico muestra diferencias significativas al nivel del 1% entre años (Cuadro A.).

2.1.2. Pimiento morrón verde

Durante los primeros meses del año, el área metropolitana se abastece principalmente de Buenos Aires (zonas más importantes: Buratovich, Pedro Luro, Hilario Ascasubi) y determina valores bajos del IVE. El ingreso de mercadería del NOA a partir del mes de mayo, compite con las últimas entradas de escasos volúmenes que proceden de Buenos Aires, Mendoza, Río Negro y San Juan, y determina el ascenso del IVE que alcanza el máximo en setiembre cuando las entradas del NOA y NEA son mínimas y es común la importación desde países limítrofes. Posteriormente ingresan Tucumán, Litoral y el IVE desciende. (Gráficos Nros 2 y 3).

El análisis estadístico detecta diferencias significativas al nivel del 1% entre meses y entre años. (Cuadro A).

2.1.3. Tomate perita

Los bajos valores del IVE durante los primeros meses del año se deben al ingreso de grandes volúmenes procedentes de Buenos Aires, y de las principales zonas productoras de este tipo de tomate (Mendoza y Río Negro). En el mes de junio termina la entrada de esas zonas y el IVE toma valores superiores a 100. Durante el segundo semestre ingresa producto del noroeste y de países limítrofes y el IVE alcanza el valor máximo en el mes de setiembre cuando la oferta es mínima. Posteriormente la entrada de otras zonas productoras determinan el descenso del IVE. (Gráfico N°4).

El análisis estadístico detecta diferencias significativas al nivel del 1% entre meses. (Cuadro N° A).

2.1.4. Tomate redondo

En los primeros cuatro meses del año el IVE tiene los menores valores en coincidencia con la gran oferta del cinturón verde de Buenos Aires. Luego ingresa el noroeste y produce el ascenso del IVE que alcanza máximo en el mes de setiembre cuando las entradas son mínimas. La producción de Tucumán, Corrientes y Santa Fe principalmente determinan el aumento de la oferta y el descenso del IVE. (Gráfico N°5).

El análisis estadístico detectó diferencias significativas al nivel del 1% entre meses y entre años. (Cuadro A).

2.1.5. Zanahoria

El gráfico del IVE es muy homogéneo durante todo el año, con valores máximos a fines del verano y principios del otoño debido a una menor oferta por problemas de altas temperaturas. Se producen diferencias significativas al nivel del 1% entre

meses y entre años. (Cuadro A). (Gráfico N°6).

2.1.6. Zapallito redondo

Presenta características similares a los demás cultivos de primicia. Los valores superiores a 100 durante el invierno se deben al ingreso de mercadería proveniente del norte del país y descienden a valores mínimos de mercadería proveniente del norte del país y descienden a valores mínimos en vera no por la gran oferta del cinturón verde de Buenos Aires.

El análisis estadístico detecta diferencias muy significativas entre meses y entre años. (Cuadro A). (Gráfico N°7).

2.1.7. Zapallo

El IVE toma valores superiores a 100 a partir del mes de agosto en coincidencia con la disminución de los volúmenes oferatados por Buenos Aires y el inicio de los envíos del norte (Santiago del Estero, Salta y Chaucha). (Gráfico N°8).

2.1.8. Ajo

El IVE toma valores superiores a 100 durante el período diciembre/julio debido a que el mercado metropolitano se abastece principalmente del ajo en época (ajo colorado) con mayo res posibilidades de conservación y de exportación por su ca lidad, y determina mayores precios. A partir del mes de agosto, IVE desciende por debajo de 100 en función de la inferior calidad de la producción de ajo temprano (blanco y ro sado paraguayo). El análisis estadístico detectó d iferencias al nivel del 5% entre meses y al nivel del 1% e ntre años (Cuadro A) (Gráfico N°9).

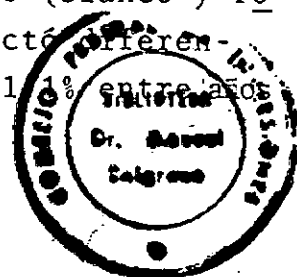
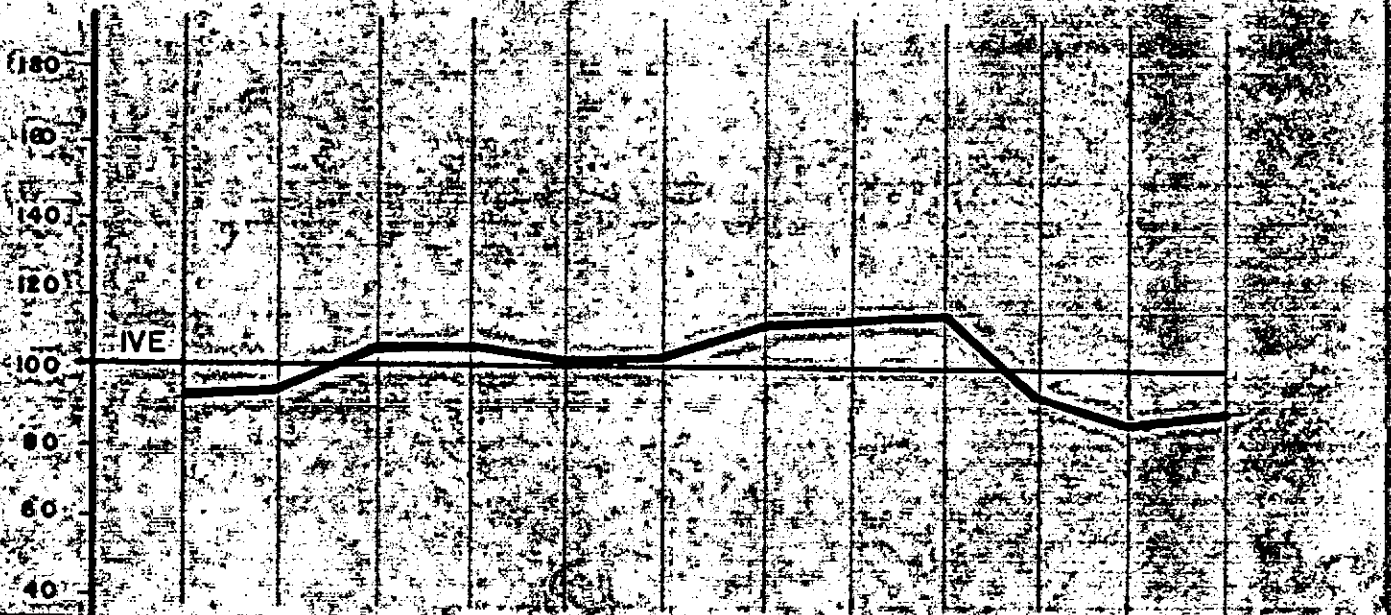


Grafico N° 1
CEBOLLA



CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

Gráfico N° 2

PIMIENTO MORRON COLORADO

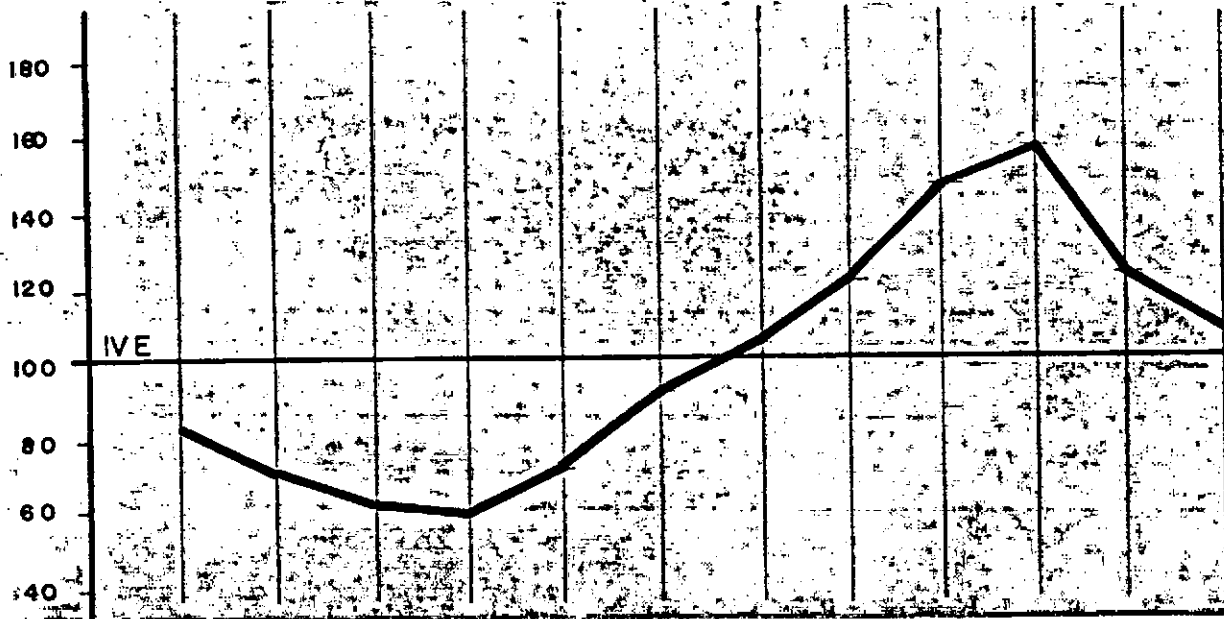
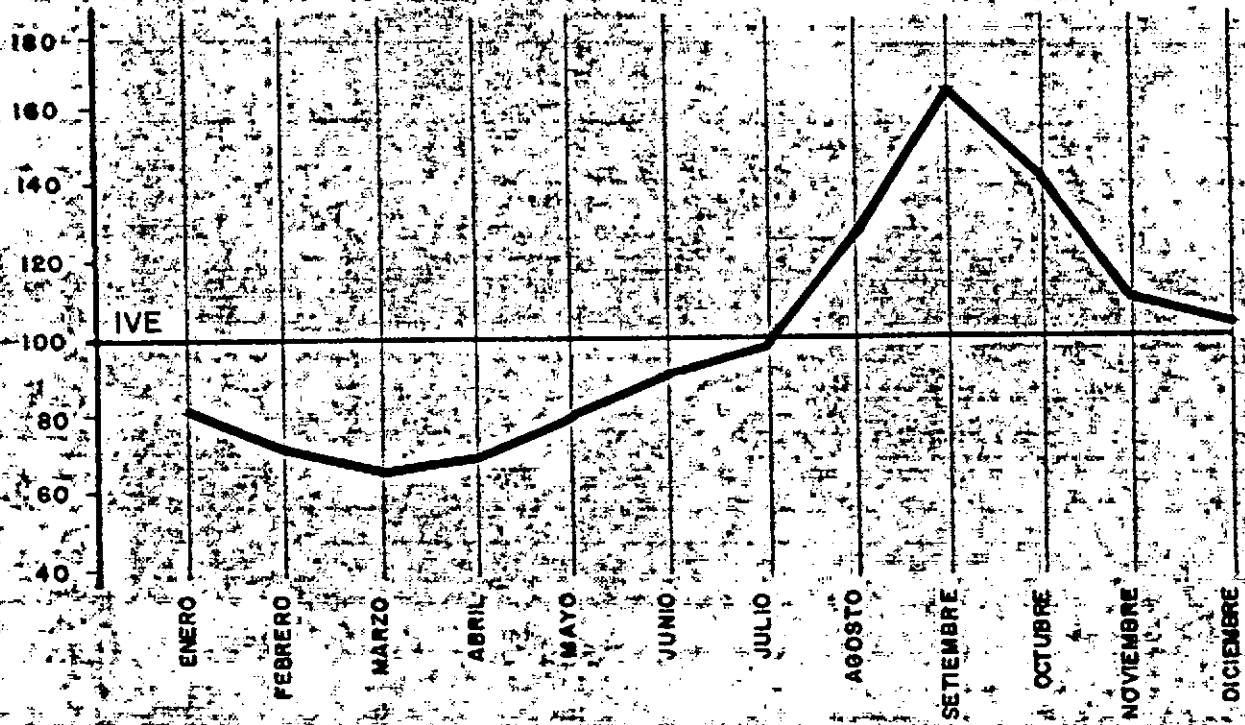
Gráfico N° 3
PIMIENTO MORRON VERDE

Gráfico N° 4
TOMATE REDONDO

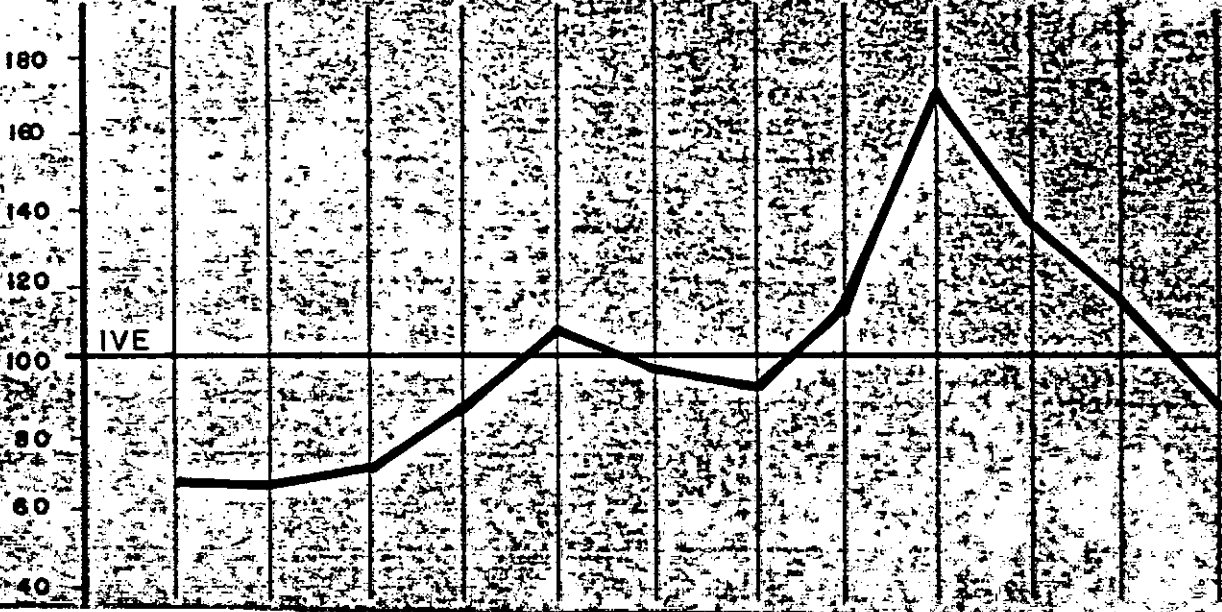


Gráfico N° 5
TOMATE PERITA

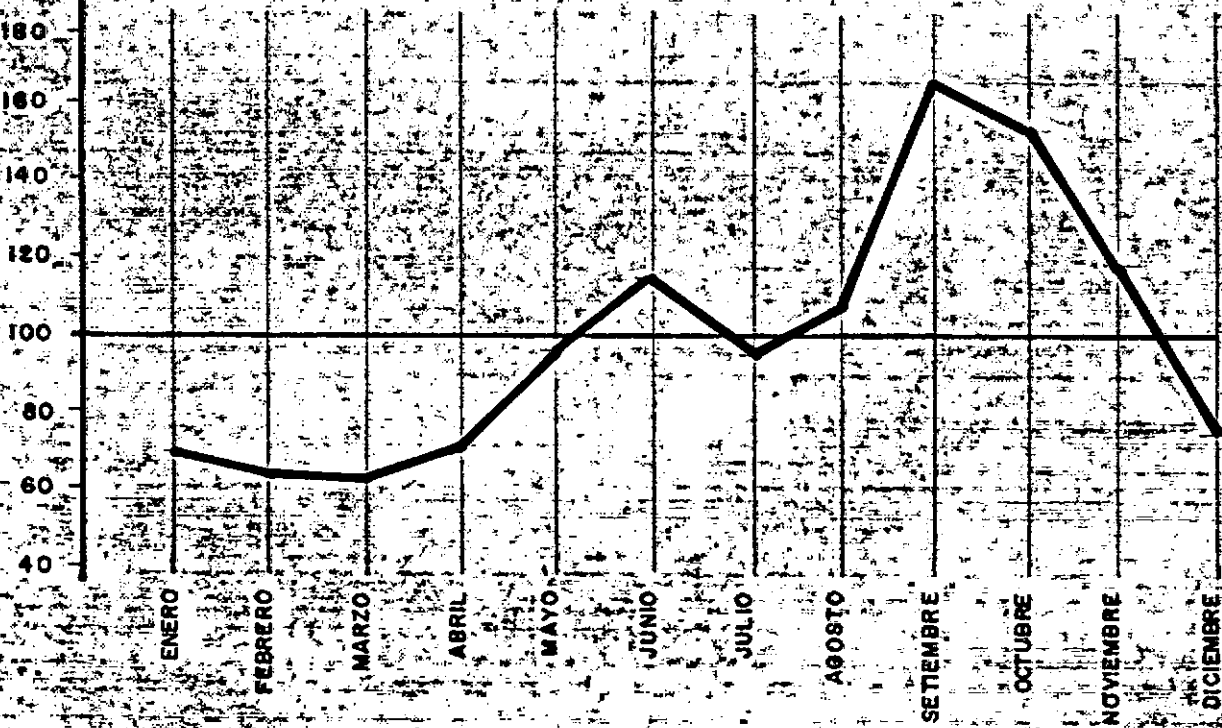


Gráfico N° 6
ZANAHORIA

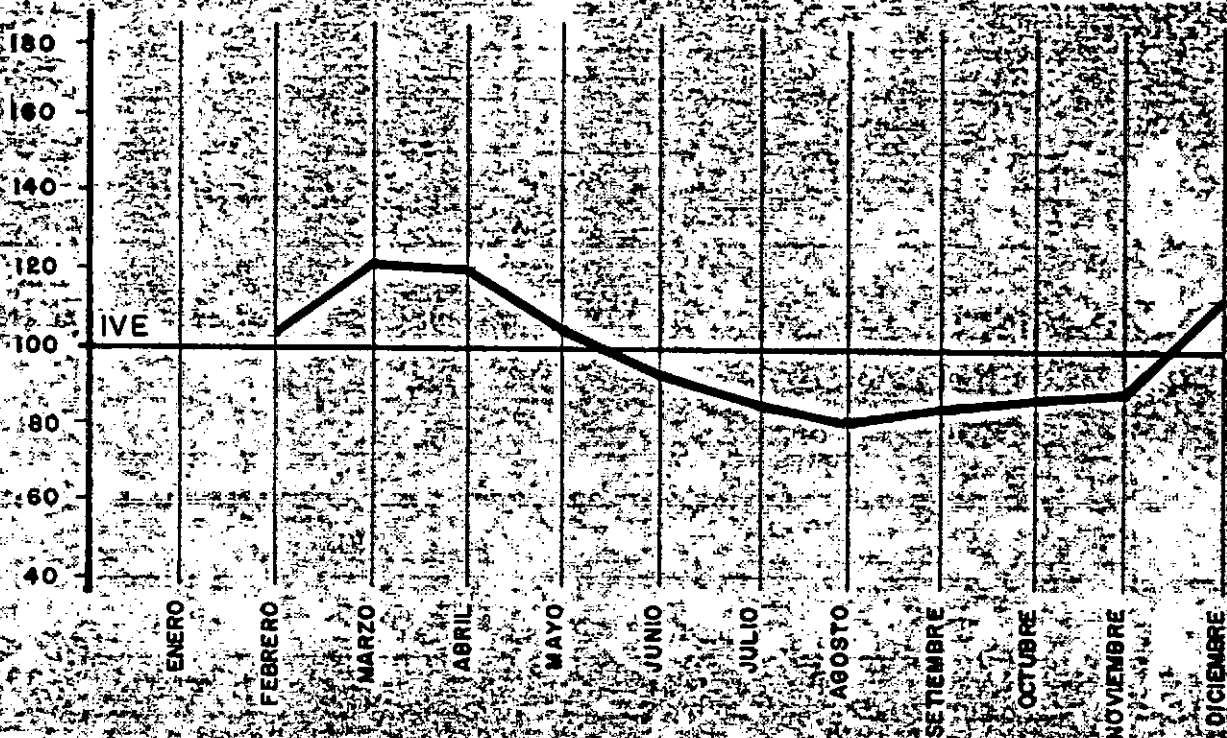


Gráfico N° 7
ZAPALLO

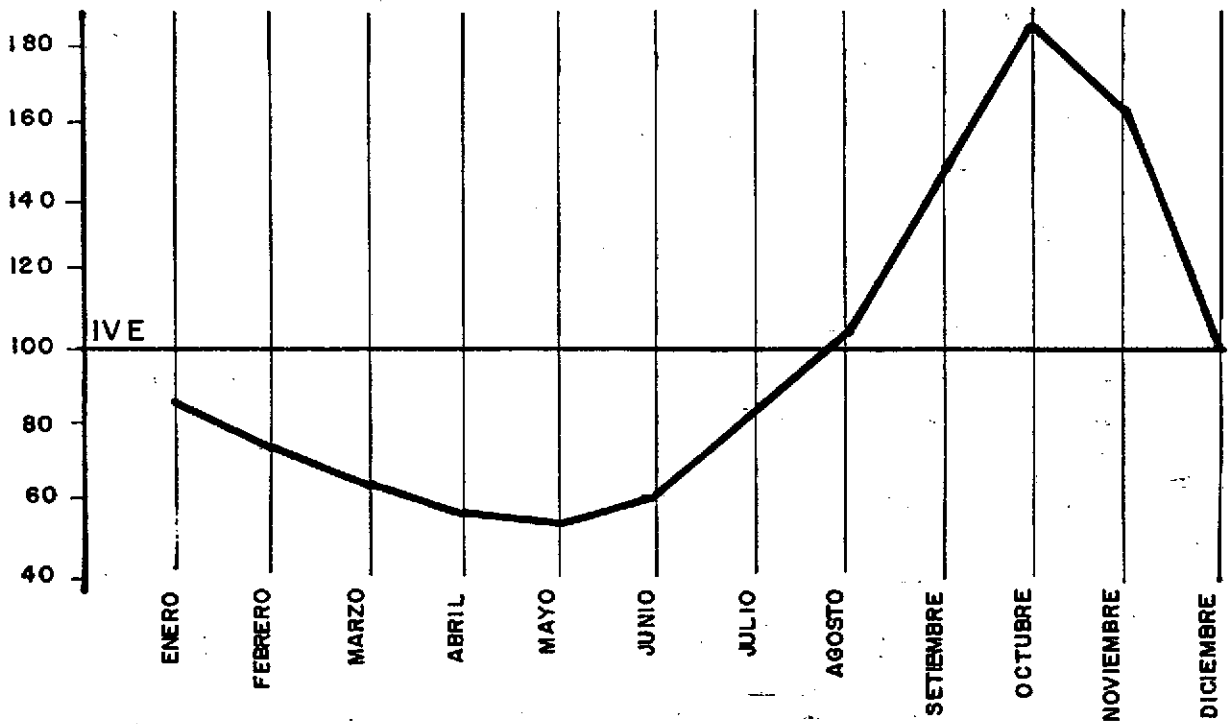
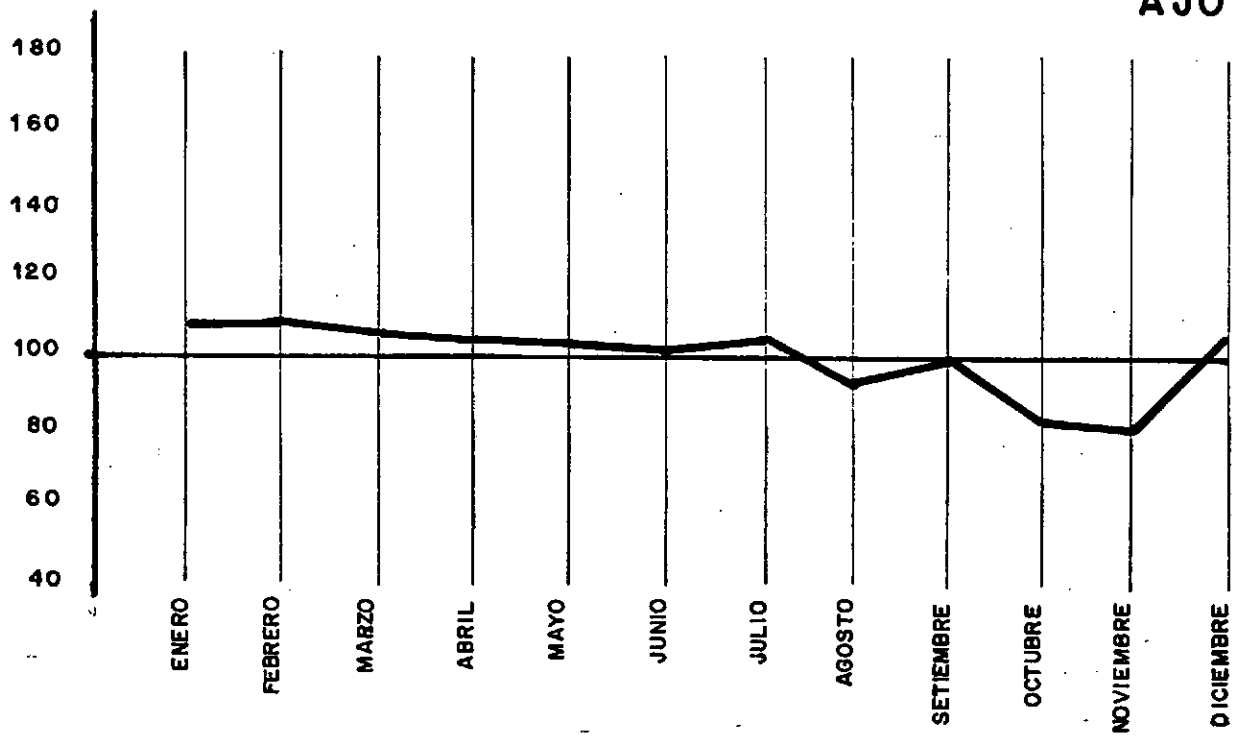


Gráfico N° 8
ZAPALLITO REDONDO



Grafico N° 9
AJO



III.3 Corporación del Mercado Central de Buenos Aires

Mediante convenio suscripto el 10-8-67 se creó un ente inter estatal integrado por el Estado Nacional la Provincia de Buenos Aires en cuya jurisdicción se encuentran los 26 distritos comunales del Area Metropolitana y la Municipalidad de la Ciudad de Buenos Aires.

Entre sus funciones se halla la de proyectar, construir y administrar el Mercado Central de Buenos Aires, destinado a la concentración de frutas, hortalizas, pescados y mariscos en estado fresco, de origen nacional y extranjero, para el abastecimiento del Area Metropolitana. Igualmente posee la facultad de promover y fomentar la creación de un centro anexo de industrialización de productos afines a los que se comercialicen en su ámbito.

El Mercado Central de Buenos Aires se halla encuadrado en la Ley de Mercados de Interés Nacional N° 19.227 del 9-9-1971 que prevé la instalación y fomento de una red de mercados de concentración mayorista en las grandes áreas urbanas del país.

Entre los considerandos que hacen al funcionamiento de estos mercados cabe mencionar las siguientes pautas:

- Facilitar espacios, instalaciones y plazas de venta a los productores, con destino a la comercialización de sus mercaderías.

- Eliminar toda intermediación posible en el tráfico de los productos hasta el consumidor.
- Impedir maniobras especulativas y las formaciones oligopolicas.
- Arbitrar las medidas tendientes al conocimiento de la oferta y demanda, control de calidad, cantidad y condiciones higiénicas y sanitarias de los productos comercializados.
- Poseer instalaciones que faciliten la introducción de los productos, evitando el manipuleo excesivo y creando condiciones para abaratar el costo de comercialización.

3.1 Modalidad de las operaciones

La existencia de una estructura de comercialización y distribución inadecuada y de indudable perjuicio para el consumidor motivó la creación de un único mercado concentrador y distribuidor, que estuviera dimensionado convenientemente para el adecuado abastecimiento de la población y facilitara el desarrollo y radicación de industrias afines en sus inmediaciones.

Entre los objetivos que justifican su fundación se cuenta la instauración de un sistema de ventas que posibilita confrontar toda la oferta y demanda en un mismo espacio y oportunidad a efecto de permitir la formación competitiva de los precios, orientar al productor sobre lo que se debe producir y como introducirlo, normalizar el abastecimiento de la población, eli-

minar etapas de intermediación, establecer salarios diferenciados para ingresos, ventas y egresos, promover un sistema de pago centralizado y al contado desvinculando el crédito de las transacciones.

En tal sentido, el Mercado Central de Buenos Aires ha sido construido sobre un predio de 210 ha, contándose en la zona con 330 ha destinadas a una futura ampliación y al desarrollo de actividades afines a la comercialización frutihortícola y de pescados. Se halla ubicado en el centro geográfico de su area de influencia y adyacente a importantes vías de circulación, lo que asegura un rápido desplazamiento de los vehículos que transportan las cargas hasta y desde el recinto.

Asimismo debe destacarse que el mencionado mercado se encuentra conectado a las principales líneas ferroviarias disponiendo de andenes y una playa de maniobras.

3.2 Areas de Protección

Para una eficaz operatoria comercial, el Mercado Central de Buenos Aires cuenta con dos áreas de protección que pueden definirse como de unicidad de venta y obligatoriedad de compra, dentro de un area de influencia para la primera que abarca la Capital Federal y los partidos de Almirante Brown, Avellaneda, Esteban Echeverria, Florencio Varela, Gral. Las Heras, Gral. Rodriguez, Gral. San Martín, Gral. Sarmiento, La Matanza, Lanús, Lomas de Zamora, Marcos Paz, Merlo, Morón, Moreno, Pilar, Quilmes, San Fernando, San Isidro, San Vicente, Tigre, 3 de Febrero y Vicente Lopez. (Ver croquis).

En ella se determina que toda mercadería que ingresa para su venta mayorista debe hacerlo necesariamente a nombre de un operador-vendedor del Mercado Central quien la concentra y comercializa el mismo.

La segunda división -area de obligatoriedad de compra- determina que los comerciantes ubicados en la misma deben abastecerse indefectiblemente en el Mercado. Comprende un radio más reducido - Capital Federal y los partidos de Amte. Brown, Avellaneda, Esteban Echeverría, Gral. San Martín, La Matanza, Lanús, Lomas de Zamora, Merlo, Morón, Quilmes, San Fernando, San Isidro, Tres de Febrero y Vicente Lopez.

La excepción esta dada para aquellos comerciantes que no operan dentro del area de obligatoriedad, los que podran efectuar sus compras alternativamente en el referido mercado o en otros establecimientos ubicados fuera del perímetro de protección.

3.3 Agentes Intervinientes

Dentro del grupo de "vendedores" se incluyen a los productores y sus distintas organizaciones, consignatarios y mayoristas los que se clasifican en:

-Permanentes: Agrupa a los operadores que han asegurado su capacidad para introducir productos frutihortícolas en cantidades adecuadas y durante todo el año.

- Temporarios: Se caracterizan por no ofrecer continuidad de oferta, la que se encuentra limitada a los períodos de producción de sus mercaderías. En esta categoría se incluye a los productores del denominado "cinturón verde" del Gran Buenos Aires que operan en las "plazas libres" sistema que posibilita la colocación diaria de puestos.

3.4 Sala de remate

Actúan únicamente los comerciantes admitidos en los registros del Mercado Central, sea su actividad permanente o esporádica.

La otra gran división contempla a los "compradores", discriminados en comerciantes mayoristas y sus organizaciones, cooperativas de consumo e industrias afines que procesan lo comercializado en el mercado.

3.5 Mecánica operativa

El esquema de funcionamiento -tendiente a posibilitar la mejor transferencia de las operaciones que se llevan a cabo en su recinto- eliminando la intermediación innecesaria- posibilita que la carga y descargas se realice en horarios diferentes, hecho que permite confrontar perfectamente a la oferta y demanda.

La efectivización de las operaciones se efectúa al contado y en una "caja única", la que facilita el control de las transacciones a la vez que suministra los datos necesarios para mantener actualizado el servicio de informaciones.

Este servicio está destinado a orientar al comprador minorista respecto de los volúmenes de oferta existentes, al mismo tiempo que permite conocer al productor los precios pagados por su mercadería en la plaza de Buenos Aires.

En cuanto a la asignación de espacios, el criterio que imperó fue para los "operadores" utilizar un régimen de concesión por períodos determinados, mientras que para los "temporarios" consiste en un permiso de uso, coincidente con la estacionalidad



de los productos a comercializarse.

En las "playas libres" la adjudicación es diaria, tomando en consideración la cantidad de operadores y los volúmenes a su bastar en la Sala de Remates.

3.6 Distribución espacial

El volumen físico del complejo edilicio que conforma el Mercado Central, ubicado en un predio de 210 ha, determina una superficie cubierta (ver diagrama) que supera los 268.000 m² discriminados de la siguiente manera:

<u>Sectores</u>	Superficie (m ²)
12 naves de comercialización de frutas y hortalizas y 5 depósitos	185.914
6 tinglados para "playas libres"	9.568
Nave de comercialización de pescados y mariscos	11.617
Andenes ferroviarios	15.936
Estación de servicio	3.797
Restaurant principal	949
Controles de acceso, peso y carga	3.008
Centro administrativo	32.597
Edificio de seguridad y emergencia	1.200
Locales de servicio (taller de mantenimiento y estación elevadora)	
TOTAL	<hr/> 268.779

Las cuadras pavimentadas alcanzan a 767.206 m² de superficie

distribuido entre las playas de estacionamiento, andenes y calles que suman 656.000 m² y un resto compuesto por el camino de acceso a la Avenida Gral. Ricchieri (47.000 m²); colectora sur (7.556 m²) y las obras de pavimento y patio de transferencia (18.650 m²).

3.7 Cánones para ocupación de espacios y servicios

Para los operadores "vendedores" permanentes el mercado dispone de dos tipos de espacios, o sea puestos de 87 y 110 m² por lo que deben abonar un canon mensual de A 334 y A 436 respectivamente. Los operadores "temporarios" que operan en "Playa Libre" por los espacios de 21 m² deben abonar un canon diario de A 2,13.

El productor es el único operador vendedor que tiene libre opción para operar como operador permanente o como operador diario en Playa Libre.

Actualmente los puestos permanentes, por sus mayores dimensiones y por la necesidad de contar con una capacidad de oferta mas o menos estable para una eficiente ocupación son requeridos por los operadores de mayor significación en plaza y que disponen mercadería suficiente durante la mayor parte del año.

Los espacios de "Playa Libre" por su dimensiones menores y la posibilidad de ocupación diaria o temporaria se adaptan a los pequeños y medianos productores, que disponen de una producción aleatoria o estacional y no requieren por lo tanto ocupar ineficientemente espacios mas grandes y permanentes, con el mayor costo relativo resultante.

Con respecto a las cánones establecidos la Corporación del

Mercado Central conviene señalar que originalmente fueron calculados en base a los mismos valores que se pagaban en los viejos mercados existentes ante de la inauguración del Mercado Central y fueron luego actualizados periódicamente en base a los índices comunes que regían las actividades económicas del país.

También debe destacarse que en los cánones que se cobran en el mercado, además del derecho de uso del espacio, están incluidos diversos servicios que la Corporación presta sin cargo alguno a los usuarios tales como: mantenimiento, iluminación, agua, limpieza, playas de estacionamiento, instalación de teléfonos y luz, vigilancia, servicios sanitarios, etc., que constituyen importantes erogaciones generalmente no contabilizadas por los operadores, además de disponer instalaciones nuevas y en perfecto estado.

Servicios auxiliares como bares y restaurantes, negocios para todo tipo de necesidades, delegaciones de ENTEL y ENCO-TEL, FFAA y sucursales de los bancos nacionales, particulares y privados, son disponibles en el Mercado para sus usuarios.

A la luz de establecer si el canon que percibe la Corporación es elevado o bajo, debe surgir de una valuación económica con los valores de los alquileres que rigen en actividades privadas comparables, por espacios y condiciones similares, en localizaciones que supongan además, el ofrecer al locatario la demanda concentrada en un sólo ámbito de más de 12.000,000 de consumidores.

Según expresaron las autoridades del mercado, el canon es relativamente bajo, sin embargo a la opinión de los usua-

rios que lo suponen elevado, mas allá de la aspiración humana de pagar menos por todo lo que se debe adquirir, hasta hace referencia al hecho que la demanda de espacios supera holgadamente la oferta de los mismo, para demostrar que los cánones no hacen imposible la operatoria ni mucho menos.

Cabe añadir también con respecto que hay operadores que no pueden seguir operando, que el Mercado es un ámbito esencialmente dinámico, donde rigen bien las leyes de la oferta y de la demanda y aquellos operadores de menor eficiencia iran dejando su lugar a los mas eficientes.

3.8 Tipo de operadores

Las cooperativas, así como los productores independientes u otras entidades que los agrupan, han sido y serán principales destinatarios del Mercado para su instalación y operación en el Mercado. Sin embargo cabe destacarse que el desarrollo cooperativo en la comercialización de productos frutihortícolas han tenido escaso desarrollo en el país, por las malas condiciones que se daban en ese proceso antes de la inauguración del Mercado Central.

Hasta mayo de 1985 operaban en el Mercado 35 Cooperativas de productores y 24 cooperativas de personal de carga y descarga creadas casi todas ellas por promoción y acción de la Corporación del Mercado Central. Obviamente parte de esas cooperativas cuentan con escasa experiencia comercial o no disponen aún de un apoyo consecuente de sus asociados y/o de las provincias de origen para su eficaz desenvolvimiento. No obstante debe señalarse la acción de los funcionarios de la corporación en:

dar su apoyo a productores y cooperativas de las distintas zonas productoras del país asesorando y asitiendo cooperativas y productores; cesión de oficinas sin cargo en el centro administrativo, a la intercooperativa del Mercado Central con la asignación "full time" de un experto a cargo del Mercado; adjudicación permanente a las provincias para la instalación en los mismos de cooperativas de productores provinciales; cesión de oficinas sin cargo y presencia permanente en el Mercado de la Secretaría de Estado de Acción Cooperativa.

Es así como, el funcionamiento del Mercado Central de Buenos Aires ha significado para el pequeño y mediano productor la posibilidad de vender ellos mismos sus productos a través de su agrupamiento cooperativo, con lo que pueden obtener un precio justo y hancen efectivo importe dentro de un plazo razonable. Sin embargo, aún no ha podido disfrutar de tales ventajas porque no puede comercializar a través de su cooperativa, en razón de que carece de los recursos necesarios para solventar los gastos de su explotación y deben recurrir entonces al intermediario, llamese acopiador, consignatario o comerciante, que le adelanta los importes que necesita pero en condiciones de dependencia absoluta que lo obliga a vender por anticipado su producción bajo condiciones poco favorables que éstos le imponen contribuyendo a ello la carencia de otorgamiento de préstamos a los que pueda acceder.

El productor-mediano- goza por lo general de relativa independencia económica, pero aún no ha logrado desembarazarse del intermediario no necesario, porqué aún no ha sabido comprender las ventajas del agrupamiento cooperativo para acceder al mercado y vender su producción con todas las ventajas que ello significa, incluyendo la posibilidad de tener servi

cios tales como: compra de insumos, el asesoramiento del que ya se indicó, etc. que aumentan la rentabilidad de su explotación.

3.9 Servicio de pagos centralizados

En cuanto a los mecanismos que aseguran rapidez de pago y confiabilidad de cobro de los operaciones que se realizan en el Mercado Central, como a los productores que remiten mercaderías para ser comercializadas por consignatarios, se diseñó el sistema de pagos centralizados actualmente vigente.

Para poder operar con el sistema en forma ágil y eficiente es necesario que los usuarios del sistema lo conozcan perfectamente. A tal fin se detallan los detalles operativos que caracterizan el sistema, ellos son:

- Aspectos generales.
- Forma de facturación.
- Procedimiento de pago.
- Distribución de fondos.
- Acreditación de los fondos.
- Declaración de ventas.

3.9.1. Aspectos Generales

- Para poder operar con el sistema, necesariamente se deberá concurrir a las sucursales del Mercado Central de los bancos: Ciudad de Buenos Aires, Provincia de Buenos Aires y Nación Argentina, ubicadas en el Centro Administrativo, a efectos de abrir una cuenta especial de recaudación en cada uno de ellos.

En este sentido se destaca que la apertura de las mismas es automática y obligatoria.

- Todo lo recaudado como consecuencia de sus ventas, los Bancos lo ingresarán a esa cuenta especial de recaudación a

espera de instrucciones suyas para efectuar la distribución de los fondos a las cuentas de los fondos de los distintos interesados que el operador indique.

- Su remitente, a los efectos de recibir el dinero correspondiente a las ventas diarias debe necesariamente registrarse en la Corporación, mediante la presentación del formulario de Declaración Jurada de Remitente (ver facsimil) debidamente certificado por entidad bancaria. Este formulario debe ser retirado en el Centro Administrativo con antivipación suficiente.

2.9.2. Forma de actuación

Se refiere a la cantidad y modo de confeccionar la factura del vendedor-operador y al destino de cada uno de los ejemplares, o sea: al operador-comprador, el original y parte superior; al Banco recaudador; y al operador=vendedor (ver focsimil).

3.9.3. Procedimiento de pago

El importe correspondiente a las ventas puede ser pagado al contado efectivo o cheques; en este caso varian las condiciones según el cheque emitido por el operador o por terceros tenga un plazo de acreditación. La cantidad de cheques que recibe el Banco puede ser de hasta 5. Asimismo en los cheques debe figurar al dorso la imputación del pago para cancelar únicamente una determinada factura (ver facsimil)

Los cheques que cancelan operaciones y que han sido aceptados por el vendedor ingresan al sistema bajo su única y exclusiva responsabilidad a todos los efectos legales y regl-



DECLARACION JURADA DE DATOS PARA REMITENTES DE
MERCADERIA A TRAVES DE CONSIGNATARIOS QUE OPEREN
EN EL MERCADO CENTRAL DE BUENOS AIRES.

Esta Paz de SIC
Nº Expediente

Yo.....an al caracter de.....
.....declaro bajo juramento que los
datos consignados en la presente Declaración son autenticos, comprometiendome
asimismo, a comunicar a esa Corporación, mediante otra declaración jurada modifica-
toria de la presente cualquier cambio de los datos aqui indicados.-

1 Razón Social				

Nº	Libro	Tomo	Folio	Fecha

2 Apellido y Nombre	

3 Nº Docum. Tipo	4 Expedido por

5 Domicilio- Calle	Número	Piso Depto	Teléfono

6 Localidad	7 Partido o Departamento

8 Provincia	Cod. Postal

9 Banco	10 Sucursal-Agencia o Delegación

11 Uso Banco	12 Nº de Cuenta	13 Tipo

(Ver referencias al Dorsso)

Lugar y Fecha

Firma del declarante

(Certificación de Banco)

Aclaraciones

Recibió	Fecha

REFERENCIAS

1. Deberá consignar, cuando corresponda, la Razón Social en que está inscripta la Sociedad en el Registro Público de Comercio, indicando además el número, libro, tomo, folio y factura en que la sociedad fue inscripta.
2. Se completará sólo cuando NO SE TRATE DE SOCIEDADES, consignando el apellido y nombre completo del Remitente.
3. Deberá indicar el Número de Documento de Identidad, consignando el tipo de documento según sea este: LE, LC, DNI o CI.
4. En caso de ser Cédula de Identidad, indicará la Policía que la expidió.
5. Deberá indicar la calle, número, piso, departamento y teléfono de la Razón Social o del Declarante.
6. Deberá consignar la localidad a que corresponde el domicilio indicado.
7. Deberá indicar el Partido o Departamento a que pertenece la localidad consignada.
8. Deberá indicar la Provincia y Código Postal que corresponda al domicilio citado.
9. Deberá indicar claramente el nombre del Banco al cual designó para que se le efectúen las transferencias de fondos.
10. Deberá consignar la sucursal, agencia o delegación del Banco en que tiene radicada la cuenta.
11. Este espacio será de uso exclusivo de los Bancos que operan el Sistema de Pago Centralizado en el Mercado Central de Buenos Aires.
12. Deberá consignar el Número de Cuenta que tiene abierta en el Banco indicado, en la cual quiere que se le depositen los fondos transferidos.
13. Deberá indicar el tipo de Cuenta, consignando 1 cuando se trate de una Cuenta Corriente, y 2 cuando sea una Cuenta de Ahorro



DECLARACION JURADA DE DATOS PARA REMITENTES DE
MERCADERIA A TRAVES DE CONSIGNATARIOS QUE OPEREN
EN EL MERCADO CENTRAL DE BUENOS AIRES.

Para uso de CMC
Nº Expediente

Yo.....en el caracter de.....
.....declaro bajo juramento que los
datos consignados en la presente Declaración son auténticos, comprometiendome
asimismo, a comunicar a esa Corporación, mediante otra declaración jurada modifica-
toria de la presente cualquier cambio de los datos aquí indicados.-

1 Razón Social				
Nº		Libro	Tomo	Fecha
2 Apellido y Nombre				
3 Nº Docum. Tipo		4 Expedido por		
5 Domicilio- Calle		Número	Piso Depto	Teléfono
6 Localidad		7 Partido o Departamento		
8 Provincia			9 Cód. Postal	
10 Banco		11 Sucursal-Agencia o Delegación		
12 Uso Banco		13 Nº de Cuenta		14 Tipo

(Ver referencias al Dorsó)

Lugar y Fecha
(Certificación de Banco)

Firma del declarante

Aclaraciones

Recibió	Fecha

REFERENCIAS

1. Deberá consignar, cuando corresponda, la Razón Social en que está inscripta la Sociedad en el Registro Público de Comercio, indicando además el número, libro, tomo, folio y factura en que la sociedad fue inscripta.
2. Se completará sólo cuando NO SE TRATE DE SOCIEDADES, consignando el apellido y nombre completo del Remitente.
3. Deberá indicar el Número de Documento de Identidad, consignando el tipo de documento según sea este: LE, LC, DNI o CI.
4. En caso de ser Cédula de Identidad, indicará la Policía que la expidió.
5. Deberá indicar la calle, número, piso, departamento y teléfono de la Razón Social o del Declarante.
6. Deberá consignar la localidad a que corresponde el domicilio indicado.
7. Deberá indicar el Partido o Departamento a que pertenece la localidad consignada.
8. Deberá indicar la Provincia y Código Postal que corresponda al domicilio citado.
9. Deberá indicar claramente el nombre del Banco al cual designó para que se le efectúen las transferencias de fondos.
10. Deberá consignar la sucursal, agencia o delegación del Banco en que tiene radicada la cuenta.
11. Este espacio será de uso exclusivo de los Bancos que operan el Sistema de Pago Centralizado en el Mercado Central de Buenos Aires.
12. Deberá consignar el Número de Cuenta que tiene abierta en el Banco indicado, en la cual quiere que se le depositen los fondos transferidos.
13. Deberá indicar el tipo de Cuenta, consignando 1 cuando se trate de una Cuenta Corriente, y 2 cuando sea una Cuenta de Ahorro

mentarios. Si resultan rechazados, deben ser cubiertos en efectivos por el vendedor dentro de las 72 horas de haber sido informado el Banco recaudador de tal rechazo. Cubierto el mismo deberá comunicarse en forma inmediata a la Corporación del Mercado su cumplimiento mediante duplicado de constancia del depósito.

3.9.4. Distribución de fondos

- Mediante la Declaración Jurada de Distribución de ingresos por ventas operador-vendedor puede acceder a los fondos de su cuenta especial de recaudación en cada uno de los bancos recaudadores. El vendedor deberá distribuir:

- a) Si es consignatario: los fondos que debe transferir a sus remitentes y/o productores; los fondos correspondientes a toda otra persona o entidad que deba percibir algún importe por las ventas efectuadas. Por ejemplo: Dirección General de Rentas (Ingresos Brutos).
- b) Si es propietario de la mercadería: los fondos correspondientes a toda otra persona o entidad que deba percibir algún importe por las ventas efectuadas. Por ejemplo: Dirección General de Rentas.
- c) Si es operador de sala de remate: Además de las señaladas en a) y b) según sea el caso, el importe correspondiente al uso de la sala de remate.

- A los efectos de distribuir los fondos a los productores y/o remitentes, el Banco sólo podrá cumplimentar lo ordenando en la Declaración Jurada de Distribución de Ingresos por

ventas, de un consignatario, si tiene en su poder la información correspondiente al Banco, Sucursal y N° de Cuenta que ha ya declarado el remitente mediante la Declaración Jurada del Remitente. Esta información será suministrada por la Corporación del Mercado Central en su oportunidad de haberse efectuado el registro de remitente.

- Debe verificar que el total recaudado por el Banco recaudador, según sus comprobantes, coincida con el importe recaudado por cada una de las entidades bancarias. De existir diferencias deberá aclarar tal situación por cuanto estas entidades sólo tomarán por válido el importe que surja de sus registros.

- El operador-vendedor debe verificar además que el total de las operaciones efectuadas para ese día de ventas, no sea superado por el total de fondos que el distribuye en la Declaración Jurada de Distribución de Ingresos por Ventas.

- Mediante la Declaración Jurada de Ingresos por Ventas el operador podrá retenerle a sus remitentes los importes correspondiente a: Comisiones, fletes, y todos aquellos otros gastos inherentes a toda modificación que haya sufrido la mercadería para colocarla en condiciones de venta dentro del Mercado Central, por ejemplo: Cambio de envases, repaso, trasvase, descarga.

- Deberá confeccionar una Declaración Jurada de ingresos por ventas por separado para :

Cada día de venta.

Cada Banco en donde los compradores hayan abonado las facturas de ventas.

- Aquellas facturas que hayan sido abonadas totalmente en efectivo.
- Aquellas facturas que hayan sido abonadas mezclando efectivo y cheques de hasta 48 horas de compensación o totalmente en cheques de hasta 48 horas.
- Aquellas facturas que hayan sido abonadas en efectivo y cheques de hasta 72 horas o totalmente en cheques de 72 hs.
- La presentación de las Declaraciones Juradas de Distribución de Ingresos por Ventas deberá ser efectuada en las sucursales del Mercado Central de los bancos recaudadores en los horarios establecidos, a partir del mismo día de la concreción de las operaciones hasta 48 horas posteriores al de dicha concreción.

3.9.5. Acreditación de fondos

- Los bancos recaudadores acreditarán los fondos solamente una vez que se encuentren cobrados todos los cheques y que se haya presentado la Declaración Jurada de Distribución de Ingresos por Ventas. La disponibilidad de los fondos en ventanilla o en la cuenta bancaria o habilitada al efecto por el operador, siempre que la presentación de la Declaración Jurada de Distribución de Ingresos por Ventas, se haga presentado con una antelación no inferior a las 24 horas es tará en los siguientes plazos:
 - . Efectivos a las 24 horas de concretadas las operaciones.
 - . Cheques de 24 y 48 horas: a las 72 horas de concretadas las operaciones.
 - . Cheques de 72 horas: a las 92 horas de concretadas las operaciones.

- La responsabilidad de este sistema llega hasta la distribución y acreditación de los fondos en las cuentas habilitadas en los bancos recaudadores, no teniendo responsabilidad el sistema, sobre las demoras en que incurra el banco designado por el productor para acreditar en la cuenta elegida el importe a transferir.

- Las condiciones y gastos de transferencia que aplique el banco indicado por el remitente, deberán ser pactados por él con el banco que haya elegido para dicha operación.

Los bancos recaudadores del Mercado Central no le cobrarán al operador comisión alguna por la gestión de cobranzas y acreditaciones.

3.9.6. Declaraciones de ventas

- En el plazo no mayor a las 72 horas de finalizada la venta de una partida remitida en consignación, el operador deberá remitir al productor una liquidación de ventas y líquido producto. (ver facsimil). Dicha liquidación deberá efectuarse en los formularios estandarizados por la Corporación del Mercado Central por triplicado, siendo el destino de cada uno de los ejemplares el siguiente:

Original: para el productor

Duplicado: para la Corporación del Mercado Central

Triplicado: para el consignatario.

En este documento el consignatario deberá informar al productor sobre:

. La mercadería recibida para su comercialización en consig-

REFERENCIAS

1. En este recuadro deberá detallar la mercadería recibida del remitente, por cada Guía de Productos, indicando la Cantidad de Bultos efectivamente descargados por cada renglón.
2. En este recuadro deberá indicar la cantidad de Bultos que no fueron comercializados por cada uno de los conceptos allí indicados y el total de Bultos no comercializados para cada uno de los renglones del recuadro 1.
3. En este recuadro deberá detallar la cantidad de Bultos vendidos por cada uno de los precios unitarios obtenidos, para cada uno de los renglones detallados en el recuadro 1. De no ser suficientes la cantidad de renglones existentes, se completará esta información en hoja adjunta. El total que resulte de la suma de Bultos detallados en este recuadro, sumado al total de Bultos no comercializados, (recuadro 2) deberá ser igual al total de Bultos recibidos (recuadro 1).

4. En este recuadro informará al remitente sobre las retenciones efectuadas sobre el importe bruto. La cifra a consignar en este renglón será la que resulte como total de la columna "Importe del Detalle de Ventas.
5. En este recuadro se deberá consignar el N° de Declaración Jurada de Distribución de Ingresos por Ventas con que se efectuaron las transferencias, así como la fecha y el importe de la transferencia que corresponde a la mercadería indicada en el recuadro 1. El total que resulte de la suma de las transferencias efectuadas, deberá ser igual al "Total Importe Neto" consignado en el recuadro 4.

CODIGOS

<table border="0" style="width: 100%;"> <tr> <td style="text-align: right;"><u>Cód. Calidad</u></td> <td>1 Superior</td> </tr> <tr> <td style="text-align: right;"><u>Frutas</u></td> <td>2 Elegida</td> </tr> <tr> <td></td> <td>3 Comercial</td> </tr> <tr> <td></td> <td>4 Común</td> </tr> <tr> <td></td> <td>5 Normal</td> </tr> </table>	<u>Cód. Calidad</u>	1 Superior	<u>Frutas</u>	2 Elegida		3 Comercial		4 Común		5 Normal	<table border="0" style="width: 100%;"> <tr> <td style="text-align: right;"><u>Horales</u></td> <td>1 Primera</td> </tr> <tr> <td></td> <td>2 Segunda</td> </tr> <tr> <td></td> <td>3 Tercera</td> </tr> <tr> <td></td> <td>4 Cuarta</td> </tr> <tr> <td></td> <td>5 Gruesa</td> </tr> <tr> <td></td> <td>6 Fino</td> </tr> </table>	<u>Horales</u>	1 Primera		2 Segunda		3 Tercera		4 Cuarta		5 Gruesa		6 Fino	<table border="0" style="width: 100%;"> <tr> <td style="text-align: right;"><u>Cód. Descripción</u></td> <td>A Verda</td> </tr> <tr> <td></td> <td>P Placa</td> </tr> <tr> <td></td> <td>R Kadaro</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Z Zofo</td> </tr> </table>	<u>Cód. Descripción</u>	A Verda		P Placa		R Kadaro		Z Zofo
<u>Cód. Calidad</u>	1 Superior																															
<u>Frutas</u>	2 Elegida																															
	3 Comercial																															
	4 Común																															
	5 Normal																															
<u>Horales</u>	1 Primera																															
	2 Segunda																															
	3 Tercera																															
	4 Cuarta																															
	5 Gruesa																															
	6 Fino																															
<u>Cód. Descripción</u>	A Verda																															
	P Placa																															
	R Kadaro																															
	Z Zofo																															

b) Tamaño

Descripción

1	Extra grande
2	Grande
3	Mediano
4	Chico
5	Grueso
6	Fino

c) Dirección

Cód. Descripción

A	Verda
P	Placa
R	Kadaro
Z	Zofo

REFERENCIAS

1. En este recuadro deberá detallar la mercadería recibida del remitente, por cada Guía de Productos, indicando la cantidad de Bultos efectivamente descargados por cada renglón.
2. En este recuadro deberá indicar la cantidad de Bultos que no fueron comercializados por cada uno de los conceptos allí indicados y el total de Bultos no comercializados para cada uno de los renglones del recuadro 1.
3. En este recuadro deberá detallar la cantidad de Bultos vendidos por cada uno de los precios unitarios obtenidos, para cada uno de los renglones detallados en el recuadro 1. De no ser suficientes la cantidad de renglones existentes, se completará esta información en hoja adjunta. El total que resulte de la suma de Bultos detallados en este recuadro, sumado al total de Bultos no comercializados, (recuadro 2) deberá ser igual al total de Bultos recibidos (recuadro 1).
4. En este recuadro informará al remitente sobre las retenciones efectuadas sobre el importe bruto. La cifra a consignar en esta renglón será la que resulte como total de la columna "Importe Se del Detalle de Ventas.
5. En este recuadro se deberá consignar el N° de Declaración Jurada de Distribución de Ingresos por Ventas con que se efectuaron las transferencias, así como la fecha y el importe de la transferencia que corresponde a la mercadería indicada en el recuadro 1. El total que resulte de la suma de las transferencias efectuadas, deberá ser igual al "Total Importe Neto" consignado en el recuadro 4.

CODIGOS

a) Calidad		b) Tamaño		c) Dirección	
Cód.	Frutas	Cód.	Descripción	Cód.	Descripción
1	Superior	1	Extra grande	A	Verde
2	Segunda	2	Grande	P	Plancha
3	Comercial	3	Mediano	R	Maduro
4	Común	4	Chico	Z	Zojo
5	Reservado	5	Grueso		
6		6	Fino		
Hortalizas					
	Primera				
	Segunda				
	Tercera				
	Cuarta				

nación, según Guía de Productos (cantidad de bultos y la descripción de la mercadería).

- . La mercadería no comercializada (cantidad de bultos y motivo, adjuntando comprobantes.
- . La mercadería vencida (cantidad de bultos, precio por bulto, total de ventas).
- . Las deducciones y retenciones que le efectúe el consignatario al productor debidamente documentadas.
- . Detalle de las transferencias efectuadas, correspondiente a las ventas de la mercadería remitida por la Guía de Productos cosignada en este documento.

III.4 Origen de la producción ingresada al mercado

El envío de los diversos productos hortícolas que tradicionalmente se traía a los mercados de Buenos Aires y actualmente al Mercado Central fluía cíclicamente por causas de diversos factores condicionantes que modifican de alguna manera el volumen ingresado. Los ciclos varían en extensión y magnitud y los flujos cambiantes alteran por días y aún por semanas los niveles "normales" de comercialización. Entre los factores condicionantes señalan:

- Factores climáticos

Las condicionantes climáticas modifican anualmente los períodos de producción. El calendario que se acompaña fue diseñado en base a los ingresos de los años 1965-1975 por los técnicos del I.I.C.A.

- Variación de productores

Los elevados costos de producción y los grandes riesgos físicos y económicos de la producción de hortalizas, frente a precios fluctuantes, dan lugar a una "alta rotación" entre productores, que ingresan o abandonan la producción de estos rubros intensivos de acuerdo a los resultados pasados y a las expectativas de las próximas cosechas.

- Altos costos de transporte

El costo de transporte es un condicionante económico que determina que diversas zonas pueden o no ingresar al mercado en un momento dado, dependiendo del nivel de precios del pro

ducto.

- Altos costos de envases

El costo del "vacio" frecuentemente aumenta la comercialización de ciertos productos a determinadas áreas. Aquí debe considerarse tanto la propiedad o el arrendamiento de envases como su costo de transporte hasta los sitios de producción.

- Ausencia de Cooperativas de Comercialización

La falta de condiciones que facilitan la comercialización implica que los pequeños y medianos productores frecuentemente dependa de la acción de intermediarios ante la imposibilidad de llegar directamente a los mercados.

La demanda irregular y los precios pagados por los intermediarios condicionan la producción y llegada al mercado de los productos de los diversos agricultores.

- Falta de planeamiento

La ausencia de un plan integral que haga conocer los volúmenes y las fechas en que cada zona producirá expresas especies inciden en la fluctuación de oferta y demanda.

- Falta de información de precios

La carencia de un sistema de información de precios ha dificultado la racionalización de los envíos por parte de los

productores y aumentaba el riesgo de la operación. Sin embargo desde la apertura del Mercado Central este último aspecto ha sido contemplado mediante la publicación sistemática diaria, semanal y mensual de la información correspondiente a volúmenes ingresados, procedencia y precios de las operaciones que se realizan.

Para la difusión de la información se utilizan como medios las radios de la Capital Federal, de La Plata y Costa Atlántica, canales de televisión, diarios y revistas, organismos y agencias de noticias.



4.1 Regiones hortícolas

La caracterización de las regiones de producción de acuerdo a trabajos realizados por la Secretaría de Estado de Agricultura y Ganadería, INTA, Facultad de Agronomía e Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas (I.I.C.A.) consideran en todo momento las regiones tomando en cuenta la importancia para los mercados de Buenos Aires antes que los aspectos geográficos, agronómicos o ecológicos. Sin embargo la ubicación privilegiada para la producción de hortalizas también destacan entre otros factores importantes, los siguientes:

- . La gran extensión territorial y la diversidad de condiciones climáticas, incluyendo varias zonas de micro-climas, permiten diversificar la producción y resulta en períodos estacionales muy extendidos.
- . La capacidad técnica y empresarial de los productores facilita el desarrollo tecnológico de la producción de estos rubros intensivos.
- . El alto nivel de ingreso y los diversificados hábitos de consumo de los habitantes, implican que el país cuenta con un amplio mercado interno.

Aunque sería muy extenso tratar de enumerar todas las hortalizas que se producen en cada una de las regiones del país, a continuación se identifican ciertas áreas geográficas consideradas como principales regiones productoras dentro del contexto nacional:

4.1.1. Primera región

Región hortícola rioplatense

Esta región comprende el espacio geográfico incluido en una franja que oscila entre los 15 y 25 km de ancho, desde el fin del Delta (Tigre) a lo largo de la costa del Río de la Plata hasta Berisso.

Los partidos más productivos de esta región son La Plata, Florencio Varela y Berazategui.

Esta región es productora de las siguientes hortalizas: alcaucil (el partido de La Plata produce más del 87% del total nacional), apio, espárrago (partidos de La Matanza y Merlo), haba, pimiento fresco, poroto chaucha (en los partidos de Berazategui, La Plata y Florencio Varela producen más del 44% del país), tomate Platense (entre La Plata, Florencio Varela, Berazategui y Berisso producen el 70% de la provincia y un 13% del total nacional).

Existen una serie de comunidades hortícolas en los alrededores de la Plata, siendo las más conocidas Arana, Abasto, Los Hornos, Echeverry, Hernández, Gorina, Seguí y Melchor Romero. Otras subzonas importantes son Los Porteños, Colonia La Banderita, Pereyra Iraola, Hudson, El Peligro y Colonia Agrícola El Pato, Villa San Luis (Florencio Varela), La Carolina, La Colorada, Villa Vatteone, La Capilla (Florencio Varela), Los Talaes.

El mayor productor del alcaucil es Los Hornos y la zona de Arana. En Los Hornos y Echeverry se produce también apio, tomate, hinojo y otras verduras en menor escala.

En la zona de Gorina se produce tomate, lechuga, maíz dulce, pimiento, puerro, cebolla de verdeo, remolacha, acelga, etc.

En La Capilla se produce tomate, pimiento, chaucha y hortalizas verdes (acelga y lechuga).

La región hortícola rioplatense es la principal productora de hortalizas para el abastecimiento del Area Metropolitana. Allí opera la Asociación de Cooperativas Hortícolas Argentinas, que comercializa una parte considerable de la producción de diversos mercados del Area Metropolitana y desde fines de 1975 administra el Mercado de Abasto de Avellaneda. En general la forma frecuente en que el productor vende sus productos es a través de consignatarios que comercializan hasta un 90% de la producción, siendo además importante la venta directa por los productores en ferias francas.

4.1.2. Segunda región

Sudeste de la provincia de Buenos Aires

El sudeste de la provincia de Buenos Aires es la típica zona papera del país. La región tiene unas 82.000 has en cultivo de papa y produce cerca del 76% de la producción nacional, que alcanza 1.670.000 toneladas anuales (promedio 1971-1975). La principal producción se refiere a la papa semitardía, cosecha de enero a junio, llegando a los mercados mayoristas del Area Metropolitana durante los meses de enero a noviembre. Asimismo, se produce también papa tardía durante los meses de mayo a agosto, pero en poca cantidad.

Los partidos paperos por excelencia son: Balcarce que produce 487.000 ton anuales (que representan un 40% de la región, y un 30% del país), Gral. Alvarado produce 203 ton, Gral Pueyrredón 163.000 ton, Lobería 159.000 ton y Tandil 60.000 ton. El mayor problema de comercialización deriva de la superproducción estacional que da lugar a grandes fluctuaciones de

precios. La venta se realiza por consignatarios es un 60-70%, acopiadores del 20-25% y compradores ocasionales de 5-20%.

Además, esta región produce ajo, arveja fresca, cebolla de bulbo, etc.

4.1.3. Tercera región

Sur de la provincia de Buenos Aires (H. Ascasubi; Médanos, Pedro Luro).

Esta es la típica región productora de ajo y cebolla, que se localiza en los partidos de Villarino y Patagones, al sur de la provincia de Buenos Aires. Aquí se distingue una zona de Secano en las Colonias de Los Alfalfares, Santa Blanca, Mirapolsky, Ombuta, Navarro y Mastrángelo, y la zona de riego en las Colonias Mayor Buratovich, La Planchada, Hilario Ascasubi, La Jubita, La Brújula, Santa Catalina, Lejarraga, San Adolfo, Pradere, Igarzabal y Villalonga.

La región produce más de 32.000 toneladas anuales de ajo (promedio 1971-1975) correspondiendo al partido de Villarino la cantidad de 24.000 toneladas, que representa el 40% de la producción total. La comercialización se realiza en un 70% a través de acopiadores, 20% por medio de cooperativas y un 10% por compradores ocasionales. La época de cosecha se extiende de noviembre a febrero y los tipos más cultivados son ajo colorado en un 90% y blanco 10%.

En cuanto a la producción de cebolla, esta región produce unas 15.000 toneladas (promedio 1971-1975), siendo Villarino y Patagones los principales productores.

Una parte importante de la producción de ajo y cebolla de esta zona se destina a la exportación, principalmente al Brasil.

Asimismo, esta región produce batata, papa, poroto chaucha, tomate, zapallo y pimiento fresco. En lo que se refiere al pimiento fresco entre los partidos de Villarino y Patagones producen 5.000 toneladas anuales (promedio 1971-1975) que representan un 80% de toda la provincia y 16% del total nacional. Villarino produce también papa, siendo su producción promedio (quinquenio 1971-1975) de unas 37.000 ton.

4.1.4. Cuarta región

Región norte de la provincia de Buenos Aires y este de la provincia de Santa Fe

Esta región comprende los partidos de Pergamino, Ramallo, San Pedro, Baradero, Zárate y Campana en la provincia de Buenos Aires y los departamentos de San Javier, San Justo, Rosario, Constitución, La Capital, Garay, San Lorenzo, Iriordo, en la provincia de Santa Fe.

Es una región productora de batata, siendo San Pedro el principal centro productor con 39.000 toneladas anuales (promedio 1971-1975). La época de cosecha de la batata se extiende de febrero a setiembre para la batata colorada y amarilla. La comercialización en un 90% se realiza por acopiadores y se destina a la industrialización.

Esta también es una zona papera importante, con una producción anual de 114.000 toneladas (promedio 1971-1975). La región produce para semitemprana que se cosecha y vende en los

CUADRO A

ESTACIONALIDAD DE LA OFERTA

ESPECIE	AÑO BASE	PRECIO PROMEDIO	PRECIO PROMEDIO DESEST.	TENDENCIA		INDICES MENSUALES Y SU DISPERSION													F. CALCULADO		DISPERSION SERIE DESESTACIONAL	
				a	b	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D			ENTRE MESES	ENTRE AÑOS	
Acelga	1974	1,03	1,21	0,81	-0,003	100,03	108,4	128,4	113,4	94,8	115,3	110,8	95,7	65,4	72,9	85,1	109,2	18,35	0,88	7,00	0,82	68,76
Ajo	1974	3,66	6,02	5,3	-0,04	109,6	108,2	107,0	106,8	106,0	102,3	104,9	90,1	99,3	84,8	80,3	100,7	9,72	1,98	7,78	1,55	25,74
Batata	1977	42,13	54,62	67	-0,3	124,0	107,5	95,5	75,2	73,6	80,0	120,1	85,8	96,8	108,9	119,0	113,5	18,11	2,10	5,69	18,43	33,74
Berenjena	1977	84,73	108,98	58	-0,58	67,0	53,0	59,8	73,1	73,4	85,1	103,7	137,7	154,1	146,5	132,9	113,6	36,12	12,5	3,08	27,42	25,16
Cebolla	1974	1,06	1,29	0,88	-0,004	92,5	94,9	104,7	104,3	99,7	103,7	110,7	112,7	112,5	92,1	84,9	88,2	9,60	1,23	10,50	0,42	32,55
Chaucha	1975	6,19	6,99	6,04	-0,015	91,0	92,7	82,2	76,5	77,8	99,7	116,4	134,1	137,1	119,7	94,4	78,2	21,75	3,56	6,85	2,60	37,19
Lechuga latina	1974	1,66	1,92	0,84	-0,004	101,3	125,9	124,1	130,5	104,9	114,1	101,2	91,8	77,7	63,9	68,3	96,1	21,95	1,42	7,42	1,20	62,5
Lechuga capuchina	1977	56,64	77,51	60	-0,5	91,8	108,7	108,4	174,6	114,7	96,4	86,3	76,0	80,6	88,6	86,9	86,7	26,34	2,00	3,86	31,39	40,5
Papa	1974	0,88	1,06	0,55	-0,003	92,2	97,8	85,9	88,8	88,1	81,7	91,3	108,2	113,6	117,6	125,8	104,9	13,98	2,10	20,83	0,48	45,28
Pimiento colorado	1977	212,86	264,59	163	-1,42	81,9	72,3	63,8	60,6	72,7	90,6	104,5	121,9	145,4	156,5	122,0	107,9	31,76	9,58	2,60	64,30	24,30
Pimiento verde	1976	40,54	54,44	33	-0,29	80,5	72,5	65,4	69,7	78,5	90,8	99,2	126,7	164,2	141,1	110,0	100,2	30,9	12,07	5,45	2,60	37,19
Remolacha	1979	214,88	314,78	160	-3,39	76,5	116,3	127,1	92,3	110	125,2	114,5	102,8	92,4	72,7	86,1	84,1	18,63	0,80	7,88	147,80	46,95
Repollo blanco	1977	34,13	49,1	26	-0,36	83,9	117,5	108,8	100,2	107,9	114,8	111,3	97,8	85,7	88,7	94,4	88,9	11,87	0,62	6,91	21,16	43,09
Tomate perita	1977	88,15	104,67	75,8	-0,4	69,9	63,6	63,5	71,6	90,7	115,2	98,7	106	166,3	156,5	120	77,8	34,64	7,13	1,46	29,63	37,80
Tomate redondo	1974	3,54	4,09	1,03	-0,009	65,6	65,8	70	83,7	105,6	97,4	90,2	113	166,4	141,9	113,7	86,8	30,66	8,09	2,75	1,29	31,50
Zanahoria	1974	0,89	1,13	1,38	-0,004	102,4	102,7	122,6	120,2	109,5	96,6	86,7	80,2	84,3	88,1	92,4	114,4	14,32	3,02	7,25	0,34	30,09
Zapallito redondo	1975	2,59	3,20	2,02	-0,011	71,5	75,5	88,6	92,3	89,8	111,6	132,2	158	138,8	88,6	82,5	70,5	28,69	5,28	3,54	1,20	37,50
Zapallo	1977	47,89	54,11	33	-0,15	86,3	75,3	65,4	59,2	57,6	62,4	86,8	108,4	145,3	188,3	162,4	102,4	43,56	4,52	6,36	23,85	44,08
Arveja	1977	51,66	25,9	41	0,73	79,0	75,2	73,5	81,1	103,7	137,3	130,8	133,1	116,6	96,6	75,2	97,6	24,26	1,15	38,49	25,69	99,18
Garbanzo	1973	2,00	2,84	3,33	-0,014	103,3	101,9	99,4	98,7	100,7	98,5	104,2	101,9	99	91,7	97	103,5	3,46	0,71	60,4	0,85	29,92
Lenteja	1973	1,80	1,93	2,13	-0,002	94,8	101,7	100,9	96,9	104,6	107,2	110,3	106,7	98,3	87,4	90,4	100,9	6,87	1,07	17,85	0,58	30,05
Poroto Alubia	1973	1,54	2,16	2,37	-0,001	98,9	96,9	96	95,4	95,4	101	101	105,2	104,7	102,6	101,1	101,9	3,46	0,55	29,13	0,56	25,92
Poroto Manteca	1972	0,71	0,88	1,45	-0,003	96,1	96,2	98,8	102,4	107,8	101,4	103,7	103,9	100,9	96,7	95,6	96,4	3,96	0,63	33,96	0,27	30,68

mercados de concentración obligatoria de Buenos Aires durante los meses de octubre a febrero. La comercialización normalmente se realiza por consignatarios en un 45%, acopiadores 50% y compradores ocasionales 5%.

Además, esta región produce alcaucil (sobre todo la zona de Rosario, Constitución y San Lorenzo, que en 1071-1975 produjeron 3.800 ton anuales) apio, arveja fresca, espárragos, haba, poroto chaucha, tomate, zanahoria y zapallo.

4.1.5. Quinta región

Región hortícola de Córdoba

La región hortícola cordobesa produce distintas hortalizas, destacándose la producción de ajo, cebolla, batata, para, pimiento fresco, tomate de época, zanahoria, zapallo.

Los departamentos de Cruz del Eje, San Javier, Colón y San Alberto son productores de ajo. Los departamentos de La Capital, Colón, Totoral son importantes productores de batata, produciendo unas 23.000 ton anuales (promedio 1071-1975). La cosecha de batata se extiende a casi todo el año pero la mayor abundancia se concentra entre los meses de julio a mediados de febrero. Frecuentemente se menciona que la comercialización de batata está mal organizada en la región.

La Cooperativa La Norcordobesa comercializa el 50% de la producción de batata (destinándose el 80% a industria y un 20% al mercado consumidor), observándose además la venta por consignación y en pequeño volumen mediante acopiadores.

Los departamentos de Cruz del Eje, San Javier, San Alberto, La Capital, Río Cuarto, Río Primero son productores de cebo-

lla de bulbo. La provincia de Córdoba produce para el período 1971-1975 la cantidad de 56.000 toneladas anuales de cebolla semitemprana, cuya afluencia a los mercados mayoristas de Buenos Aires se extiende de octubre a febrero. Además, en menor proporción esta región produce cebolla tardía, que se cosecha durante los meses de mayo a agosto.

La provincia de Córdoba produce 15.000 toneladas anuales de zanahoria (quinquenio 1971-1975), siendo después de Mendoza y Santa Fe la principal productora de zanahoria del país. La época de cosecha se extiende prácticamente a lo largo de todo el año, siendo los meses de abril a octubre los de mayor producción.

Esta región hortícola de Córdoba también es un importante productor de zapallo especialmente la variedad Criollo que se comercializa en el período que va de octubre a mediados de diciembre.

4.1.6. Sexta región

Región hortícola de Santiago del Estero

Las hortalizas que caracterizan a esta zona son ajo, batata, cebolla de bulbo primicia, papa semitemprana y tardía, poroto chaucha, tomate de época y zapallo.

Esta región produce 2.100 ton anuales de ajo blanco (promedio 1971-1975) y la época de cosecha se extiende durante los meses de setiembre a diciembre. Los departamentos productores más importantes son Robles y La Banda.

En cuanto a batata, Santiago del Estero es la principal región productora del país, habiendo producido unas 162.000 to

neladas anuales (promedio 1971-1975) principalmente en los departamentos de Robles, La Banda, Capital, Silipica y San Marín. La época de cosecha se extiende durante los meses de enero a setiembre, cultivándose batata Criolla Colorada o Amarilla. La forma de venta mediante consignación alcanza un 40%, acopiadores 58% y directamente a fábricas a penas un 2%.

La región hortícola de Santiago del Estero es la principal productora de cebolla de bulbo primicia, cosechando un promedio de 58.000 toneladas anuales (1971-1975), produciéndose en casi todos los departamentos de la provincia. La época de cosecha se extiende de setiembre a noviembre, y la única variedad que produce esta provincia es la Valencianita. La forma habitual de venta de la cebolla es mediante consignatarios en un 66% y acopiadores 34%.

La provincia produce además papa semitemprana y tardía, siendo los departamentos de Robles y La Banda los principales productores.

El zapallo es la hortaliza de mayor gravitación en la región hortícola de Santiago del Estero, ya que es la principal productora del país, con el 32% del total nacional. El área típica de producción es la zona del Río Dulce, sobre todo los departamentos de La Banda, Robles, Avellaneda, Rivadavia y Capital, aunque se produce prácticamente en casi todos los departamentos de la provincia. La cosecha se comercializa mediante consignatarios en un 76% y por acopiadores 24%.

La producción de tomate se localiza en la región de regadío del Río Dulce en los departamentos de Robles, La Banda, San Martín y Capital, cultivándose tomate Platense y tipo

perita. La producción anual asciende a 52.000 ton (quinqueño 1971-1975), destinándose la mayor parte de la producción a la industrialización. La época de cosecha se extiende de setiembre a diciembre.

4.1.7. Séptima región

Provincia de Tucumán

La provincia de Tucumán produce una serie de hortalizas tales como alcaucil, arveja fresca, batata, cebolla de bulbo primicia, papa, pimiento fresco primicia, tomate, zanahoria, etc.

Tucumán es el principal productor de arveja fresca del país (32% del total nacional) siendo los departamentos de Taffí, Capital y Burruyacu los más importantes productores.

La provincia también produce batata en casi todos los departamentos siendo el más importante Burruyacu. Las variedades más conocidas son la Criolla Colorada o Brasilera Colorada y La Brasilera Blanca, siendo enviada a los mercados de Buenos Aires durante los meses de noviembre a febrero.

Tucumán es el principal productor de papa temprana del país con una producción de 40.000 toneladas anuales (promedio 1971-1975) siendo Chicligasta el principal departamento productor. La época de cosecha se extiende durante los meses de setiembre a diciembre.

La producción de tomate se localiza en los departamentos de Famallá, Chicligasta, Cruz Alta, Capital, Tafi y Río Chico. Se cultiva tomate Platense y tipo perita. La producción total oscila alrededor de 12.500 toneladas anuales (quinque-

nio 1971-1975), siendo la época de cosecha de octubre a febrero. Los tomates se destinan en su totalidad para consumo en fresco, comercializándose el 70% en Buenos Aires, el 25% en Rosario, Córdoba y Mendoza, quedando un 5% para los mercados de la región del NOA.

Frecuentemente se señala que la actividad hortícola de la provincia de Tucumán se expande o contrae siguiendo a los ciclos de la caña de azúcar, debido a que normalmente la rentabilidad del cultivo de la caña de azúcar es superior

4.1.8. Octava región

Región hortícola de las provincias de Salta y Jujuy

La región hortícola de Salta y Jujuy produce una variedad de hortalizas tales como alcaucil, arveja fresca, cebolla de bulbo primicia, haba, papa temprana, pimiento fresco primicia, poroto chaucha, tomate primicia, etc.

Esta es la región del tomate primicia, y en épocas que no producen otras regiones del país Salta y Jujuy abastecen al Area Metropolitana con tomate, con un volumen promedio de unas 100.000 toneladas (período 1971/75). Los departamentos de Oran y José de San Martín, en la provincia de Salta, y los de Ledesma y Santa Bárbara en la provincia de Jujuy son los principales productores de tomate.

Los tomates se comercializan en los mercados de Buenos Aires mediante consignatarios en su casi totalidad, especialmente en el Mercado Saldías en remates de pública subasta. La región produce tomates Platense y tipo perita, que se cosechan en los meses de abril y diciembre.

La región hortícola de Salta y Jujuy también es gran productora de pimiento fresco primicia, produciendo el 90% de la producción nacional, estimada en 37.000 ton. anuales (promedio 1971/75). Los departamentos más productores son Oran y Gral.

José de San Martín en Salta, y Ledesma y Santa Bárbara en la provincia de Jujuy. La época de cosecha se extiende durante los meses de abril a mediados de octubre.

Esta región es asimismo productora de poroto chaucha, en los departamentos de Oran y Gral. José de San Martín en Salta, y Santa Bárbara y Ledesma en Jujuy. La época de cosecha se extiende de mayo a setiembre. Las variedades son Algarrabeña y Balín de Albenga.

4.1.9. Novena región

Región cuyana

La región cuyana produce una gran variedad de hortalizas desde ajo, alcaucil, apio, arveja fresca, cebolla de bulbo (de época y primicia), espárrago, haba, papa semitemprana, semitardía y tardía, pimiento fresco, poroto chaucha, tomate de época, zanahoria y zapallo.

La región cuyana es productora de ajo, habiendo producido para el quinquenio 1971-1975 la cantidad de 17.000 ton anuales, siendo los departamentos de Luján y Maipú, en Mendoza, y los de los de Pocito y Rawson en San Juan los principales productores. Los tipos producidos son Blanco y Colorado y la época de cosecha se extiende desde mediados de noviembre hasta mediados de agosto.

La provincia de Mendoza es importante productora de apio.

La producción de cebolla es sumamente importante en esta región pues las provincias de Mendoza y San Juan contribuyeron con 73% en la producción nacional estimada en 166.000 toneladas anuales para todo el país. Los departamentos más importantes en Mendoza son Luján, Maipú, Guaymallén, Junín, Lavalle, Las Heras, Rivadavia, San Martín y en la provincia de San Juan los departamentos de Jachal, Pocito y 25 de Mayo. La comercialización de cebolla se dificulta por la explotación irregular, superproducción, falta de organización y excesiva intermediación. La época de cosecha se extiende de noviembre a fines de setiembre y las variedades más comunes son la Valenciana, Valancianita, Blanca y Torrentina.

La región cuyana es asimismo productora de papa semitemprana, semitardía, tardía, en los departamentos de Tupungato, San Carlos, Luján y Maipú. La época de cosecha de la papa semitemprana se extiende durante los meses de octubre a febrero, la semitardía de enero a noviembre y finalmente la tardía se produce durante los meses de mayo a agosto. Los problemas de comercialización son los característicos de todas las zonas papeiras del país, notándose grandes variaciones de precios de un año a otro. Las formas habituales de venta es mediante consignación (20%), acopiadores en un 70% y ferias el 10%.

La región cuyana también es una importante productora de tomate. Entre las provincias de Mendoza y San Juan producen 113.000 toneladas de tomate de época. Los departamentos de mayor producción tomatera son San Rafael, Tunuyán, Gral. Alvear en la provincia de Mendoza, y en la provincia de San Juan, Pocito y Rawson, destinándose la producción en un 80% a la industria de conservas. La época de cosecha del tomate en la región cuyana se extiende durante los meses de febrero a mayo, cultivándose tomate Platense y tipo perita. Las zonas productoras de tomate son también aptas para producción de cebolla. Esto hace que la producción de hortalizas esté influida por la estructura de precios relativos y posibilidades de sustitución de la cebolla.

4.1.10. Décima región

Región del valle del Río Negro

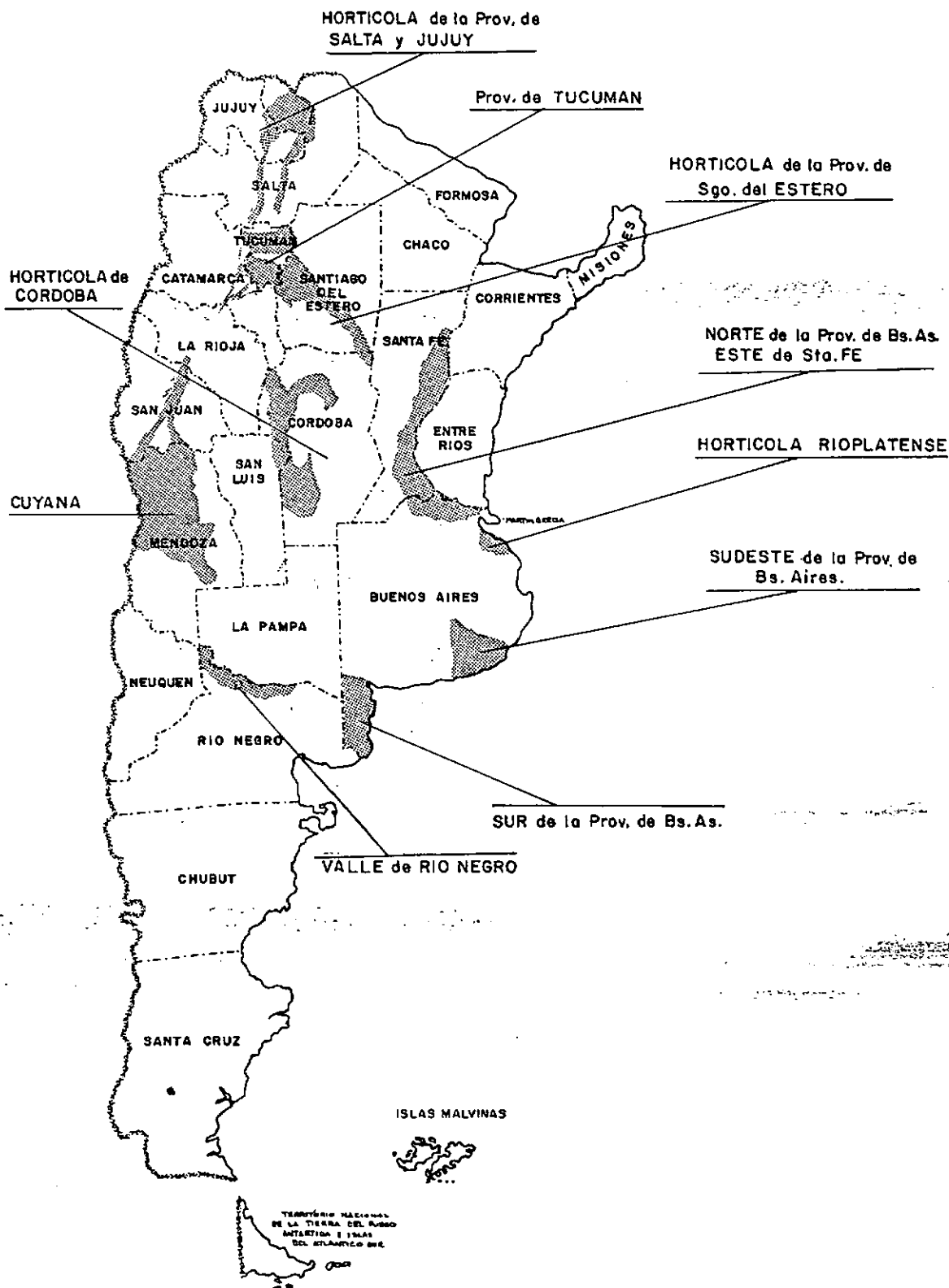
En materia de hortalizas la provincia de Río Negro produce grandes cantidades de tomate. Estos se destinan a uso indus

trial en un 80% y el 20% de la producción se envía al mercado de consumo en fresco, siendo Buenos Aires el principal centro de consumo.

La provincia de Río Negro es la principal productora de tomate con el 27% de la producción nacional con unas 115.000 toneladas anuales (período 1971-1975) en tanto que Neuquén produce en pequeñas proporciones. Los departamentos productores de Río Negro son Gral. Roca, Avellaneda, Conesa. El tomate para consumo generalmente se comercializa un 90% por acopiadores y un 10% a través de compradores ocasionales. La época de cosecha del tomate en la región del Valle del Río Negro se extiende durante los meses de febrero a mayo.

La variedad Platense es la más cultivada para consumo fresco, pero también es utilizada por la industria para elaborar concentrados y jugos, mientras que el tipo perita se destina preferentemente para preparar tomates al natural.

PRINCIPALES REGIONES HORTICOLAS



5. Épocas de comercialización

Diversas localidades envían hortalizas al Area Metropolitana pero lo hacen en diferentes épocas en volúmenes variables e incluso los productos de una zona no son estrictamente equivalentes a los de otras. (por ejemplo el caso de hortalizas primicias).

Con el fin de presentar un panorama general del problema se han graficado las épocas en que las principales zonas productivas envían sus productos a Buenos Aires. La presentación distingue con líneas de grosor descendente la afluencia abundante (mercado bien abastecido), afluencia regular (mercado parcialmente abastecido) y afluencia escasa (mercado pobremente abastecido).

Desde luego estos conceptos son relativos ya que el flujo físico debe ser observado prente a otros factores condicionantes tales como el precio de mercado de los productos y la disponibilidad de otros productos que a juicio del consumidor pueden considerarse sustitutos mas o menos perfectos.

Afluencia del Area Metropolitana

PROMEDIO	TIPO DE ENVASE Y CONTENIDO PROMEDIO
Papa	bolsa 50 kgs.
X Pepino	cajón 15 kgs.; 20-25 kgs.
Perejil	jaula 15 kgs. y 18 kgs.
X Pimiento	{ bolsa rejilla 8-10 kgs.;13-18 kgs.;20 kgs. jaula 12-16 kgs.; 20 kgs. cajón 13 kgs.;15 kgs.;16-18 kgs.;18-20 kgs.
Puerro	jaula 12 kgs. y 18 kgs.
Rabanito	{ cajón 5 kgs. jaula 10-20 kgs. (en atados de 1/4 y 1/2 kgs.)
Radicha	jaula 12 kgs. y 15 kgs.
Radicheta	{ torito de 5 kgs. y 6 kgs. jaula 15-10 kgs. (en atados de 1/4 kgs.)
Remolacha	{ torito de 5 kgs. jaula 10-15 kgs.;16-18 kgs.(en atados de 2 kgs.)
Repollo	jaula 10-15 kgs.; 18 kgs.
Tomate	cajón 16-18 kgs.; 20-25 kgs.
Zanahoria	bolsa 15-20 kgs y 22-23 kgs.
X Zapallito	{ cajón 14-16 kgs.; 23 kgs. (en época) jaula 20-22 kgs.; 25-28 kgs. (en época) cajón 14-16 kgs. (fuera de época) a granel
Zapallo	{ a granel por unidad promedio por unidad: 5-8 kgs.;6-9 kgs.;9-13 kgs.

FUENTE.: SEAG, Mercado Abasto Proveedor, Productores de Frutas y Hortalizas. Mercado Dorrego.

PRODUCTO	TIPO DE ENVASE Y CONTENIDO PROMEDIO
Cebolla	{ bolsa 25 kgs. y 23 kgs. atado 1,5 kgs. (primicia) cajones 23 kgs
Cebolla de verdeo	jaula 15 kgs. y 20 kgs.
Coliflor	{ bolsa 25 kgs. jaula 15-18 kgs.
Chaucha	{ bolsa rejilla 15-25 kgs. cajón 14-16 kgs.; 18 kgs.
Choclo	{ bolsa 28-30 kgs. jaula 20-25 kgs.
Escarola	jaula 10 kgs.; 12-15 kgs.
Espárragos	{ cajón 12-14 kgs.; 18-20 kgs. jaulas 10-12 kgs.; 20 kgs. (ambas con atados de 1kg c/u) atados 3-4- kgs.
Espinaca	{ cajón 5-6 kgs.; 8-10 kgs. jaulas 15 kgs.
Grelo	jaula 12 kgs.; 18-20 kgs.
Haba	{ bolsa 20 kgs. y 25 kgs. jaula 15 kgs.
Hinojo	jaula 12 kgs.; 15-10 kgs.
Lechuga	jaula 10-12 kgs.; 15-18 kgs.; 20-22kgs.
Nabiza	{ cajón 5 kgs. jaula 18-20 kgs.

Con respecto a los envases, si bien se observa una multiplicidad en lo referente al tipo y capacidad, hay una marcada tendencia a la uniformidad de los mismos.

Las mas comunmente utilizadas incluyen las que se detallan a continuación:

PRODUCTO	TIPO DE ENVASE Y CONTENIDO PROMEDIO
Acelga	jaula 10-12 kgs.; 16-19 kgs.
Achicoria	{ jaula 12 kgs. jaula 18 kgs.
Ajo	{ ristras 50 y 100 cabezas cajón 10 kgs. bolsas 3 kgs.; 5 kgs. y 10 kgs.
Alcaucil	{ cajón 10-15 kgs bolsa 15-18 kgs. y 20 kgs jaula 23-25 kgs.
Apio	{ atado 5 kgs.; 10 kgs. jaula 15 kgs. atado de 1/2 ó 1 docena
Arveja	{ bolsa 15 kgs. y 20 kgs. jaula 16-17 kgs.
Batata	bolsa 20-25 kgs.; 25-30 kgs.
Berenjena	{ cajón 15-17 kgs.; 20-22 kgs. jaula 20-25 kgs.
Berro	jaula 15 kgs. y 18 kgs.
Brócoli	{ cajón 5 kgs jaula 15-20 kgs.
Cardo	atado 10 kgs.

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES**6. Tipificación de productos**

A nivel mayorista las hortalizas frescas se comercializan en diversas formas. Si bien se aplican normas precisas en el mercado y diversas zonas siguen enviando sus productos en diferente forma, contenido y presentación de acuerdo a la relativa escasez y precios de los productos. No obstante existen reglamentaciones precisas sobre normas de tipificación, empaque y fiscalización de la comercialización de hortalizas frescas, frutas frescas y frutas frescas cítricas con destino a los mercados de interés nacional.

Las normas fueron reglamentadas por la Secretaría de Estado de Agricultura y Ganadería de la Nación conforme a las facultades conferidas por el Art. 5° del Decreto N°3872/71 reglamentario de la Ley N°19.227 sobre Mercados de Interés Nacional.

Todas las disposiciones pertinentes están contenidas en las Resoluciones Nros.:

- 1) 145 de marzo de 1983 sobre: Frutas frescas cítricas.
- 2) 297 de junio de 1983 sobre: Tipificación, empaque y fiscalización de hortalizas frescas.
- 3) 554 de octubre de 1983 sobre: Frutas frescas no cítricas.

El texto completo de cada una se adjunta al presente estudio.

Cabe destacar que al momento actual en el ámbito del Mercado Central todavía no se está respetando tales normas, empero es intención de las autoridades ir las implementando paulatinamente.