

16 FN-124

40055

**Autoridades de la Provincia de Tierra del Fuego,  
Antártida e Islas del Atlántico Sur**

**Gobernador**

***Don. José Arturo Estabillo***

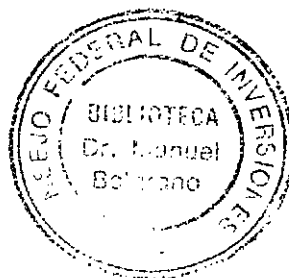
**Vice-Gobernador**

***Don. Miguel Ángel Castro***

**Autoridades del Consejo Federal de Inversiones**

**Secretario General**

***Ing. Juan José Ciáccera***

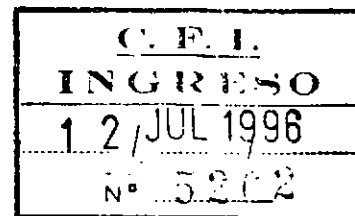


O/H 12221  
R 26  
Inf. Final

21  
H 12221  
H 12221  
H 12222  
331/21

Río Grande, 08 de Julio de 1996.-


**Ing. BASUALDO**  
**JEFE DE AREA ACUERDOS**  
**CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES**  
S \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ D



De mi consideración:

Me dirijo a Usted con motivo de adjuntar a la presente, las  
cuatro ( 4 ) copias del Informe Final del “ **Estudio de la Comercialización de**  
**Productos Frutihortícolas y Florales en Ushuaia y Río Grande** ”

Sin otro particular, y quedando a su disposición, saludo a Ud. con  
mi consideración más distinguida.

  
SILVIA MARISA ROUVIER  
INGENIERA AGRÓNOMA  
M. P. 390

**Ingeniera Agrónoma. Silvia Marisa Rouvier. Estrada 1380. Tel/Fax ( 0964 ) 23590.**  
**( 9420 ) - Río Grande, Provincia de Tierra del Fuego. Argentina.**

**“ ESTUDIO DE LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS FRUTIHORTICOLAS  
FLORALES EN USHUAIA Y RÍO GRANDE; ANÁLISIS DE VOLÚMENES  
COMERCIALIZADOS, PRECIOS Y DISTRIBUCIÓN TEMPORAL DE LA OFERTA PARA  
LAS DISTINTAS ESPECIES POTENCIALMENTE PRODUCIBLES EN LA ZONA, HÁBITOS  
DE CONSUMO ACTUAL Y PREFERENCIAS DE LA POBLACIÓN ”.**

**Autor : Ing. Agr. SILVIA MARISA ROUVIER.**

**Colaborador : Lic. NORBERTO RODRIGUEZ.**

**DIRECCIÓN DE ESTADÍSTICAS E INVESTIGACIONES ECONÓMICAS  
SECRETARIA DE PLANEAMIENTO Y DESARROLLO  
GOBIERNO DE LA PROVINCIA DE TIERRA DEL FUEGO.**

## **Fuentes de Información**

**SECRETARIA DE PLANEAMIENTO Y DESARROLLO  
DIRECCIÓN DE ESTADÍSTICAS E INVESTIGACIONES ECONÓMICAS**

**SUBSECRETARIA DE RECURSOS NATURALES Y AMBIENTE HUMANO  
DIRECCIÓN DE RECURSOS NATURALES**

**INSTITUTO NACIONAL DE TECNOLOGÍA AGROPECUARIA - ( INTA)  
E.E.A. RÍO GALLEGOS  
A.E.A. RÍO GRANDE**

**INSTITUTO ARGENTINO DE SANIDAD VEGETAL - ( IASCAV )  
DELEGACIÓN RÍO GALLEGOS  
DELEGACIÓN RÍO GRANDE**

**ADMINISTRACIÓN NACIONAL DE ADUANAS  
ADUANA USHUAIA  
ADUANA RÍO GRANDE**

**MUNICIPALIDAD DE RÍO GRANDE  
DIRECCIÓN DE BROMATOLOGÍA E HIGIENE.**

**MUNICIPALIDAD DE RÍO GALLEGOS - SANTA CRUZ**

**DIRECCIÓN PROVINCIAL DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS  
DE LA PROVINCIA DE SANTA CRUZ**

**ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES FRUTIHORTÍCOLAS  
Y AFINES DE RÍO GALLEGOS**

**ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES DE SANTA CRUZ**

**INSTITUTO DE DESARROLLO AGROPECUARIO DE CHILE - ( INDAP )**

**UNIVERSIDAD DE MAGALLANES DE PUNTA ARENAS - ( UMAG )**

**CORPORACIÓN DE FOMENTO XII. REGIÓN MAGALLANICA**

## ÍNDICE

	Pág. Nº
<b>1.- <u>INTRODUCCIÓN</u></b>	1
<b>2.- <u>OBJETIVOS</u></b>	1
<b>3.- <u>JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA DEL ESTUDIO</u></b>	1 - 2
<b>4.- <u>PLAN DE TRABAJO</u></b>	3
<b>A - <u>Antecedentes Regionales</u></b>	4
1.- XII Región de Magallanes y Antártida Chilena	4 - 5
2.- Río Gallegos, Provincia de Santa Cruz	6 - 7
3.- Provincia de Tierra del Fuego	8 - 11
<b>B - <u>Organización Metodológica del Trabajo</u></b>	11
1.- Datos Estadísticos Históricos en Tierra del Fuego	11 - 13
2.- Conformación de la Estructura de la Encuesta y Supervisión	14
3.- Encuesta por Muestreo	14
<b>C - <u>Diseño de la Muestra de Viviendas Particulares</u></b>	15
1.- Objetivos	15 - 16
2.- Características de las Ciudades de Ushuaia y Río Grande	17
3.- Estratificación	18
4.- Método de Selección de la Muestra	18
5.- Listado de Viviendas en Condiciones de ser Habilitadas	19
6.- Tamaño de la Muestra	20
6.1.- Ciudad de Ushuaia	20
6.2.- Ciudad de Río Grande	21
7.- Cuestionario	22 - 24
8.- Operativo de Campo	25
8.1.- Selección y Capacitación de Encuestadores	25
8.2.- Procedimiento de Relevamiento de Información	25
8.3.- Supervisión y Control de la Información Recabada.	25
9.- Estimadores	26
9.1.- Estimador de un Total de una Variable	26
9.1.1.- Total para Una de las Ciudades	26
9.1.2.- Total para las Dos Ciudades	26
9.2.- Estimador del Total de Viviendas	27
9.2.1.- Total para Ua de las Ciudades	27
9.2.2.- Total para las Dos Ciudades	27

9.3.- Estimador del Promedio de la Variable	28
9.3.1.- Promedio para Una de las Ciudades	28
9.3.2.- Promedio para las Dos Ciudades	28
9.4.- Estimador de un Porcentaje para la Ciudad “ u ”	29
9.4.1.- Porcentaje para Una de las Ciudades	29
9.4.2.- Porcentaje para las Dos Ciudades	29
<b>10.- Estimadores del Error de Muestreo</b>	29
10.1.- Variancia y Error Standard del Estimador de un Total	29 - 30
10.1.1.- Variancia del Estimador de un Total para Una de las Ciudades	30
10.1.2.- Error Standard del Estimador de un Total para Una de las Ciudades	30
10.1.3.- Error Standard del Estimador de un Total para las Dos Ciudades	30
10.2.- Variancia y Error Standard del Estimador de un Promedio por Vivienda	31
10.2.1.- Variancia del Estimador de un Promedio para Una de las Ciudades	31
10.2.2.- Error Standard del Estimador de un Promedio para Una de las Ciudades	31
10.2.3.- Error Standard del Estimador de un Promedio para las Dos Ciudades	31
10.3.- Variancia y Error Standard de un Porcentaje	31
10.3.1.- Variancia de un Porcentaje para Una de las Ciudades	31
10.3.2.- Error Standard de un Porcentaje para Una de las Ciudades	31
10.3.3.- Error Standard de un Porcentaje para las Dos Ciudades	32
10.4.- Coeficiente de Variación	32
10.5.- Estimación por Intervalos de Confianza	32

<b>D - Diseño de la Muestra de Comercios</b>	33
1.- Objetivos	33
2.- Población en Estudio y Estratificación	33 - 34
3.- Método de Selección y Tamaño de la Muestra	34 - 35
4.- Cuestionario	36 - 37
5.- Estimadores	38
5.1.- Estimadores del Total de una Variable	38
5.1.1.- Estimador del Total de una Variable	38
5.1.2.- Estimador del Total para las Dos Ciudades	38
5.2.- Estimadores de un Promedio de una Variable	38
5.2.1.- Estimador de un Promedio para Una de las Ciudades	38 - 39
5.2.2.- Estimador de un Promedio para las Dos Ciudades	39
5.3.- Estimador de un Porcentaje	39
5.3.1.- Estimador de un Porcentaje para Una de las Ciudades	39
5.3.2.- Estimador de un Porcentaje para las Dos Ciudades	39
6.- Estimadores del Error de Muestreo	40
6.1.- Estimadores de la Variancia y el Error Standard del Total de la Variable	40
6.1.1.- Estimador de la Variancia del Total para Una Ciudad	40
6.1.2.- Estimador del Error Standard del Total para Una Ciudad	40
6.1.3.- Estimador del Error Standard para las Dos Ciudades	40

6.2.- Estimadores de la Variancia y el Error Standard del Promedio	40
6.2.1.- Estimador de la Variancia del Promedio para Una Ciudad	40
6.2.2.- Estimador del Error Standard del Promedio para Una Ciudad	41
6.2.3.- Estimador del Error Standard del Promedio para las Dos Ciudades	41
6.3.- Estimadores de la Variancia y el Error Standard de un Porcentaje	41
6.3.1.- Estimador de la Variancia del Porcentaje para Una Ciudad	41
6.3.2.- Estimador del Error Standard del Porcentaje para Una Ciudad	41
6.3.3.- Estimador del Error Standard del Porcentaje para las Dos Ciudades	41
<b>E - <u>Elaboración de Programas de Ingreso y de Procesamiento de la Información</u></b>	42
<b>F - <u>Evaluación Metodológica</u></b>	42
<b>5.- <u>RESULTADOS Y CONCLUSIONES</u></b>	43 - 47
<b>A - <u>Cuadros y Figuras</u></b>	48-106



## **INDICE DE CUADROS Y FIGURAS**

**Cuadro N° 1 :** Consumo Mensual de Productos Fruti-Hortícolas.

**Figura N° 2 :** Consumo Mensual para Río Grande, Ushuaia y Total de la Provincia

**Cuadro N° 2 :** Cantidad de Personas según: Disponibilidad de Productos Fruti-Hortícolas.

**Figura N° 2 :** Cantidad de Personas según: Disponibilidad de Productos Fruti-Hortícolas.  
Consumo para Río Grande, Ushuaia y Total de la Provincia.

**Cuadro N° 3 :** Cantidad de Personas según: Preferencias de Presentación de Productos Fruti-Hortícolas.

**Figura N° 3 :** Cantidad de Personas según: Preferencias de Presentación de Productos Fruti-Hortícolas. Consumo para Río Grande, Ushuaia y Total de la Provincia.

**Cuadro N° 4 :** Cantidad de Personas según: Hábito de Compra.

**Figura N° 4 :** Cantidad de Personas según: Hábito de Compra.  
Hábitos para Río Grande, Ushuaia y Total de la Provincia

**Cuadro N° 5 :** Cantidad de Personas según: Periodicidad de Compra.

**Figura N° 5 :** Cantidad de Personas según: Periodicidad de Compra.  
Hábitos para Río Grande, Ushuaia y Total de la Provincia

**Cuadro N° 6 :** Cantidad de Personas según: Compras de Fin de Semana.

**Figura N° 6 :** Cantidad de Personas según: Compras de Fin de Semana.  
Hábitos para Río Grande, Ushuaia y Total de la Provincia.

**Cuadro N° 7 :** Cantidad de Personas según: Formas de Conservación.

**Figura N° 7 :** Cantidad de Personas según: Formas de Conservación  
Hábitos para Río Grande, Ushuaia y Total de la Provincia.

**Cuadro N° 8 :** Cantidad de Personas según: Motivo de Elección.

**Figura N° 8 :** Cantidad de Personas según: Motivo de Elección.  
Hábitos para Río Grande, Ushuaia y Total de la Provincia

**Cuadro N° 9 :** Cantidad de Personas según: Preferencias de Consumo de Productos Locales.

**Figura N° 9 :** Cantidad de Personas según: Preferencias de Consumo de Productos Locales.  
Hábitos para Río Grande, Ushuaia y Total de la Provincia

**Cuadro N° 10 :** Cantidad de Personas según: Hábitos de Adquisición de Productos Florales.

**Figura N° 10 :** Cantidad de Personas según: Hábitos de Adquisición de Productos Florales.  
Consumo para Río Grande, Ushuaia y Total de la Provincia.

**Cuadro N° 11 :** Cantidad de Personas según: Motivos por los que no Adquieren Florales.

**Figura N° 11 :** Cantidad de Personas según: Motivos por los que no Adquieren Florales  
Hábitos para Río Grande, Ushuaia y Total de la Provincia

**Cuadro N° 12 :** Cantidad de Personas según: Formas Habituales de Adquirir Florales

**Figura N° 12 :** Cantidad de Personas según: Formas Habituales de Adquirir Florales  
Hábitos para Río Grande, Ushuaia y Total de la Provincia

**Cuadro N° 13 :** Cantidad de Personas según: Lugares Habituales para Adquirir Florales.

**Figura N° 13 :** Cantidad de Personas según: Lugares Habituales para Adquirir Florales  
Hábitos para Río Grande, Ushuaia y Total de la Provincia

**Cuadro N° 14 :** Cantidad de Personas según: Motivo de Elección de un Determinado Floral.

**Figura N° 14 :** Cantidad de Personas según: Motivo de Elección de un Determinado Floral.  
Hábitos para Río Grande, Ushuaia y Total de la Provincia

**Cuadro N° 15 :** Comercialización de Productos Fruti-Hortícolas en Supermercados :  
Cantidad Kg. / Año ; Calidad de Recepción.

**Cuadro N° 16 :** Comercialización de Productos Fruti-Hortícolas en Supermercados:  
Precios ( Promedio anual ) ; Medio de Transporte ; Pérdidas.

**Cuadro N° 17 :** Comercialización de Productos Fruti-Hortícolas en Supermercados:  
Época de Mayor Demanda ; Venta de Productos Locales.

**Cuadro N° 18 :** Comercialización de Productos Fruti-Hortícolas en Mercados y Verdulerías:  
Cantidad Kg. / Año ; Calidad de Recepción.

**Cuadro N° 19 :** Comercialización de Productos Fruti-Hortícolas en Mercados y Verdulerías:  
Precios ( Promedio anual ) ; Medio de Transporte ; Pérdidas.

**Cuadro N° 20 :** Comercialización de Productos Fruti-Hortícolas en Mercados y Verdulerías:  
Época de Mayor Demanda ; Venta de Productos Locales.

**Cuadro N° 21 :** Comercialización de Productos Florales:  
Cantidad Gr. / Año , Unidad / Año ; Calidad de Recepción.

**Cuadro N° 22 :** Comercialización de Productos Florales:  
Precios ( Promedio anual )

**Cuadro N° 23 :** Comercialización de Productos Florales:  
Medio de Transporte ; Pérdidas.

**Cuadro N° 24 :** Comercialización de Productos Florales:  
Época de Mayor Demanda ; Venta de Productos Locales.

# **“ ESTUDIO DE LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS FRUTIHORTÍCOLAS Y FLORALES EN LAS CIUDADES DE USHUAIA Y RÍO GRANDE; ANÁLISIS DE VOLUMENES COMERCIALIZADOS, PRECIOS Y DISTRIBUCIÓN TEMPORAL DE LA OFERTA PARA LAS DISTINTAS ESPECIES POTENCIALMENTE PRODUCIBLES EN LA ZONA, HABITO DE CONSUMO ACTUAL Y PREFERENCIAS DE LA POBLACIÓN ”.**

## **1.- INTRODUCCIÓN**

El estudio de las principales variables estructurales que caracterizan el mercado, ofrece un diagnóstico del mismo en sus aspectos cuali-cuantitativos, desconocidos en gran medida, tales como volúmenes comercializados por especie, precios, mermas, estacionalidad y relación calidad disponible - hábitos de consumo de la población, que serán de vital importancia para que los comerciantes conozcan el mercado en el que se desenvuelven, los productores hortícolas y florales de la zona puedan planificar su producción y los organismos estatales gubernamentales y municipales elaboren planes de asistencia social, económicos y de incorporación tecnológica.

Los datos, indicadores y resultados que surgen del presente Estudio permiten incrementar los hasta ahora escasos conocimientos que se tienen del tema, posibilitan además la toma de decisiones y formulación de planes y proyectos por parte de organismos relacionados con la producción y comercialización de productos frutihortícolas y florales.

## **2.- OBJETIVOS**

Como propósitos finales del trabajo, se han establecido los siguientes objetivos:

- a) Contar con información actualizada y confiable acerca de la comercialización de productos frutihortícolas y florales en la provincia, como marco de referencia para la potencial producción local.
- b) Evaluar el consumo y la demanda insatisfecha de productos frutihortícolas y florales de la población.

## **3.- JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA DEL TRABAJO**

El extremo sur de la Patagonia, considerando a las Provincias de Santa Cruz y Tierra del Fuego, en la República Argentina; y la XII Región Magallánica en la República de Chile, se presenta como un mercado regional de aproximadamente 500.000 habitantes; que son abastecidos casi totalmente de productos alimenticios provenientes de los centros productores ubicados en las zonas centro y norte de los mencionados países, situación a la que no escapan los productos frutihortícolas y florales.

Los centros de producción hortícolas y/o los mercados extraregionales centralizadores de dichos productos, como Buenos Aires, Córdoba, Mendoza, en Argentina , Santiago y otras ciudades en Chile, se encuentran a grandes distancias del Sector Patagónico, y esto se refleja en una situación desfavorable para la región y principalmente para la Provincia de Tierra del Fuego, en lo que respecta a:

- \* Un alto costo del producto trasladado al consumidor ( embalajes, flete refrigerados, intermediarios , etc. )
- \* Una merma de hasta el 20 % del producto que ingresa al mercado ( tiempo de transporte y manipuleo pos - cosecha , cargas y descargas , etc. ), ( *Comunicación personal de fuentes confiables* ).
- \* Una discontinuidad en la oferta, causada fundamentalmente por las grandes distancias de los centros productores.
- \* Una pérdida de la presentación y calidad del producto, y principalmente caída de las propiedades nutritivas de las frutas, verduras y hortalizas.

La situación planteada representa una importante transferencia de ingresos fuera de la Región, que podría revertirse, al menos en parte, de tener implementada la actividad agroalimenticia en el ámbito de la Provincia.

La floricultura, fruti-horticultura intensiva y afines, en intemperie o bajo cubierta, representan una actividad productiva de gran dinámica, que al estar ligada fuertemente a los mercados de alimentos, es multiplicadora de numerosas interacciones económicas; además, su desarrollo en los procesos de siembra, laboreo y mantenimiento del cultivo, cosecha , pos-cosecha, etc., constituyen una importante posibilidad de ampliar la oferta de trabajo en la región.

Actualmente, el escenario silvoagropecuario regional está atravesando por un proceso de cambios, observándose una incipiente actividad en el sector hortícola e interés en los pequeños productores “ chacareros “ por participar en el mercado local . Asimismo, sectores del Gobierno de la Provincia de Tierra del Fuego, se encuentran abocados en la búsqueda de alternativas productivas que permitan consolidar el modelo de reconversión de la economía fueguina, en el marco del constante crecimiento poblacional y la crisis por la que atraviesa el sector industrial, promocionado por la Ley Provincial N° 19.640.

Los motivos mencionados, confirman la necesidad de disponer de mayores antecedentes respecto al mercado de productos frutihortícolas y florales “ potencialmente producibles en la zona “, en lo que respecta a precios, mermas, estacionalidad, hábitos de consumo de la población, etc. que sirvan como base, para que tanto los organismos estatales gubernamentales y municipales, como productores hortícolas y florales de la zona, puedan formular diversos estudios de preinversión de nuevas alternativas rentables

#### **4.- PLAN DE TRABAJO**

El Estudio fue realizado en distintas etapas, integrando el trabajo de gabinete con el trabajo a campo. Básicamente las tareas realizadas fueron las siguientes:

**A - Primer contacto global realizado en las Ciudades de Ushuaia y Rio Grande Provincia de Tierra del Fuego; la ciudad de Río Gallegos, Provincia de Santa Cruz y la Ciudad de Punta Arenas, capital de la XII Región Magallánica, República de Chile (centros de población más importantes del Sector Sur Patagónico).**

Relevamiento y recopilación de antecedentes e información local y regional.

Entrevistas con entidades oficiales y privadas.

**B - Organización metodológica de trabajo.**

Conformación de la estructura de encuestadores y supervisores.

Encuestas por Muestreo

**C - Diseño de la Muestra de Viviendas Particulares.**

Distribución territorial. Confección de la cartografía censal.

Diseño de formularios de relevamiento.

Selección y capacitación de los recursos humanos.

Operativo de campo.

Supervisión y control de la información recabada.

Estimadores

**D - Diseño de la Muestra de Comercios.**

Población en estudio y estratificación.

Distribución territorial.

Diseño de formularios de relevamiento.

Selección y capacitación de los recursos humanos.

Operativo de campo.

Supervisión y control de la información recabada.

Estimadores.

**E - Ingreso, consistencia y corrección de la información.**

Elaboración de los Programas de ingreso y de procesamiento.

Procesamiento de información.

Evaluación metodológica.

Confección de tabulados y cuadros.

**F - Resultados de la encuesta**

Elaboración del Informe Final.

## A - ANTECEDENTES REGIONALES

Se realizaron contactos con organismos oficiales y privados en las ciudades de Punta Arenas , Río Gallegos, Ushuaia y Río Grande , con motivo de recopilar antecedentes e información general y actualizada de la producción y comercialización de productos frutihortícolas y florales.

### 1.- XII Región de Magallanes y de la Antártida Chilena, República de Chile.

La XII Región Magallánica está situada en el extremo sur de la República de Chile, siendo la región más austral y extensa del territorio chileno. Está formada por cuatro provincias: Última Esperanza, Magallanes, Tierra del Fuego y Antártida Chilena, siendo su capital regional la ciudad de Punta Arenas.

La población alcanza a 161.799 habitantes, la que representa el 1,2 % de la población nacional, conformada en un 6,5 % de población rural y un 93,5% de urbana, la que se concentra principalmente en la ciudad de Punta Arenas ( *Síntesis Agro-Regional, Ministerio de Agricultura. Oficina de Estudios y Políticas Agrarias, 1991.*)

El clima en Punta Arenas es semiárido, registrándose una temperatura media anual ( *para el periodo 1916/45*) de 10,3° C , precipitación media anual de 426.5 mm ( *periodo 1888/63* ), y vientos predominantes del W ( oeste ) ( *Estación Meteorológica Punta Arenas* ).

Su principal característica productiva está dada por el recurso minero energético, como así también por sus condiciones para la ganadería ( se localiza en la región el 49 % de la masa ovina nacional ) y los recursos forestales, que últimamente ha dado origen a la puesta en marcha de interesantes proyectos. El sector hortícola, no representa un importante aporte a la economía de la Región. ( *Síntesis Agro-Regional, Ministerio de Agricultura. Oficina de Estudios y Políticas Agrarias, 1991.*)

Los cultivos anuales practicados en la región sólo alcanzan una superficie de 273,31 ha., que mayoritariamente se usan en el cultivo de *Papas* , el resto de hortalizas y verduras ocupan una superficie aproximada de 193,50 ha., ocupada principalmente en la producción de *Zanahorias* ( 40 ha.); en este marco, la producción forzada en invernaderos representa una superficie insignificante de 9,37 ha. ( *Año Agrícola 1993 - 94* ). No produciéndose cambios significativos en superficie, en las ultimas campañas).

La producción local de verduras y frutos, como ser: *Acelga, Ajo, Arveja, Remolacha, Cebolla, Cilantro, Coliflor, Habas, Frutilla, Lechuga, Melón, Pepino, Poroto verde, Puerro, Repollo, Ruibarbo, Tomate y Zanahoria*, entre otras, no satisface la demanda local. Aproximadamente el 70 % de los productos frutihortícolas ingresan por medio de transporte marítimo, a las ciudades portuarias de Puerto Natales y Punta Arenas, provenientes del centro y norte del país ( *W. Ojeda Aguilar, Director Regional*

del Instituto de Desarrollo Agropecuario, INDAP ). Consecuentemente por ello, los productos ingresan al mercado local con alto costo y baja calidad.

Con relación a la producción de plantas ornamentales y florales en la región, esta no es significativa en el mercado interno, no existen establecimientos importantes dedicados a la producción de plantas florales, y esto está fuertemente vinculado a la tradición de las familias lugareñas de cultivar sus propias plantas ornamentales ( *Comunicación personal de fuentes confiables* ).

La Universidad de Magallanes, ubicada en la ciudad de Punta Arenas, como un centro importante de investigación y provisión de productos hortícolas, florales y forestales, posee 2 ha. dedicadas al cultivo de plantas florales / ornamentales, como ser: *Amapolas, Aleli, Allium, Lupinos y Retamas*, y la mitad de esta superficie la dedica al cultivo de varias especies de *Peonías*, que son destinadas totalmente al mercado exterior ( *C. Saez Molina, Directora del Centro Hortícola de la Universidad de Magallanes, UMAG* ). El cultivo de esta especie es fomentado entre los pequeños productores de la región, e impulsado mediante apoyo técnico y credilicio por el Gobierno y la Universidad de magallanes.

El aislamiento con el resto del país, junto a las condiciones climáticas, son algunas de las restricciones que debe enfrentar el desarrollo de esta Región, los cambios tecnológicos o incorporación de nuevas tecnologías, así como el cambio en las costumbres o tradiciones de los pequeños productores, permitirá aumentar la eficiencia productiva existente.

Se requiere mayor acceso a la tecnología existente y que ha sido ya probada para la Región en instituciones como Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias ( INIA ), el Instituto de Desarrollo Agropecuario ( INDAP ) y la Universidad de Magallanes (UMAG), a través de su Centro Hortícola, en aportes concretos de modernización en invernaderos, nuevos cultivares, fertilización, riego y cortinas rompevientos. Para lo cual, las instituciones mencionadas han venido realizando en los últimos años un trabajo minucioso con los productores, en la transferencia de tecnología y el aporte de créditos blandos; además de iniciar un exhaustivo estudio de manera de disponer de mayores antecedentes respecto de las posibilidades de mercado para sus productos hortícolas, tanto en el entorno regional como externo ( Argentina ).

Asimismo, el Instituto de Desarrollo Agropecuario ( INDAP ), ha contratado los servicios de una consultora privada, integrada por profesionales del área, que a partir del 1° de enero del presente año, está realizando un Estudio de Mercado de Hortalizas en la Región Patagónica Chileno - Argentina con el objeto de disponer de antecedentes del sector, en aspectos técnicos , productivo y de mercado de las hortalizas, tanto a nivel regional como externo, que permitan determinar las perspectivas de desarrollo del subsector, y definir estrategias de desarrollo del mismo. En general los objetivos generales y específicos del estudio solicitado por el INDAP, en la región más austral chilena, son coincidentes con el presente estudio conducente a la Provincia más austral de la República Argentina, lo que refleja la necesidad regional de participar progresivamente en un grado creciente en la actividad hortícola .



De igual manera, un importante incentivo y asistencia a la producción hortícola y búsqueda de nuevas alternativas productivas rentables, realiza la Corporación de Fomento CORFO XII. Región, a través de los Proyectos FONTEC., ( *M. Canoba, CORFO Pro-Chile* ), mediante el aporte de créditos blandos, asistencia técnica, control y seguimiento de la actividad. Actualmente, algunos de los proyectos relacionados con el sector frutihortícola y floral que están en funcionamiento son: estudios de adaptación y producción de las especies: *Papa semilla, Ajo Blanco y Morado, Peonia arbustiva, Ruibarbo, Champiñones y Alcachofas*; y los proyectos que tienen como objetivos la evaluación de sistemas de riego tecnificado y la introducción del uso de plástico en la agricultura.

El déficit de 10.000 toneladas entre papas y hortalizas indica la posibilidad de crecimiento y desarrollo del sector hortícola en la Región, pensando solamente en el autoabastecimiento regional y considerando que presentan ventajas como ser: existencia del recurso suelo necesario y una baja incidencia de plagas y enfermedades.

En la Región existen tres tipos de organizaciones sociales: gremiales, productivas y comunitarias. También existen cooperativas agropecuarias y campesinas, y comités de huerteros y parceleros, que en general todas persiguen una mejor y mayor productividad de la tierra y la promoción económica, social y cultural de sus socios ( *Obsevaciones empíricas sacadas por quien suscribe* ).

## **2.- Ciudad de Río Gallegos, Provincia de Santa Cruz.**

La ciudad de Río Gallegos, Capital de la Provincia de Santa Cruz, perteneciente al Departamento de Guer Aike, cuenta con una población aproximada de 64.628 habitantes ( Censo Nacional de Población de 1991, *Dirección de Estadística Provincial* ). Su principal característica productiva está dada por el recurso minero energético.

El clima de la zona es templado frío semiárido de meseta, con una temperatura media anual de 7,7°C y 270 mm de precipitación anual. Los vientos predominantes son del WSW ( oeste-sudoeste ) con un promedio anual de 29 km. / hora ( *Servicio Meteorológico Nacional. Estadísticas Climáticas de Río Gallegos, 1971 -1980* ).

Las grandes distancias a los centros productores y/o comercializadores del país, junto con las condiciones rigurosas del clima son importantes factores que dan las características del mercado: alto costo de los productos, importante merma, pérdida de calidad, etc.; pero han sido, a su vez, el motor incentivo para el desarrollo de la industria agroalimenticia de la zona.

La zona de chacras de Río Gallegos comprende una superficie aproximada de 1.950 ha. ( *Municipalidad de Río Gallegos. Padrón de Contribuyentes* ). Contando con 430 has. en producción, de las cuales se dedican a la producción frutihortícola aproximadamente 9 a 10 ha bajo invernáculo, y 10 -12 ha. a cielo abierto.

La producción local de verduras , hortalizas y frutos, es estacionada desde los meses de noviembre hasta marzo , y comprende la siguiente variedad de cultivos: *Acelga, Ajo, Apio, Arveja, Brócoli, Cebolla de verdeo, Cilantro, Coliflor, Escarola, Espinaca, Haba, Frutilla, Lechuga , Papa, Pepino, Perejil, Rabanito, Radicheta, Remolacha, Repollo, Repolo de Bruselas, Ruibarbo , Zanahoria y Zapallo*, cultivadas tanto al aire libre como en invernaderos.

Actualmente, no existen datos estadísticos realizados por organismos oficiales como privados de la producción hortícola local ( superficie cultivadas, rendimientos, variedades, etc. ) y de su comercialización ( precio, volumen, estacionalidad, mermas, calidad, etc. por especies ), pero las asociaciones de productores vinculadas a organismos estatales tienen planeado en el futuro llevar un registro organizado de la producción local ( superficie, especies, volúmenes, época de oferta, grado de tecnificación, etc. ), y consideran, asimismo de gran importancia la realización un estudio de mercado con antecedentes locales, regionales, extraprovinciales e internacionales ( Chile ), de productos frutihortícolas, que sirvan como herramienta para la determinación del grado de participación en la oferta regional y el nivel de competitividad o ventajas de la producción local versus los productos procedentes de otras regiones del país; para la formulación de estrategias de producción, etc.

Es importante destacar, que en la ciudad de Río Gallegos, desde noviembre a marzo/abril, tanto en los supermercados, mercados como en las verdulerías de barrio, se comercializa casi exclusivamente el producto local, existiendo un problema de sobreoferta, por la falta de organización de los huerteros ( sistemas de producción, distribución de la oferta, volúmenes, precio, etc. ), lo que conlleva a tener que desechar productos, con las consecuencias negativas que ello implica.

Con respecto a la producción local de plantas ornamentales / florales, puede decirse que es mínima, las condiciones adversas del clima, los elevados costos de inversión ( invernaderos con calefacción, etc. ) o el limitado período de producción al aire libre, y la escasa e irregular demanda no justifican el cultivo de plantas florales. Los establecimientos locales que se dedican a su comercialización producen solo del 10 al 30 % de las plantas que se comercializan ( *Comunicación Personal de Comerciantes del rubro* ).

Cabe mencionar la existencia de un emprendimiento de importante envergadura por el nivel tecnológico utilizado, dedicado a la producción de Rosas, Claveles y Crisantemos para corte, destinado al mercado local. Sin embargo la oferta actual de estas especies ( estacionalidad, competencia, relación costos/beneficios ), no llega a cubrir la demanda del mercado; actualmente la participación en el mercado local de flores de corte , procedentes del norte del país, es mayor que las producidas localmente.

Las principales especies florales que se cultivan en la ciudad de Río Gallegos, y zonas aledañas son: *Ajuga, Clavelina, Conejito, Dalia, Lupino, Margarita, Portulaca, y Retama* ( arbusto de flores decorativas ).

En la zona, existen organizaciones sociales de tipo productivas y comunitarias, vinculadas con la producción hortícola. De ellas la más importante, por el número de integrantes y el volumen de producción es la Asociación de Productores Frutihortícolas y Afines, integrada por 32 socios, que aportan aproximadamente el 90 % de verduras y hortalizas al mercado local. Las actividades desarrolladas por sus socios son: cultivos de hortalizas, frutos y verduras; cultivo de flores; cría de pollos; cría de porcinos; cría de aves de corral: patos, gansos, pavos; industria de dulces y elaboración de quesos de ovinos.

La producción hortícola regional, tiene una enorme potencialidad de crecimiento, merced a la incorporación de tecnologías que permitieron el aumento de rendimientos y calidad en los productos, como ser: invernaderos, fertirrigación, uso de variedades mejoradas y cortinas rompevientos, sumado a la ventaja natural de ser una región libre de plagas y enfermedades, lo que permite ofrecer al consumidor un producto con la característica de "Orgánico".

Por otro lado, organismos oficiales de la Provincia de Santa Cruz, el Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA), y las Asociaciones de Productores Hortícolas, trabajan en conjunto, en pos del mejoramiento del sector y de los aspectos involucrados en la comercialización interna como externa del producto local.

### **3.- Ciudades de Ushuaia y Río Grande, Provincia de Tierra del Fuego.**

La Provincia de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur, es la más austral y extensa de la República Argentina, posee una superficie total de 1.002.445 Km<sup>2</sup>, de los cuales 21.263 Km<sup>2</sup> corresponden al territorio continental (Isla Grande de Tierra del Fuego). Siendo la ciudad de Ushuaia la capital provincial (*Anuario Estadístico 1995, Dirección General de Estadística e Investigaciones Económicas*).

El clima en la Provincia subhúmedo seco, con temperaturas media anual de 7,5° a 9,5° C, aumentando de sur a norte (1971/78 - 1981/90), y precipitaciones medias de 400 a 750 mm anuales aumentando de norte a sur (1974/92), con vientos predominantes del W (oeste) en Río Grande, y del SW (suroeste) en Ushuaia, con valor medio de 23,2 km/h. (1981/90). (*Servicio Meteorológico Nacional, Estaciones Ushuaia y Río Grande*).

Ushuaia, es la capital Provincial, de 40.870 habitantes (*Censo Nacional de Población, 1991*), por su ubicación geográfica es la ciudad más austral del mundo, generando una actividad económica importante como es la turística; cuenta, además, con el único puerto de la Provincia que involucra operaciones marítimas y comerciales.

La ciudad Río Grande, ubicada al norte de la Isla de Tierra del Fuego, debe su nombre al Río más importante de la Isla. Es la segunda ciudad de la Provincia, el número de habitantes estimados es de

44.120 ( *Censo Nacional de Población, 1991* ), su actividad económica se destaca fundamentalmente por la explotación petrolera, la ganadería y la actividad industrial.

En el centro de la Provincia, se ubica un poblado denominado Tolhuin, su actividad económica fundamental es la explotación maderera, concentrándose en esta zona los aserraderos más importantes.

En el marco del presente estudio de la comercialización de productos frutihortícolas y florales en la Provincia, es fundamental mencionar el volumen y origen del abastecimiento actual de los mismos, dado que provienen casi exclusivamente de los centros de producción o mercados centralizadores ubicados en el norte del país ( Provincias de Buenos Aires, Mendoza, San Juan, Chubut, entre otras ).

En el periodo de enero - diciembre de 1995, han ingresado a la Provincia de Tierra del Fuego, en tránsito por territorio de la República de Chile:

Frutas	4.136,17 Tn.
Verduras y Hortalizas Frescas	5.398,11 Tn.
Papa de Consumo	3.290,81 Tn.
(*) Productos de Jardinería	41,00 Tn.

*Fuente: Instituto Argentino de Sanidad y Calidad Vegetal ( IASCAV )  
Delegación Agrícola Río Gallegos - Año 1995.-*

( \* ) Incluye: semillas, herramientas, mangueras, macetas, etc.

En la Administración Nacional de Aduanas, con asiento en la ciudad de Ushuaia, figuran constancias del ingreso a esta ciudad, por vía marítima, durante el periodo Enero - Diciembre de 1995, de frutas, verduras y hortalizas en una cantidad aproximada de 2.769.043 kg. ( *Fuente: Sección Resguardo, Aduana Ushuaia* ).

Las grandes distancias de los centros abastecedores, determinan las características del mercado de productos frutihortícola en la Provincia: alto costo al consumidor ( flete, embalaje, intermediario, etc. ), merma del producto en cantidad y calidad ( manipuleo pos cosecha ), discontinuidad de la oferta, etc. ; sin dudas la particularidad y hecho de trascendental importancia para la economía provincial, es la transferencia de ingresos que esto significa.

La producción local de productos frutihortícolas y florales a escala empresarial es mínima; en las explotaciones silvo-ganaderas no tienen relevancia ( *Encuesta Nacional Agropecuaria 1995* ), y lo poco que se cultiva es predominantemente *Papa* y algunas hortalizas de hoja ( *Lechuga, Acelga,*

*Repollo, Perejil* ) y frutales ( *Frutilla, Frambuesa, Grosella* ) para autoconsumo del personal del establecimiento.

Tanto en las ciudades de Ushuaia , Río Grande como en la localidad de Tolhuin, y sus zonas aledañas, existe la cultura de la autoproducción familiar de frutas y verduras, practicada por un número aproximado de 400 familias { *Programa Pro-Huerta, Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria INTA* ), que destinan los productos de la huerta principalmente al autoconsumo, y a la venta o canje en menor escala.

En la ciudad de Ushuaia, existe un sector dedicado a la actividad hortícola que se ubica principalmente al Este de la misma, cuyo principal rubro es el cultivo de lechuga, acelga y repollo, destacándose también el cultivo de frutillas. Salvo pocas excepciones, la superficie destinada a la siembra de verduras y frutas, no sobrepasan los 50 m<sup>2</sup>.

La ciudad de Río Grande, cuenta en la ribera sur del Río Grande, con una zona de chacras importante, de aproximadamente 324 ha., dedicadas principalmente a la cría de animales porcinos y/o aves, y actualmente, a una incipiente producción de verduras y hortalizas a cielo abierto y sin tecnología ( invernaderos, sistemas de riego, uso de variedades adaptadas, fertilización, etc. ). Asimismo, la Escuela Agrotécnica Saleciana, ubicada a 5 Km. al norte de la ciudad, entre sus diversas actividades agropecuarias, cuenta con una importante superficie cubierta dedicada al cultivo de verduras, hortalizas y frutas varias, destacándose el cultivo de la frutilla.

Existe un marcado interés en los productores hortícolas de participar en un grado creciente en el mercado local e incrementar los niveles de inversión en la actividad. Por este motivo, es necesario aumentar los escasos conocimientos que se tienen actualmente sobre la producción local frutihortícola y floral, mediante un registro actualizado de productores “ chacareros “ ( número, superficie, actividad, inversión tecnológica, etc. ) e información confiable sobre la comercialización local y regional de la potencial producción local .

Las especies de frutas, verduras y hortalizas que se cultivan en la Provincia, no difieren en gran medida de las que se producen en la XII. Región Magallánica ( Chile ) y en el cinturón de chacras de Río Gallegos, ellas son: *Arvejas, Cilandro, Cebollín de verdeo, Habas, Remolacha, Repollo, Ruibarbo, Zanahoria.*; se cultivan en mayor escala y comercializan en locales comerciales: *Acelga, Espinaca, Lechuga, Frutilla, Papa, Rabanito.* Muchos años de experimentación y la aplicación de innovaciones tecnológicas, permiten a las zonas citadas anteriormente producir otras especies hortícolas y con mejores rendimientos.

Con relación a producción local de especies florales y como una primera apreciación, pueden mencionarse sus ventajas y desventajas: entre las primeras se puede nombrar la demanda de plantas florales que tiene la población durante la corta temporada primavera - verano y, la existencia de una variada gama de especies florales que se adaptan a las condiciones climáticas y edáficas de la zona; entre

las desventajas de la producción local están principalmente los altos costos de producción ( invernaderos, insumos, mano de obra, etc. ) que no puede competir con los precios de las plantas traídas del norte; también son desventajas para el productor local , la costumbre de muchos pobladores de cultivar sus propias plantas del jardín , y la entrega de plantines florales realizada por los municipios, en forma gratuita, con el objeto de mejorar el aspecto urbanístico y la calidad de vida de los vecinos.

Los viveros locales que se dedican a cultivar especies florales, producen principalmente: *Aleli, Alyso, Caléndula, Clavelina, Conejito, Ficoide, Godetia, Lobelia, Nemesia, Pensamiento, Lupino y Retama.*

En la ciudad de Río Grande, existe una incipiente organización social de tipo productiva, que nuclea a la mayoría de los “ Chacareros “ de las zonas aledañas de la ciudad; cuyo objetivo es trabajar mancomunadamente en búsqueda de aumentar la productividad del predio y la promoción económica y social de los miembros de la asociación.

## **B - ORGANIZACIÓN METODOLÓGICA DEL TRABAJO**

### **1. - Datos Estadísticos Históricos de la Provincia de Tierra del Fuego**

El análisis comparativo de las cifras emitidas por los Censos Nacionales de Población, realizados en los años 1970, 1980 y 1991, permite comprobar que en las ciudades de Ushuaia y Río Grande, se ha registrado un continuo y explosivo incremento de población, tal como puede observarse a través del siguiente cuadro:

#### **Población de la Ciudades de Ushuaia y Río Grande según los Censos Nacionales de Población:**

<i>Ciudad</i>	<i>Población - Año</i>		
	<i>1970</i>	<i>1980</i>	<i>1991</i>
<i>Ushuaia</i>	5.677	11.443	29.411
<i>Río Grande</i>	7.754	15.915	39.816
<i>Antártida</i>	129	105	142
<i>TOTAL</i>	13.560	27.463	69.369

*Fuente: Censos Nacionales de Población años: 1970, 1980 y 1991.*

No cabe duda de que este incremento de población modificó las características de comercialización de productos frutihortícolas y florales , en especial si se tiene en cuenta que en la Provincia de Tierra del Fuego el porcentaje de habitantes no nacidos en la isla se acerca al 70 %, como se observa en el siguiente cuadro, tratándose de inmigrantes provenientes de otras provincias o países, quienes si bien se arraigaron en el lugar no por ello abandonaron sus costumbres, hábitos y preferencias.

**Población Residente en las Ciudades de Ushuaia y Río Grande, según lugar de nacimiento, año 1991.**

<i>Ciudad</i>	<i>Nacidos en la Provincia</i>	<i>No nacidos en la Provincia</i>
<i>Ushuaia</i>	10.907	29.963
<i>Río Grande</i>	16.162	27.958
<i>TOTAL</i>	27.069	57.921

*Fuente: Encuesta provincial. Dirección General de Estadística e Investigaciones Económicas D.E.I.E. ( Octubre de 1994 ).*

Hacia fines de 1993, las autoridades provinciales abocadas a planificar su acción de gobierno, advirtieron que la población planteaba en diversas áreas requerimientos mayores que los previstos ( Educación, Salud, Suministro de Agua y Energía, etc. ), dando lugar a diversos desajustes, particularmente notables en la Ciudad de Ushuaia. Este hecho los colocó frente a un lógico interrogante: El crecimiento explosivo durante los períodos anteriores se detuvo en 1991, o por el contrario había continuado con posterioridad al último Censo?

Por esta razón, a principios de 1994 la Dirección General de Estadísticas e Investigaciones Económicas ( DEIE ), encaró la realización de un amplio operativo de encuesta, cuyo objetivo principal consistió en estudiar el total de la población urbana en las ciudades de Ushuaia y Río Grande. La muestra elaborada fue de un tamaño importante, ya que incluyó casi 1.000 viviendas considerando a todos sus habitantes. Tanto la metodología como los resultados fueron publicados por la DEIE en un trabajo denominado “ Encuesta de Estimación de la Población Urbana de Tierra del Fuego “.

Los siguientes Cuadros, muestran resultados comparativos correspondientes a Población y Viviendas, de la encuesta de Octubre de 1994 y el relevamiento censal efectuado en Mayo de 1991

**Población de las ciudades de Ushuaia y Río Grande, en los años 1994 y 1991.**

<i>Ciudad</i>	<i>Población</i>		<i>Incremento</i>
	<i>Año 1994</i>	<i>Año 1991</i>	<i>(94/91) %</i>
<i>Ushuaia</i>	40.870	29.203	39,95
<i>Río Grande</i>	44.120	38.137	15,69
<i>TOTAL</i>	84.990	67.340	26,21

*Fuente: Año 1994, Encuesta Provincial, D.E.I.E. ( Octubre de 1994 ).  
Año 1991, Censo Nacional de Población ( Mayo de 1991 ).*

**Cantidad de viviendas de las Ciudades de Ushuaia y Río Grande, en los años 1994 y 1991.**

<i>Ciudad</i>	<i>Viviendas</i>		<i>Incremento</i>
	<i>Año 1994</i>	<i>Año 1991</i>	<i>(94/91) %</i>
<i>Ushuaia</i>	11.713	8.424	39,04
<i>Río Grande</i>	11.915	11.272	5,70
<i>TOTAL</i>	23.628	19.696	19,96

*Fuente: Año 1994, Encuesta Provincial. D.E.I.E. ( Octubre de 1994 ).  
Año 1991, Censo Nacional de Población ( Mayo de 1991 ).*

Sin lugar a dudas se confirmó ampliamente la hipótesis, en especial para la Ciudad de Ushuaia, que con un incremento de casi el 40 % cerró la brecha que históricamente favorecía a Río Grande. A la fecha estas dos localidades pueden considerarse equivalentes en lo que se refiere a número de habitantes.

Actualmente la Provincia de Tierra del Fuego se ve afectada por la crisis del sector industrial - que históricamente fue el gran generador de empleos- lo que dio lugar a una nueva hipótesis : A partir de 1994 el ritmo de crecimiento poblacional se ha desacelerado, pudiendo llegar a convertirse en nulo o quizá negativo. También es posible que se esté produciendo una transferencia de personal del sector de industrias manufactureras al de comercio y servicios -particularmente en Ushuaia- destacándose por su importancia el turismo.



## **2.- Conformación de la Estructura de Encuestadores y Supervisores**

Para la realización del Estudio, el equipo de trabajo ha quedado conformado de la siguiente manera:

- a) Director del Proyecto.
- b) Un Coordinador Temático en la ciudad de Ushuaia.
- c) Un Coordinador Temático en la ciudad de Río Grande.
- d) Un Auxiliar Técnico en la ciudad de Ushuaia.
- e) Un Auxiliar Técnico en la ciudad de Río Grande.
- f) Un Experto en Diseño.
- g) Un Cargador de Datos.
- h) Dos encuestadores en la ciudad de Ushuaia.
- i) Dos encuestadores en la ciudad de Río Grande.
- j) Un supervisor en la ciudad de Ushuaia.
- k) Un supervisor en la ciudad de Río Grande.

## **3.- Encuestas por Muestreo**

Se realizaron dos encuestas por muestreo en las ciudades de Ushuaia y Río Grande. Estas son:

- a) Encuesta a consumidores, realizada a partir de una selección aleatoria de viviendas.
- b) Encuesta en supermercados, mercados, verdulerías de barrio y florerías.

La encuesta dirigida a los consumidores fue metodológicamente más compleja, no solo porque la población de viviendas es mayor que la de mercados y florerías, sino también porque se carece de un listado actualizado de viviendas particulares en cada ciudad.

Ambos operativos fueron totalmente independientes, no obstante que una vez obtenidos los resultados de las dos encuestas, los datos se complementan a efectos de enunciar las conclusiones.

## C - DISEÑO DE LA MUESTRA DE VIVIENDAS PARTICULARES

### 1.- Objetivos del Diseño

Su objetivo general es obtener estimaciones confiables a partir de una muestra probabilística de hogares particulares. Las variables en estudio se relacionan con los siguientes rubros:

- a) Consumo semanal de las especies: Lechuga, Acelga, Apio, etc.
- b) Tipo de comercio donde habitualmente se adquiere la fruta, verdura, y flores.
- c) En qué forma de presentación se compra las frutas, verduras y flores.
- d) Hábitos de periodicidad de compra de frutas y verduras.
- e) Costumbre de elección de frutas, verduras y flores.
- f) Verduras y frutas usualmente faltantes en el mercado de la Provincia.
- g) Nivel de preferencia de productos de la zona.

De las variables definidas a partir de los objetivos, surgieron los estimadores utilizados, que en la presente investigación se tomaron en forma de promedios, proporciones y porcentajes.

Uno de los requisitos fundamentales fue definir el **tamaño de la muestra**, ya que resulta indispensable tener una idea bastante aproximada del número de viviendas en las que se efectuarán las entrevistas, para poder planificar el operativo, estableciendo tanto el tiempo y el costo que insumirá, como la cantidad de encuestadores que serían necesario contratar para llevarlo adelante.

Como es habitual en el caso de una selección estratificada por conglomerados, la determinación previa con buena exactitud del margen de error y del tamaño de la muestra, requeriría conducir una muestra piloto par estimar los datos desconocidos. Teniendo en cuenta que esto implicaría casi tanto costo y complicaciones como el operativo completo, una solución menos precisa pero más factible consiste en suponer que la selección será simple al azar, lo que permite lograr una aproximación. La fórmula para estimar el margen de error de la muestra en el caso de variable dicotómica y poblaciones grande , es la siguiente:

$$d = \frac{z^2 \cdot P \cdot Q}{n} \quad \text{Si } N \rightarrow \infty \quad (1)$$

Donde:

**z:** Es el valor que en la abscisa toma la función normal de probabilidad, en el caso de Confianza del 0,95 ; el valor de  $z$  es 1,96.

**n:** Tamaño de la muestra.

**N:** Tamaño de la población.

**d:** Margen de error, es este caso la diferencia entre el valor del estimador y del parámetro.

**P:** Proporción de unidades que en la población opinarían en un sentido determinado. en realidad se trata de un parámetro a estimar, por lo tanto desconocido, pero que es necesario determinar aunque más no sea en forma aproximada.

**Q:**  $1 - P$ .

A efectos de estimar  $P$  se supone el caso menos favorable ( a igual tamaño de muestra presenta mayor margen de error ), que se presenta cuando  $P = 0,50$ ; en consecuencia  $Q$  toma el mismo valor.

Utilizando la expresión ( 1 ) se calcula el margen de error para dos posibles tamaños de la muestra :  $n = 300$  y  $n = 400$ .

\* Para  $n = 300$ ; si el valor de la estimación es cercana la 50 %, con una confianza de 0,95, se tiene un margen de error  $d = 5,65$  %.

\* Para  $n = 400$ ; si el valor de la estimación es cercana al 50 %, con una confianza de 0,95 , se tiene un margen de error  $d = 4,9$  %.

Mediante este cálculo anticipado se obtuvo como conclusión que deberían efectuarse encuestas en no menos de 300 hogares, acercándose en lo posible a 400. La cantidad definitiva se fijó finalmente en  $n = 379$  hogares , que fueron visitados por encuestadores especialmente capacitados.

La elaboración del presente diseño contó con la ventaja que representa conocer los resultados y la metodología aplicada en tres operativos de gran envergadura que tuvieron lugar en la Provincia: a) **El Censo Nacional de Población y Vivienda** levantado el 15 de mayo de 1991, b) **La Encuesta de Estimación de la Población Urbana de la Provincia de Tierra del Fuego**, realizada en octubre de 1994 (Esta última corroboró la hipótesis sobre el acentuado incremento de población producido en ambas ciudades, especialmente en Ushuaia) y c) **La Encuesta Permanente de Hogares (EPH)**, conducida por el Instituto Nacional de Estadística y Censos.

## **2.- Características de las Ciudades de Ushuaia y Río Grande**

Tal como se detalló anteriormente, estas dos ciudades experimentaron desde 1970 importantes aumentos de población, promovidos en general por efecto de la industria manufacturera, como gran fuente generadora de empleos durante los últimos treinta años.

Al modificarse esta situación, se supone que a partir de 1994 el incremento poblacional particularmente explosivo registrado hasta entonces en la ciudad de Ushuaia comenzó a desacelerar su ritmo, siendo hoy prácticamente nulo. Como consecuencia del crecimiento producido durante el largo período precedente, la Ciudad muestra en la actualidad un notable y desordenado aumento de viviendas sobre su terreno accidentado por la cercanía de la cordillera. Es destacable la abundancia de construcciones en madera, muchas de ellas de carácter precario. Por otra parte, cabe señalar que la crisis industrial que comenzó a manifestarse hace un par de años habría ocasionado un perjuicio aun mayor, de no haberse iniciado una oportuna promoción de las actividades relacionadas con el turismo.

Aunque la Ciudad de Río Grande tuvo históricamente mayor cantidad de habitantes que Ushuaia, actualmente la población en ambas localidades se encuentra prácticamente equiparada. En su aspecto edilicio, Río Grande se extiende sobre un terreno llano, con manzanas delimitadas. La crisis industrial afectó mucho más a sus habitantes que a los de Ushuaia, ya que aquí las posibilidades de desarrollo turístico son inexistentes. Durante los dos últimos años el crecimiento poblacional puede haber sido nulo e incluso negativo. De aquí la necesidad y la importancia de generar nuevos emprendimientos, que promuevan posibilidades de empleo de mano de obra, tales como la construcción de un puerto marítimo o la que se relaciona con el presente estudio, sobre el desarrollo de la fruticultura, la horticultura y la floricultura.

No obstante y fuera de otras consideraciones, desde el punto de vista de la teoría del muestreo las variables en estudio podrían presentarse más estables en Río Grande que en Ushuaia.

Tal como se detalla más adelante, los motivos expuestos indujeron a:

- 1) Determinar que el tamaño de la muestra sea algo mayor para la Ciudad de Ushuaia.
- 2) Extraer un número pequeño de Unidades Secundarias (US) dentro de cada Unidad Primaria (UP) elegida.

De esta manera se aumenta la cantidad de UP y con el aporte de la estratificación se posibilita una buena distribución de las viviendas a encuestar, sobre la superficie de ambas ciudades y se tiende a disminuir el error de muestreo.

### 3.- Estratificación

Las manzanas urbanas de cada una de las ciudades fueron agrupadas en cuatro estratos o zonas, que se diferencian entre sí por el nivel de crecimiento poblacional que habían experimentado:

Estrato 1: **Casco central.** Comúnmente corresponde a zonas cuya población tiene más antigüedad de establecida y en general mayor nivel económico.

Estrato 2: **Zonas de crecimiento moderado.** Gran cantidad de viviendas precarias.

Estrato 3: **Zonas de crecimiento acentuado.** Zonas nuevas y en expansión. Abundancia de viviendas precarias y población no completamente arraigada.

Estrato 4: **Monoblocks.**

Este criterio es el mismo utilizado en oportunidad de la "Encuesta de estimación de la población urbana de la Tierra del Fuego" llevada a cabo en 1994. Presenta ventajas, ya que mantener la misma forma de estratificación en ambos diseños posibilita la utilización de los segmentos censales ya listados por la Provincia, favorece la comparabilidad y lo que es más importante: Fue demostrado que internamente (dentro de cada estrato) las variables en estudio presentan un comportamiento homogéneo.

### 4.- Método de Selección de la Muestra

El método de selección probabilístico, teóricamente corresponde a un "**diseño estratificado de conglomerados bietápico, con selección sistemática de las unidades de muestreo**". Para cada Ciudad se elaboró un diseño de muestra independiente. Este método implica que se estratificó y dentro de cada estrato se seleccionaron segmentos censales como unidades de primera etapa o unidades primarias (UP). Luego, de los listados de viviendas correspondientes a las mismas, se eligieron por el método sistemático viviendas particulares como unidades de segunda etapa o secundarias de muestreo (US).

Las Unidades Primarias y Secundarias se definen de la siguiente forma:

**Unidades Primarias de Muestreo (UP):** En su mayoría son los segmentos censales, tal como fueron definidos en oportunidad del Censo Nacional de Población levantado el 15 de mayo de 1991. En esa oportunidad se determinaron de manera tal que cada segmento contuviera aproximadamente entre 20 y 30 viviendas. Obviamente, con el transcurso del tiempo las cantidades originales de viviendas se han modificado.

Unos pocos segmentos se subdividieron en 2 UP. Esto fue debido a la presencia de edificios de propiedad horizontal que a la fecha del Censo estaban en construcción o deshabitados y que fueron ocupados posteriormente. Lo contrario sucedió con algunos segmentos poco poblados, que fueron agrupados de a pares. Asimismo, fue necesario crear segmentos y UP nuevas en aquellas zonas que fueron habitadas con posterioridad al mes de mayo de 1991.

**Unidades secundarias de muestreo (US):** Son las viviendas que integran cada una de las UP elegidas.

En cada uno de los segmentos seleccionados de la Ciudad de Río Grande, fueron elegidas en forma sistemática 2 viviendas. En cambio en la ciudad de Ushuaia, como consecuencia del listado de viviendas efectuado, aparecieron algunos segmentos muy poblados. Por tal motivo, se consideró conveniente aumentar el tamaño de la muestra, por lo cual en algunos pocos segmentos se eligieron 3 o 4 viviendas. En las viviendas seleccionadas se efectuarán las entrevistas correspondientes al operativo muestral.

## **5.- Listado de Viviendas Particulares en Condiciones de ser Habitadas**

Salvo escasas excepciones, una muestra de hogares por el método de conglomerados a dos etapas requiere listar las viviendas que contiene cada UP. Esto significa determinar la cantidad y precisar los domicilios de todas las viviendas antes de proceder a seleccionar la submuestra. Realizar adecuadamente esta tarea representa un considerable esfuerzo, tanto en cuanto a costo como en tiempo. Por ello suele recurrirse a una alternativa que es preferible evitar: La de permitir que cada encuestador seleccione las viviendas, siguiendo algún método que frecuentemente en su aplicación deja de ser probabilístico (Por ej., instruirlo para que elija la 2da. y la 5ta. vivienda de cada cuadra).

En el año 1994 la *Dirección General de Estadística e Investigaciones Económicas de la Provincia* listó aproximadamente el 40% de los segmentos, determinando los domicilios de unas 10.000 viviendas, con una metodología correspondiente a un diseño de muestra probabilístico "estratificado replicado". Los estratos fueron los mismos que se definieron para el presente proyecto.

Como resultado de ello se determinaron cuatro réplicas. Esto significa que actualmente la Provincia de Tierra del Fuego dispone de 4 muestras independientes y aleatorias de listados de UP para cada uno de los estratos definidos. En atención a que el tamaño de la presente muestra es menor al

utilizado en el operativo mencionado precedentemente, se empleará solo una o dos de esas réplicas en cada estrato. La gran ventaja radica en que las viviendas que integran las réplicas ya han sido listadas, por lo que resulta conveniente seleccionar la muestra de viviendas de los listados disponibles, evitando que sea el propio encuestador el que elija la Unidad de Segunda Etapa o la pérdida de tiempo y recursos que implicaría volver a relistar las viviendas de nuevos segmentos.

No obstante, si bien estos listados son relativamente recientes, han surgido cambios posteriores. Por tal motivo los encuestadores, antes de iniciar las entrevistas constataron las viviendas que contenía cada UP, a efectos de asegurar la validez de los listados originales. En los casos en que comprobaron la existencia de diferencias que podían resultar significativas, se procedió a confeccionar una nueva planilla de listado y el equipo de muestreo eligió otras viviendas a partir de la lista actualizada, anulando la selección anterior.

Con el objetivo de evitar alguna confusión relacionada con la complejidad del diseño y al solo efecto de prevenir una mala interpretación, se destaca que si bien se emplearon los mismos segmentos, ello no significa que las viviendas elegidas fueron las mismas, ya que se llevó a cabo una nueva selección de unidades secundarias dentro del listado correspondiente a cada UP.

## 6.- Tamaño de la Muestra

### 6.1. Ciudad de Ushuaia

A continuación se detalla la cantidad de UP en la población (Nh) y en la muestra (nh), como así también la cantidad de viviendas elegidas en una segunda etapa (mh) en la ciudad de Ushuaia, en cada uno de los estratos:

Estrato	Nh	nh	(**) mh
1	104	20	40
2	313	60	124
3	96	12	28
4 (*)	11	11	29
<b>Total</b>	<b>524</b>	<b>103</b>	<b>221</b>

(\*) Se listaron todas las UP

nh  
 (\*\*)  $mh = \sum_i mhi$  Representa el total de viviendas seleccionadas en un estrato.

## 6.2. Ciudad de Río Grande

De igual modo se presentan los Nh, nh, y mh, para cada uno de los estratos de la ciudad de Río Grande:

<b>Estrato</b>	<b>Nh</b>	<b>nh</b>	<b>mh</b>
<b>1</b>	185	32	64
<b>2</b>	281	25	50
<b>3</b>	102	12	24
<b>4</b>	148	10	20
<b>Total</b>	716	79	158

En total fueron elegidas 379 viviendas en 182 UP; es decir un promedio de 2,1 viviendas por UP. Este promedio es inusualmente bajo para encuestas dirigidas a hogares, pero resulta conveniente porque asegura una buena distribución de las viviendas elegidas sobre la superficie. Del total de viviendas particulares 221 correspondieron a la ciudad de Ushuaia y 158 a Río Grande.

## 7.- Cuestionario

El modelo de Cuestionario utilizado para la encuesta de opinión sobre hábitos de consumo y preferencias de la población con respecto a los productos frutihortícolas y florales , se detalla a continuación :



**ENCUESTA DE OPINION SOBRE HABITO DE CONSUMO Y PREFERENCIAS DE  
LA POBLACION SOBRE PRODUCTOS FRUTIHORTICOLAS Y FLORALES EN  
LAS CIUDADES DE USHUAIA Y RIO GRANDE:**

**A: Datos de ubicación de la vivienda:**

Localidad:..... Calle:..... Nº:..... Dpto:.....  
 Fracción:..... Radio:..... Manzana:..... Estrato:.....  
 Unidad Primaria:..... Encuesta Nº.....  
 Nombre de la persona que responde por el grupo familiar: .....

**B: Datos del grupo familiar:**

Indique como está formado cuantitativamente el grupo familiar que convive en la misma vivienda:

Grupos de edad	Total	Varones	Mujeres
Hasta 20Años			
de 21 hasta 40 años			
de 41 hasta 60 años			
Mas de 60 años			
<b>TOTAL</b>			

**C: Cuestionario de frutas y verduras**

1.- Indique para cada especie: a)¿Cuánto estima que el grupo familiar consume en un mes normal?, b) ¿Tiene dificultad para conseguir la especie ?, y c) ¿Cuál es la forma de presentación que usualmente adquiere el producto?

Especies (1)	Consumo mensual (2)			Las consigue (3)			Como las adquiere (4)	No llenar
	En Kg.	Atados	Unidades	Si	Regular	No		
Lechuga								
Acelga								
Espinaca								
Espárrago								
Apio								
Repollo								
Perejil								
Cebollin								
Cilandro								
Papa								
Zanahoria								
Rabanito								
Remolacha								
Nabo								
Ajo								
Arveja								
Haba								
Ruibarbo								
Frutilla								

Especies (1)	Consumo mensual (2)			Las consigue (3)			Como las adquiere (4)	No llenar
	En Kg.	Atados	Unidades	Si	Regular	No		
Tomate								
Fruta fina								
Pimiento								
Pepinos								
Brócoli								
Otros								

(1) : Para especies que usualmente no adquiere, dejar el renglón en blanco.

(2) : Indique la cantidad consignándola en una de las alternativas. Si corresponde a otra unidad de medida, indique la misma.

(3) : Marcar con una cruz: "SI" significa que la consigue sin dificultad; "Regular", tiene alguna dificultad; "NO", que tiene mucha dificultad para su adquisición (Se refiere a los problemas de mercado y no por estar la especie fuera de estación).

(4) : Marcar con una cruz: Utilizar los siguientes códigos: FR= frescas en bruto; FE= frescas envueltas; PC= precortadas; PL= prelavadas; C= congeladas; V= cualquier forma; O= otras formas.

2. - ¿Dónde compra habitualmente la mayor cantidad de frutas y verduras?:

- 1 ☐ En supermercados. 2 ☐ Mercados. 3 ☐ Verdulerías. 4 ☐ Almacenes.  
5 ☐ Pequeños productores. 6 ☐ Otros (indicar).....

3. - ¿Con que periodicidad compra habitualmente frutas y verduras?:

- 1 ☐ Diariamente. 2 ☐ Semanalmente. 3 ☐ Quincenalmente.  
4 ☐ Mensualmente. 6 ☐ Otros (indicar).....

4. - ¿Acostumbra realizar la compra de frutas y verduras los fines de semana?:

- 1 ☐ SI. 2 ☐ NO.

5. - Acostumbra guardar las frutas y verduras en el freezer? - 1 ☐ SI. 2 ☐ NO.

6. - ¿Cuál es el principal motivo para elegir frutas y verduras?

- 1 ☐ La calidad. 2 ☐ Presentación. 3 ☐ Precio. 4 ☐ Es de la zona.  
5 ☐ Otros (indicar).....

7. - Indique las frutas y verduras que le gustaría consumir y que no consigue en el mercado: .....

8. - A un mismo precio, ¿preferiría consumir frutas y verduras de la zona?

- 1 ☐ SI. 2 ☐ NO. 3 ☐ Depende (Especificar) .....

#### **D: Florales:**

1. - ¿Acostumbra adquirir flores ornamentales, plantines florales, etc.?:

- 1 ☐ Usualmente. 2 ☐ De vez en cuando. 3 ☐ Raramente.

Tiene algún motivo especial para adquirir florales: .....

Tiene algún motivo especial para no adquirir florales: .....

2. - ¿En que forma compra florales?:

1 ☐ Flores para ornamentar.

2 ☐ Semillas para plantar.

3 ☐ Plantines enraizados.

4 ☐ Otras (indicar) .....

3. - ¿Dónde compra o consigue habitualmente florales?:

1 ☐ Florerías.

2 ☐ Supermercados.

3 ☐ Viveros comerciales.

4 ☐ viveros familiares.

5 ☐ Otros (indicar).....

4. - ¿Cuál es el principal motivo que influye en su elección de un determinado floral?:

1 ☐ Calidad.

2 ☐ Precio.

3 ☐ Otros(indicar).....

Fecha de la encuesta: .....Encuestador: .....

## 8.- Operativo de Campo

El operativo de campo se refiere a las tareas relacionadas con el relevamiento de información en los hogares. Se diferencian tres tareas: a) Selección y capacitación de los encuestadores, b) Procedimientos de relevamiento de información y c) Supervisión y control de la información recabada. A continuación se detalla cada una de ellas:

### 8.1. Selección y Capacitación de Encuestadores

El error total de una muestra está compuesto por: a) **Errores debidos al proceso de muestreo** y b) **Errores no debidos al muestreo**. Si bien cuando la muestra es probabilística los primeros son medibles, el control de los segundos es difícil. Esta dificultad se convierte prácticamente en imposibilidad en el caso de las encuestas de opinión, motivo por el cual bien vale el esfuerzo de lograr un trabajo de campo casi perfecto, para lo que es indispensable contar con encuestadores idóneos y altamente capacitados.

Se efectuó una cuidadosa selección de cuatro encuestadores, a quienes se capacitó en las definiciones, los objetivos de la encuesta e incluso sobre algunos conceptos relacionados con el diseño de la muestra.

### 8.2. Procedimiento de Relevamiento de Información

Se trabajó sobre la premisa de que **el encuestador no debe cambiar la unidad seleccionada**. Es decir, se debió insistir y retornar al hogar elegido hasta lograr la respuesta. En el caso de que no se pudo encontrar alguna vivienda, hubo negativa de respuesta, moradores ausentes, etc., los encuestadores debieron consultar al supervisor o al jefe del operativo con respecto al modo de proceder.

### 8.3. Supervisión y Control de la Información Recabada

No obstante lo bien que pudo haberse capacitado a los encuestadores, se realizó la supervisión de la tarea de los mismos. Para ello el equipo de conducción controló un 10% de las viviendas que se asignaron a cada encuestador.

Por otra parte fue necesario convalidar la información recabada en cada vivienda particular; es decir se verificó que cada cuestionario tuviera internamente el máximo grado de consistencia y coherencia, estableciendo para ello pautas claras y concisas.

## 9.- Estimadores

Son las expresiones matemáticas ( fórmulas ) que se construyen a partir de los datos de la muestra, cuya aplicación permite obtener resultados o estimaciones en relación a cada una de las variables en estudio. Desde el punto de vista de la teoría de muestreo, los estimadores de una muestra probabilística son variables aleatorias, pues dependen de los particulares valores de las unidades que se elijan.

En este diseño se utilizaron estimadores del tipo: a) “ **Insesgados de simple expansión**” fundamentalmente para estimar totales de las variables y b) “ **Sesgados de razón** “, para estimar razones de dos variables. Además se determinaron los estimadores del error de muestreo para cada uno de ellos.

### 9.1. Estimador de un Total de una Variable

#### 9.1.1. Total para Una de las Ciudades

Por ejemplo, si se desea estimar el total de un producto consumido por los habitantes de la ciudad "u"= Ushuaia, en la semana considerada, la fórmula del estimador es:

$$\hat{X(u)} = \sum_h \frac{N_h}{n_h} \sum_i \frac{M_{hi}}{m_{hi}} \sum_j X_{hij} \quad (1)$$

Los símbolos representan:

h: "Estrato"; h =1, 2, 3, 4

i: "Unidad Primaria (UP)" o "Segmento"; i =1, 2,...,n<sub>h</sub>

j: "Unidad Secundaria (US)" o "Vivienda"; j = 1,2,...,m<sub>hi</sub>

$\hat{X(u)}$  : Estimador de un total de la variable "X" de la ciudad "u".

X<sub>hij</sub> : Es el valor de la variable para la j-ésima US, de la i-ésima UP, del estrato "h".

M<sub>hi</sub> : Cantidad listada de US, en la i-ésima UP, del estrato "h". Sus valores, tanto para la ciudad de Ushuaia como para Río Grande, se presentan en los cuadros del punto N° 11 del presente informe, "Anexo tablas de valores constantes".

m<sub>hi</sub> : Cantidad de US, elegidas en una segunda etapa, dentro en la i-ésima UP seleccionada, del estrato "h" de una de las ciudades. Sus valores, se presentan en las tablas del Anexo.

$N_h$  : Cantidad de UP, en la población del estrato "h", de una de las ciudades. Sus valores para cada estrato, se presentan en las tablas del Anexo.

$n_h$  : Cantidad de UP, en la muestra del estrato "h" de una de las ciudades. Sus valores, se presentan en las tablas del Anexo.

$$N = \sum_h^4 N_h : \text{Total de UP en la población.}$$

### 9.1.2. Total para las Dos Ciudades ( Ushuaia + Río Grande )

$$\hat{X} = \hat{X}(u) + \hat{X}(rg) \quad (2)$$

Es la suma simple de las estimaciones de cada una de las ciudades.

## 9.2. Estimador del Total de Viviendas

### 9.2.1. Total de Viviendas para Una de las Ciudades

Cuando en lugar del total de una variable se desea estimar un promedio por vivienda, el denominador de la fórmula es el total de viviendas, que también deberá ser estimado. Para ello se utiliza la siguiente simplificación de la fórmula (1).

$$\hat{M}(u) = \sum_h^4 \frac{N_h}{n_h} \sum_i^{n_h} M_{hi} \quad (3)$$

Donde:  $\hat{M}(u)$  estima el total de viviendas de la ciudad "u = Ushuaia", de igual manera para "rg = Río Grande".

### 9.2.2. Total de Viviendas para las Dos Ciudades ( Ushuaia + Río Grande )

$$\hat{M} = \hat{M}(u) + \hat{M}(rg) \quad (4)$$

En este caso  $\hat{M}$  es el total de viviendas de Ushuaia y Río Grande.

### 9.3. Estimador del Promedio de la Variable

#### 9.3.1. Promedio para Una de las Ciudades

Supongamos el promedio consumido por vivienda de uno de los productos investigados, por los habitantes de una de las ciudades, el estimador es:

$$\hat{\bar{X}}(u) = \frac{\sum_h \frac{N_h}{n_h} \sum_i^{n_h} \frac{M_{hi}}{m_{hi}} \sum_j^{m_{hi}} X_{hij}}{\sum_h \frac{N_h}{n_h} \sum_i^{n_h} M_{hi}} = \frac{\hat{X}(u)}{\hat{M}(u)} \quad (5)$$

El numerador es el estimador de un total de una variable, dado en (1) y el denominador representa el total de viviendas dado en (3).

#### 9.3.2. Promedio para las Dos Ciudades ( Ushuaia + Río Grande )

$$\hat{\bar{X}} = Q_u \cdot \hat{\bar{X}}(u) + Q_{rg} \cdot \hat{\bar{X}}(rg) \quad (6)$$

Donde "Q", son factores de ponderación en relación a la cantidad de viviendas En consecuencia (6) es una suma ponderada de dos estimadores de la forma de promedios:

$$Q_u = \frac{\text{Total de Viviendas Ciudad de Ushuaia}}{\text{Total de Viv. (Ush. + R. Grande)}}$$

$$Q_{rg} = \frac{\text{Total de Viviendas de Río Grande}}{\text{Total de Viv. (Ush. + R. Grande)}}$$

La suma simple de las ponderaciones debe ser la unidad ( $Q_u + Q_{rg} = 1$ ).

#### 9.4. Estimador de un Porcentaje para la Ciudad "u"

En un porcentaje, estamos en presencia de una variable de tipo dicotómica, porque solo toma dos posibles valores; estos son:  $X_{hij} = 1$ , si la unidad observada pertenece a una clase determinada, o  $X_{hij} = 0$ , si no pertenece a dicha clase. Bajo esta salvedad se utiliza la expresión dada en (5), con la única trivialidad de que por ser un porcentaje se multiplica por 100. Es decir

#### 9.4.1. Porcentaje para Una de las Ciudades

$$\hat{P}(u)\% = \frac{\hat{X}(u)}{N} \cdot 100 \quad \text{Donde } X_{hij} \text{ solo puede valer 1 ó 0} \quad (7)$$

En la presente investigación la mayoría de las variables pertenecen a este tipo. Por ejemplo, ante la pregunta:

- ¿Dónde compra habitualmente la mayor cantidad de frutas y verduras?:

- 1 ☐ Supermercados;                      2 ☐ Mercados;                      3 ☐ Verdulerías;                      4 ☐ Almacenes;  
5 ☐ Pequeños productores;                      6 ☐ Otros (indicar).....

Se generan 6 porcentajes simples (sin considerar combinaciones), cada uno de ellos se relaciona con una variable dicotómica.

#### 9.4.2. Porcentaje para las Dos Ciudades ( Ushuaia + Río Grande )

$$\hat{P}\% = Q_u \cdot \hat{P}(u)\% + Q_{rg} \cdot \hat{P}(rg)\% \quad (8)$$

Donde "Q", son los mismos factores de ponderación ya indicados

### 10.- Estimadores del Error de Muestreo

Toda muestra está afectada por un error, debido al proceso que implica seleccionar una parte de la población. Este error es medible con el auxilio de la teoría de la probabilidad.

#### 10.1. Variancia y Error Standard del Estimador de un Total

##### 10.1.1. Variancia del Estimador de un Total para Una de las Ciudades

Para estimar la variancia del total de una ciudad, dado por (1), se utiliza la expresión:

$$\sigma^2(\hat{x}_u) = \sum_h \left[ N^2 h \cdot \frac{1-fh1}{nh} \cdot S^2_{h1} + \frac{Nh}{nh} \sum_i M^2_{hi} \cdot \frac{(1-fh2i) \cdot S^2_{h2i}}{mhi} \right] \quad (9)$$



Donde:

$\hat{\sigma}^2(\hat{x}_u)$  : Variancia del estimador de un total, de la ciudad "u".

$S^2_{h1} = \frac{1}{n_h - 1} \sum_i^{n_h} (X_{hi} - \bar{X}_h)^2$  : Variancia entre los totales estimados de las UP seleccionadas

$S^2_{h2i} = \frac{1}{m_{hi} - 1} \sum_j^{m_{hi}} (X_{hij} - \bar{X}_{hi})^2$  : Variancia dentro de cada UP seleccionada.

$\hat{X}_{hi} = \frac{M_{hi}}{m_{hi}} \sum_j^{m_{hi}} X_{hij}$  : Estimador del total de cada UP seleccionada.

$\bar{X}_h = \frac{1}{n_h} \sum_i^{n_h} \frac{M_{hi}}{m_{hi}} \sum_j^{m_{hi}} X_{hij}$  : Promedio del estrato.

$\bar{X}_{hi} = \frac{1}{m_{hi}} \sum_j^{m_{hi}} X_{hij}$  : Estimador del promedio de cada UP seleccionada.

$f_{h1} = \frac{n_h}{N_h}$  : Fracción de muestreo de 1ra. etapa.

$f_{h2i} = \frac{m_{hi}}{M_{hi}}$  : Fracción de muestreo de 2da. etapa.

### 10.1.2. Error Standard del Estimador de un Total para Una de las Ciudades

La variancia es una medida elevada al cuadrado, del error de muestreo de cada estimador. En consecuencia es necesario extraer su raíz cuadrada, para obtener el "**Error Standard**" que es la verdadera medida del error. En este caso es la raíz de la expresión (9).

$$\hat{\sigma}(\hat{x}_u) = \sqrt{\hat{\sigma}^2(\hat{x}_u)} \quad (10)$$

Donde:  $\hat{\sigma}(\hat{x}_u)$  = Error Standard del estimador de un total para la ciudad "u"=Usuhaia. De igual manera se construye para "rg" = Río Grande.

### 10.1.3. Error Standard del estimador de un total para las dos ciudades

$$\hat{\sigma}(\hat{x}) = \sqrt{\hat{\sigma}^2(\hat{x}_u) + \hat{\sigma}^2(\hat{x}_{rg})} \quad (11)$$

Es la raíz cuadrada de la suma simple de las variancias de cada ciudad.

## 10.2. Variancia y Error Standard del Estimador de un Promedio por Vivienda

### 10.2.1. Variancia del Estimador de un Promedio para Una de las Ciudades

Para estimar la variancia de un promedio por vivienda para una de las ciudades, dado en (5), se utiliza la expresión:

$$\hat{\sigma}^2(\hat{x}_u) = \frac{1}{\hat{M}^2(u)} \sum_{h=1}^4 \left[ N^2 h \cdot \frac{1-fh1}{nh} \cdot S^2 h1 + \frac{Nh}{nh} \sum_i^{nh} M^2 h_i \cdot (1-fh2i) \cdot \frac{S^2 h2i}{mhi} \right] \quad (12)$$

Obsérvese que la única diferencia entre las expresiones (9) y (12), es que esta última aparece dividida por el cuadrado de la estimación del total de viviendas  $\hat{M}^2(u)$ .

### 10.2.2. Error Standard del Estimador de un Promedio para Una de las Ciudades

El Error Standard del Promedio es la raíz de (12)^

$$\hat{\sigma}(\hat{x}_u) = \sqrt{\hat{\sigma}^2(\hat{x}_u)} \quad (13)$$

### 10.2.3. Error Standard del Estimador de un Promedio para las Dos Ciudades

$$\hat{\sigma}(\hat{x}) = \sqrt{(Q^2_u \cdot \hat{\sigma}^2(\hat{x}_u) + Q^2_{rg} \cdot \hat{\sigma}^2(\hat{x}_{rg})} \quad (14)$$

Donde:  $Q_u$  y  $Q_{rg}$  son las ponderaciones ya definidas

## 10.3. Variancia y Error Standard de un Porcentaje

### 10.3.1. Variancia de un porcentaje para Una de las Ciudades

Se recuerda que el porcentaje se origina a partir de una variable de tipo dicotómica -que solo toma los valores uno o cero- utilizando la misma fórmula del promedio dada en (12); luego:

$$\hat{\sigma}^2(\hat{p}_u) = (100)^2 \cdot \hat{\sigma}^2(\hat{x}_u) \quad (15)$$

### 10.3.2. Error Standard de un Porcentaje para Una de las Ciudades

Se extrae la raíz a la expresión anterior

$$\sigma(\hat{p}_u) = 100 \cdot \sqrt{\hat{\sigma}^2(\hat{x}_u)} \quad (16)$$

### 10.3.3. Error Standard de un Porcentaje para las Dos Ciudades

Es la raíz cuadrada del promedio ponderado de las variancias de los porcentajes de cada ciudad; es decir:

$$\hat{\sigma}(\hat{p}) = \sqrt{(Q^2u \cdot \hat{\sigma}^2(\hat{p}u) + Q^2rg \cdot \hat{\sigma}^2(\hat{p}rg))} \quad (17)$$

### 10.4. Coeficiente de Variación

El coeficiente de variación (CV) es una medida que relaciona al "estimador" con su correspondiente "error standard". Se obtiene como un cociente entre ambos, multiplicado por 100. Por ejemplo, en el caso de un total de la ciudad de Ushuaia:

$$CV = \frac{\frac{\hat{x}(u)}{\hat{\sigma}(xu)}}{\hat{\sigma}(xu)} \cdot 100 \quad (18)$$

La importancia del CV, está en que es un error relativo porcentual, que prescinde de unidad de medida. Es deseable que el CV no sea mayor del 10%, no obstante que se aceptan hasta valores del 15%. Cuando éstos son mayores están indicando que los estimadores son poco confiables, lo que sucede por ejemplo en los casos de desagregación.

### 10.5. Estimación por Intervalos de Confianza

La estimación por intervalos de confianza, busca obtener dos valores que con una cierta probabilidad cubran el parámetro en estudio. Esta probabilidad, llamada confianza, usualmente se fija en 0,95. Su cálculo para el caso del total de la variable para la ciudad de Ushuaia:

$$\hat{x}(u) \pm 1,96 \sqrt{\hat{\sigma}^2(\hat{x}u)} \quad (19)$$

Es decir que, sumando y restando un margen de error " $1,96 \cdot \sqrt{\hat{\sigma}^2(\hat{x}u)}$ " a la estimación puntual, se obtienen los dos valores; donde 1,96 es un valor de la función normal de probabilidad, que se relaciona con la probabilidad de 0,95. Debe interpretarse que en 95 de cada 100 muestras del mismo tamaño y con el mismo diseño, los dos valores cubren el verdadero y desconocido valor del parámetro en estudio.

Los intervalos de confianza se construyen de la misma forma para todos los estimadores presentados, o sea:

$$\text{Estimador} \pm 1,96 \sqrt{\text{Error Standard}}$$

## **D - DISEÑO DE LA MUESTRA DE COMERCIOS**

### **1.- Objetivos**

Este es un segundo diseño de muestra, independiente del anterior, pero perteneciente al mismo proyecto. Corresponde a una selección aleatoria de supermercados, mercados, verdulerías y florerías, de las ciudades de Ushuaia y Río Grande de la Provincia de Tierra del Fuego.

El objetivo general es obtener estimaciones confiables a partir de una muestra probabilística de establecimientos que comercialicen especies hortícolas y frutícolas, como así también especies florales. Las variables en estudio se relacionan con una investigación por especie y por temporada con respecto a:

- a) Cantidad introducida : Kg./Año.
- b) Medios de transporte utilizados: Aéreo - Marítimo - Terrestre.
- c) Calidad de la recepción: Muy Buena - Buena - Mala.
- d) Precio de compra
- e) Precio de venta
- f) Época de mayor demanda: Otoño - Invierno - Primavera - Verano.
- g) Mermas debidas al transporte
- h) Mermas debidas al tiempo en la góndola
- i) Venta de productos locales

### **2.- Población en Estudio y Estratificación**

La *Dirección de Estadística e Investigaciones de la Provincia de Tierra del Fuego*, proveyó un listado básico, obtenido del *Censo Nacional Económico 1994*, sobre el cuál se trabajó.

El resumen cuantitativo de esta información es el siguiente:

<b>Tipo de comercio</b>	<b>Total</b>	<b>Ushuaia</b>	<b>Río Grande</b>
Supermercados	12	5	7
Mercados	254	117	137
Verdulerías	8	5	3
Florerías	9	5	4
<b>Total</b>	<b>283</b>	<b>132</b>	<b>151</b>

Es evidente que no son excluyentes en cuando al tipo de productos que venden; por ejemplo: Verduras pueden conseguirse tanto en un supermercados, como en mercados o verdulerías. Igualmente, incluso los supermercados suelen vender plantas y flores.

Desde el punto de vista de la estratificación, en vista de los datos presentados en el cuadro anterior pareció conveniente unificar los mercados y las verdulerías en un único estrato, quedando definidos así tres estratos (que al considerar las dos ciudades se convertirían en seis). Estos son:

**Estrato I:** Supermercados

**Estrato II:** Mercados y verdulerías

**Estrato III:** Florerías

### **3.- Método de Selección y Tamaño de la Muestra**

El diseño de muestra fue estratificado simple al azar. Es decir, se buscó obtener una muestra aleatoria de los comercios que integran cada uno de los estratos. Un problema fundamental fue determinar el tamaño de la muestra.

La dificultad principal radica en la diferencia notable de tamaño que existe entre los estratos. En estos casos es necesario que la muestra sea proporcionalmente mayor para estratos pequeños; pero aún así, otra complicación es la importancia que cobran los supermercados y las florerías. Por tal motivo, se decidió que con respecto a este tipo de establecimientos, que el relevamiento sea total; en lenguaje estadístico, se trata de estratos de "inclusión forzosa". Con respecto a los comercios restantes, se extrajo

una muestra que representó al 20% de la población total de mercados y verdulerías considerados conjuntamente.

En el siguiente cuadro se presenta la población y la muestra:

Tipo de comercio	Ushuaia		Río Grande	
	Población	Muestra	Población	Muestra
Supermercados	5	5	7	7
Mercados y verdulerías	117	23	137	27
Florerías	5	5	4	4
<b>Total</b>	132	33	151	38

#### 4.- Cuestionarios

El modelo de cuestionario utilizado para el censo a Supermercados, la encuesta a los Mercados y Verdulerías y el modelo utilizado para las Florerías, sobre la comercialización de productos frutihortícolas y florales, se detallan a continuación:

# ESTUDIO DE LA COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS FRUTIHORTICOLAS Y FLORALES EN USHUAIA Y RIO GRANDE

Comercio:		Domicilio			Ciudad:			Encuestador:				Fecha:				
Especie	Cantidad	Medio de transporte			Calidad de recepción			Precios		Epoca de mayor demanda				Pérdidas		Prod. locales.
	Kg/año	T	A	M	MB	B	R	\$ Compra Kg/año	\$ Venta Kg/año	Ot.	Inv.	Prim	Ver.	Trans. [%]	Local [%]	[%] Unid.
Lechuga																
Acelga																
Espinaca																
Espárrago																
Apio																
Repollo																
Perejil																
Cebollin																
Cilandro																
Papa																
Zanahoria																
Rabanito																
Remolacha																
Nabo																
Ajo																
Arveja																
Haba																
Ruibarbo																
Frutilla																
Tomate																
Fruta fina																
Pimiento																
Pepinos																
Brócoli																
Otros																

T : Terrestre
A : Aéreo
M: Marítimo
MB : Muy buena
B : Buena
R : Regular

# ESTUDIO DE LA COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS FRUTIHORTICOLAS Y FLORALES EN USHUAIA Y RIO GRANDE

Comercio: \_\_\_\_\_ Domicilio: \_\_\_\_\_ Ciudad: \_\_\_\_\_ Encuestador: \_\_\_\_\_ Fecha: \_\_\_\_\_

Especie	Cantidad	Medio de transporte			Calidad de recepción			Precios		Epoca de mayor demanda				Pérdidas		Venta de produc. locales [%] Unid.
		Unidades/año	T	A	M	MB	B	M	\$ Compra unidad/año	\$ Venta unidad/año	Ot.	Inv.	Prim	Ver.	Trans. [%]	
Aleli																
Aliso																
Caléndula																
Clavelina																
Claveles																
Conejitos																
Coqueta																
Ficoide																
Flox																
Godetia																
Iberis																
Lobelia																
Nemesia																
Pensamiento																
Margarita																
Rosa																
Lupino																
Otras																

T : Terrestre    A : Aéreo    M: Marítimo    MB : Muy buena    B : Buena    R: Regular



## 5.- Estimadores

Los estimadores correspondientes a una selección estratificada simple al azar para estimar totales, promedios y porcentajes, son los siguientes:

### 5.1. Estimadores del Total de una Variable

#### 5.1.1. Estimador del Total para Una de las Ciudades : $\hat{y}(u)$ ; $\hat{y}(rg)$

$$\hat{y}(u) = \sum_h^3 N_h \bar{y}_h \quad (1)$$

Donde: u: Ushuaia      rg: Río Grande      h: Estrato h= 1, 2, 3.

$\hat{y}(u)$ : Estimación de un total para una de la ciudades, en este caso u= Ushuaia.

$N_h$ : Total poblacional de Unidades (comercios) del estrato h. Sus valores para cada una de las ciudades son los presentados en el cuadro N° 2 del presente diseño.

$\bar{y}_h = \frac{1}{n_h} \sum_i Y_{hi}$       Es el promedio muestral dentro del estrato h

$Y_{hi}$ : Valor de la variable para el i-ésimo elemento del estrato h.

$n_h$ : Cantidad de unidades seleccionadas del estrato h. Sus valores para cada una de las ciudades son los presentados en el cuadro N° 2 del presente diseño.

#### 5.1.2. Estimador del Total para las Dos Ciudades : $\hat{y}$

$$\hat{y} = \hat{y}(u) + \hat{y}(rg) \quad (2)$$

### 5.2. Estimadores de un Promedio de una Variable

#### 5.2.1. Estimador de un Promedio para Una de las Ciudades : $\hat{\bar{y}}(u)$ ; $\hat{\bar{y}}(rg)$

$$\hat{\bar{y}}(u) = \sum_h^3 W_h \bar{y}_h \quad (3)$$

Donde:  $W_h = \frac{N_h}{N}$  Es la ponderación del Estrato h

### 5.2.2. Estimador de un Promedio para las Dos Ciudades : $\hat{\bar{y}}$

$$\hat{\bar{y}} = Q_u \cdot \hat{\bar{y}}(u) + Q_{rg} \cdot \hat{\bar{y}}(rg) \quad (4)$$

Donde: los factores de ponderación a nivel de ciudad son:

$$Q_u = \frac{\text{Total de Viviendas Ciudad de Ushuaia}}{\text{Total de Viv. (Ush. + R. Grande)}}$$

$$Q_{rg} = \frac{\text{Total de Viviendas de Rio Grande}}{\text{Total de Viv. (Ush. + R. Grande)}}$$

### 5.3. Estimador de un Porcentaje

#### 5.3.1. Estimador de un Porcentaje para Una de las Ciudades : $\hat{p}(u)$ ; $\hat{p}(rg)$

$$\hat{p}(u) = \sum_h^3 W_h \cdot p_h \quad (5)$$

Donde:  $\hat{p}(u)$  : Estimador de un porcentaje para la ciudad "u"

$$p_h = \frac{a_h}{n_h} \cdot 100 \quad \text{Porcentaje dentro del estrato h}$$

$a_h$ : Cantidad de elementos que pertenecen a una clase determinada

#### 5.3.2. Estimador de un Porcentaje para las Dos Ciudades : $\hat{p}$

$$\hat{p} = Q_u \cdot \hat{p}(u) + Q_{rg} \cdot \hat{p}(rg) \quad (6)$$



## 6.- Estimadores del Error de Muestreo

### 6.1. Estimadores de la Variancia y el Error Standard del Total de la Variable

#### 6.1.1. Estimador de la variancia del total para una ciudad : $\hat{\sigma}^2(\hat{y}_u)$ ; $\hat{\sigma}^2(\hat{y}_{rg})$

$$\hat{\sigma}^2(\hat{y}_u) = \sum_h^3 N^2 h (1 - fh) \frac{S^2 h}{nh} \quad (7)$$

Donde:

$$S^2 h = \frac{1}{nh-1} \sum_i^{nh} (y_{hi} - \bar{y}_h)^2 \quad \text{Variancia muestral dentro del estrato } h$$

$$fh = \frac{nh}{Nh} \quad \text{Es la fracción de muestreo del estrato } h$$

Como es lógico, los dos estratos de inclusión forzosa no aportan al error de muestreo por tener variancia cero. Matemáticamente ocurre en la fórmula (7) por ser  $fh=1$ , luego  $1-fh=0$ , anulando el aporte de los estrato 1 y 2. Esto es válido para todas las expresiones desde la (7) a la (15).

#### 6.1.2. Estimador del Error Standard del Total para Una Ciudad : $\hat{\sigma}(\hat{y}_u)$ ; $\hat{\sigma}(\hat{y}_{rg})$

$$\hat{\sigma}(\hat{y}_u) = \sqrt{\hat{\sigma}^2(\hat{y}_u)} \quad (8)$$

#### 6.1.3. Estimador del Error Standard del Total para las Dos Ciudades : $\hat{\sigma}(\hat{y})$

$$\hat{\sigma}(\hat{y}) = \sqrt{\hat{\sigma}^2(\hat{y}_u) + \hat{\sigma}^2(\hat{y}_{rg})} \quad (9)$$

### 6.2. Estimadores de la Variancia y el Error Standard del Promedio

#### 6.2.1. Estimador de la Variancia del Promedio para Una Ciudad : $\hat{\sigma}^2(\hat{\bar{y}}_u)$ ; $\hat{\sigma}^2(\hat{\bar{y}}_{rg})$

$$\hat{\sigma}^2(\hat{\bar{y}}_u) = \sum_h^3 W^2 h (1 - fh) \frac{S^2 h}{nh} \quad (10)$$

**6.2.2. Estimador del Error Standard del Promedio para Una Ciudad :  $\hat{\sigma}(\hat{y}_u)$  ;  $\hat{\sigma}(\hat{y}_{rg})$**

$$\hat{\sigma}(\hat{y}_u) = \sqrt{\hat{\sigma}^2(\hat{y}_u)} \quad (11)$$

**6.2.3. Estimador del Error Standard del Promedio para las Dos Ciudades :  $\hat{\sigma}(\hat{y})$**

$$\hat{\sigma}(\hat{y}) = \sqrt{Q^2_u \cdot \hat{\sigma}^2(\hat{y}_u) + Q^2_{rg} \cdot \hat{\sigma}^2(\hat{y}_{rg})} \quad (12)$$

**6.3. Estimadores de la Variancia y el Error Standard de un Porcentaje**

**6.3.1. Estimador de la Variancia del Porcentaje para Una Ciudad :  $\hat{\sigma}^2(\hat{p}_u)$  ;  $\hat{\sigma}^2(\hat{p}_{rg})$**

$$\hat{\sigma}^2(\hat{p}_u) = \sum_h \frac{W_h^2 (1-f_h)}{n_h} \frac{p_h \cdot q_h}{nh} \quad (13)$$

Donde:  $q_h = 1 - p_h$  Tanto "ph" como "qh" son porcentajes dentro del estrato h.

**6.3.2. Estimador del Error Standard del Porcentaje para Una Ciudad :  $\hat{\sigma}(\hat{p}_u)$  ;  $\hat{\sigma}(\hat{p}_{rg})$**

$$\hat{\sigma}(\hat{p}_u) = \sqrt{\hat{\sigma}^2(\hat{p}_u)} \quad (14)$$

**6.3.3. Estimador del Error Standard del Porcentaje para las Dos Ciudades :  $\hat{\sigma}(\hat{p})$**

$$\hat{\sigma}(\hat{p}) = \sqrt{Q^2_u \cdot \hat{\sigma}^2(\hat{p}_u) + Q^2_{rg} \cdot \hat{\sigma}^2(\hat{p}_{rg})} \quad (15)$$

## **E - ELABORACIÓN DE LOS PROGRAMAS DE INGRESO Y DE PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN**

Los datos de los cuestionarios fueron ingresados en computación. Para esta finalidad fueron elaborados programas especiales. Por otra parte se efectuaron controles de ingreso, que anularon o al menos minimizaron todo posible error humano en la carta de los datos.

Además, para el procesamiento fue necesario disponer de otros programas, mucho más sofisticados, que también fueron especialmente elaborados. Estos se relacionan con la obtención de los resultados, por ejemplo el cálculo de los estimadores, sus variancias, errores standard y coeficientes de variación, como así también con la salida en forma de cuadros y tablas estadísticas.

## **F - EVALUACIÓN METODOLÓGICA**

En este punto se trata de evaluar la metodología y los operativos, independientemente de los resultados que se obtengan.

Toda muestra está afectada por **errores debido al proceso de muestreo** ( que no es posible hacer nulos a menos que la muestra se convierta en exhaustiva, es decir que sea un censo total de las unidades ) y **errores no debidos al proceso de muestreo**. Fundamentalmente se consideraron:

**Diseño de la Muestra:** El diseño utilizado -estratificado por conglomerados a dos etapas- es en relación a las posibilidades el único que se adapta a una encuesta de hogares en las ciudades de Ushuaia y Río Grande. Los ocho estratos definidos ( 4 para cada ciudad ) ya habían sido probados con éxito en una encuesta anterior y sin duda contribuyen a disminuir el error de muestreo. Con referencia a los estimadores, fueron los que se asocian con este diseño en particular y se puso énfasis en evitar los cálculos fáciles, que puedan conducir a resultados sesgados. Por último, si bien siempre es conveniente aumentar el tamaño de la muestra, se fijó el mayor posible de acuerdo con el presupuesto disponible.

**Operativo de Campo :** Obviamente no resulta suficiente un buen diseño de muestra, ya que tanto o más importante es lograr un eficiente operativo de campo. Este fue realizado por encuestadores especialmente capacitados en la obtención de respuestas originadas en una labor de manifiesta complejidad. En este sentido, la supervisión comprobó el buen trabajo de los encuestadores.

**Análisis y Controles :** Por último, para asegurar el éxito se tuvo muy en cuenta los puntos ya mencionados: control de recepción, análisis de consistencia y coherencia, control de ingreso en computación, etc.

## 5.- RESULTADOS DE LA ENCUESTA

Durante el operativo de campo de la encuesta a los hogares, solo en tres casos se realizó el cambio de la unidad seleccionada, se presentaron algunos casos de inexistencia de viviendas o moradores ausentes, y no hubo negativa de respuestas.

En tanto que, en el relevamiento efectuado a los comercios no se pudo recoger la información de todos los negocios seleccionados al azar ( Mercados y Verdulerías ) puesto que, como se explicó anteriormente, para la confección de la población total, se trabajó con un listado básico del *Censo Nacional Económico 1994* y, en muchos casos se encontraron negocios con otro rubro de comercialización o cerrados. Esto es particularmente evidente en la ciudad de Ushuaia, donde 17 de los 23 mercados que componían la muestra, se encontraron cerrados . En la ciudad de Río Grande, esta situación no fue tan marcada, 19 de los 27 mercados respondieron la encuesta, y los restantes han cambiado el rubro de comercialización o están cerrados.

Con respecto a las Florerías y a los Supermercados, se realizó el relevamiento total de los existentes en cada ciudad tomando, como para el estrato anterior, un listado del *Censo Económico Nacional 1994*. En este sentido, cabe aclarar que la muestra tomada para el rubro Florería , también se vio disminuida en la ciudad de Ushuaia, donde sólo 1 de las 5 Florerías listadas, se encuentra en actividad. Con respecto a los Supermercados: en Ushuaia, se obtuvieron respuestas en 4 de los 5 supermercados que componían la muestra; y en Río Grande, 6 de los 7 supermercados de la muestra espondieron al cuestionario.

Se presentan a continuación las conclusiones generales, que surgen del análisis de la información obtenida en la “ *Encuesta a los Hogares* ”:

De la lectura del **Cuadro N° 1** , surge el consumo mensual de cada especie, discriminado por kilogramos, por atados y por unidades totales y per cápita; el consumo mensual, por grupos de especies, total de la Provincia y de las ciudades de Río Grande y Ushuaia, se grafica en las **Figuras N° 1**.

La cantidad de personas que consumen determinada especie hortícola, aromática o frutal y, la disponibilidad de cada una de ellas en el mercado, se representan en el **Cuadro N° 2**. De su análisis, se deducen las especies que más se consumen, o que mayor preferencia tiene la población : Lechuga, Acelga, Perejil, Papa, Zanahoria, Remolacha, Ajo, Arveja, Frutilla, Tomate y Pepino, como puede observarse en las **Figuras** correspondientes.

Con respecto a su disponibilidad en el mercado, salvo las especies: Espárrago, Espinaca y Frutillas principalmente, que no se encuentran disponibles o lo están pero muy regularmente; los restantes productos, se encuentran mayormente disponibles.

El **Cuadro N° 3**, representa la cantidad de personas según sus preferencias en relación a la presentación de los productos fruti-hortícolas mencionados. En este sentido, la **Fig. N° 3**, demuestra que existe una marcada predilección hacia el consumo de productos que se comercializan frescos en bruto, y en menor escala los productos frescos envueltos. El consumo de productos congelados o de otras formas ( enlatados ), de ciertos productos como ser: Espinaca, Espárrago, Arveja, Haba, Brócoli, Frutilla y Fruta Fina, está muy relacionado con su regular o escasa disponibilidad en el mercado.

Con respecto a los hábitos de compra de la población encuestada, según los datos del **Cuadro N° 4**, que están reflejados en las **Figuras** correspondientes, demuestran que existe una clara tendencia de la misma de efectuar sus compras en los Supermercados y en forma semanal, como se registra en el **Cuadro N° 5**, e ilustra en las **Fig. N° 5**; aunque no necesariamente las compras se efectúan los fines de semana, **Figuras y Cuadro N° 6**.

De la lectura del **Cuadro N° 7**, se deduce que existe una pronunciada inclinación de la población a no conservar los productos hortícolas, aromáticos y/o frutales en el freezer, como se ilustra en las **Figuras** correspondientes. Este aspecto está muy relacionado con el visto anteriormente, en cuanto a las preferencias de presentación de los productos.

Del análisis del **Cuadro N° 8**, en referencia al motivo de elección de los productos, hay una tendencia de la población a inclinarse por “la calidad” del producto en el momento de la compra. Cabe destacar que el factor “precio”, tuvo más incidencia en la ciudad de Ushuaia que en Río Grande, aspectos que se ilustran en las **Figuras** correspondientes.

Del análisis del **Cuadro N° 9**, que representa las preferencias del consumidor en relación al origen de los productos fruti-hortícolas, se destaca la preferencia en la elección del producto de origen local, como lo ilustra las **Fig. N° 9**.

En relación a las preferencias en el consumo de especies ornamentales florales, del **Cuadro N° 10**, se deduce la existencia de un escaso o nulo hábito en la adquisición de productos florales, como se ilustra en las **Figuras** correspondientes; motivado principalmente por la carencia de espacio físico ( terreno ), y en forma secundaria por el precio de los florales o la falta de tiempo para la dedicación al jardín, estos datos surgen del análisis del **Cuadro N° 11**, ilustrados en las **Figuras N° 11**

Del **Cuadro N° 12**, se desprende la tendencia de adquirir florales en forma de ornamentales de corte (Rosas, Claveles, etc.) y de plantines enraizados principalmente, **Fig. N° 12**. Cabe aclarar que, se destaca claramente una mayor inclinación en la ciudad de Río Grande, con respecto a Ushuaia, a la adquisición de semillas florales. Los lugares habituales de compra son las florerías y viveros comerciales, datos que puede observarse en el **Cuadro N° 13**, ilustrados en las **Figuras** correspondientes.

Con respecto al motivo de la elección de un determinado floral, del análisis del **Cuadro N° 14** surge que, existe una tendencia en la población a comprar según “el precio” del producto. Cabe destacar que el factor “precio”, tuvo más incidencia en la ciudad de Ushuaia que en Río Grande, como puede observarse en las **Figuras** correspondiente.

En referencia a la “ **Encuesta de los Comercios: Supermercados, Mercados / Verdulerías y Florerías** ”, se presentan a continuación las conclusiones generales, que surgen del análisis de la información obtenida:

Del análisis de los **Cuadros N° 15 y 18** , se desprende la existencia de un marcado predominio, principalmente en la ciudad de Ushuaia, de los Supermercados, en cuanto a los volúmenes de ventas de verduras, hortalizas y frutas, en relación a los Mercados y Verdulerías. Resulta también manifiesto que la variabilidad de los productos hortícolas, aromáticos y frutales presentados a la venta, es superior en los Supermercados.

Con respecto a la calidad de la recepción de los productos, la misma es de Buena - Muy Buena en los Supermercados, mientras que, en los Mercados / Verdulerías , se reciben productos de calidad heterogénea: Muy Buenos, Buenos y hasta Malos.

En referencia a los precios de compra y venta de los productos, del análisis del **Cuadro N° 16**, se desprende que existe cierta homogeneidad, tanto en los precios de compra como de venta, entre los Supermercados de las ciudades de Ushuaia y Río Grande pero, debe mencionarse que los Supermercados de la ciudad de Río Grande, presentan precios más altos en un mayor número de productos. Esta situación se revierte en el caso de los Mercados y Verdulerías, en este sentido y, como puede observarse en el **Cuadro N° 19**, los Mercados y Verdulerías de la ciudad de Ushuaia, presentan precios más altos, sobre todo en las ventas, en la mayoría de los productos comercializados. Cotejando los valores de los **Cuadros N° 16 y 19**, se desprende una significativa diferencias en los precios de “ compra ” como de “ venta ” entre los Supermercados y los Mercados / Verdulerías, siendo en estos últimos superiores , para ambas ciudades; situación estrechamente relacionada con los volúmenes de comercialización.

De los mismos cuadros, se concluye que todos los productos fruti-hortícolas que se comercializan en los Supermercados, Mercados y Verdulerías de ambas ciudades, ingresan por medio de transporte “ Terrestre ”.

Con respecto a las pérdidas ( calidad y cantidad ) que sufren los productos fruti-hortícolas: la totalidad de los Supermercados de ambas ciudades, en general sufren pérdidas debido al transporte menores al 1 % , y las pérdidas en el local, en promedio, son menores al 10 % ; para el caso de los Mercados / Verdulerías, las pérdidas, en promedio debido al transporte superan levemente el 2 % , y las pérdidas en góndola, en promedio, llegan al 14 % .



Los **Cuadros N° 17 y 20**, detallan las demandas de los distintos productos fruti-hortícolas, según las cuatro estaciones del año: tanto para Supermercados como para Mercados y Verdulerías, puede observarse que existe una demanda diferenciada en cada producto y para cada ciudad. En este sentido, y en rasgos generales, hay especies más requeridas durante las estaciones verano / primavera, como lo son las verduras de hoja ( Lechuga, Acelga, Espinaca, etc. ), los frutos ( Tomate, Pimiento, Pepino ), las frutas ( Frutilla, Fruta Fina ), el Ruibarbo y Cilandro ; especies de casi igual demanda durante todo el año como : las aromáticas ( Perejil, Cebollín ), las legumbres ( Arvejas ) y Zanahoria, Rabanito, Remolacha y la Papa.

Con respecto a la intervención de los productos locales en el mercado la misma es: “nula” en los Supermercados de ambas ciudades, con la sola excepción del Ruibarbo en un local de la ciudad de Río Grande y “escasa”, menos del 3 % en promedio, en los Mercados y Verdulerías; siendo el promedio de 4,6 % en Ushuaia con solo 2 productos ( Lechuga y Frutilla ), y de 1,81 % en Río Grande con 13 productos.

En relación a la “ Comercialización de Productos Florales ”, del **Cuadro N° 21**, surgen los volúmenes de comercialización por especies, según su forma: semillas de florales, expresadas en Gr., los plantines enraizados y las flores ornamentales de corte , se expresan por unidad. Los valores, evidentemente confirman la escasa demanda de productos florales que la población tiene. A pesar de ello, se destaca la ciudad de Río Grande, por la variabilidad en ventas de estos productos ( semillas, plantines y de corte ).

Del mismo cuadro, se desprende la calidad de recepción de los productos, como Muy Buena y Buena, destacándose como Muy Buena principalmente las flores ornamentales de corte ( Rosa, Claveles, Clavelinas y otras ). Este aspecto está muy relacionado con el medio de transporte “ aéreo”, utilizado para el traslado de estas especies, como puede observarse en el **Cuadro N° 23**.

En el **Cuadro N° 22**, se exhiben los precios promedio de compra y de venta de las distintas especies florales según su presentación: para las semillas se expresan el \$ / paquete, los plantines enraizados y las flores de corte se expresan el \$ / unidad; del análisis del cuadro, se desprende que existe cierta homogeneidad, tanto en los precios de compra como de venta, en las Florerías de ambas ciudades.

En el **Cuadro N° 23**, se describen los valores de las pérdidas ( calidad y cantidad ) en los productos florales. Las pérdidas debido al transporte son apenas superiores al 1 % , y las pérdidas en el local, en promedio, alcanzan el 20 %.

El **Cuadro N° 24**, detalla la demanda de las distintas especies florales, según las cuatro estaciones del año. En este sentido, puede observarse que, tanto en Ushuaia como en Río Grande, existe una demanda pronunciada en las estaciones de verano - primavera. Las flores ornamentales de corte, a diferencia de las restantes, también son solicitadas en las estaciones de otoño e invierno.

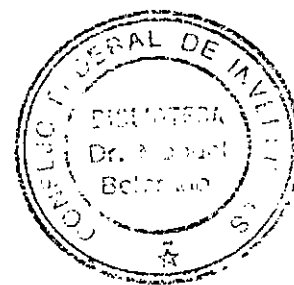
Siguiendo con el mismo cuadro y, con respecto a la intervención de los productos locales en el mercado, puede deducirse que la misma es: “ nula ” en la ciudad de Ushuaia, presentándose una situación muy distinta en Río Grande, donde la venta de productos locales alcanza valores del 50 % en promedio.

CUADRO N° 1

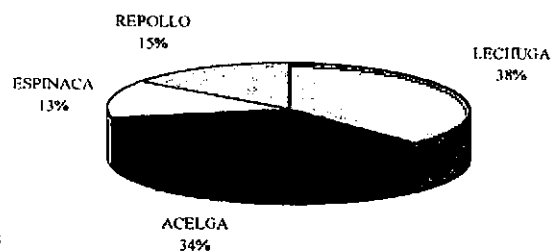
## CONSUMO MENSUAL

	TOTAL									
	TOTAL PERSONAS	EN KILOS	PERSONAS EN KILOS	KILOS PER CAPITA	EN ATADOS	PERSONAS EN ATADOS	ATADOS PER CAPITA	EN UNIDADES	PERSONAS EN UNIDADES	UNIDADES PER CAPITA
LECHUGA	75141	48004	75015	0,64	0	0		83	125	1,51
Error Standar	2790	2480	2790		0	0		75	112	
CV%	3,70	5,12	3,72		0	0		90,38	88,60	
ACELGA	67459	42716	64233	0,67	1448	1994	1,38	1581	1196	0,76
Error Standar	3244	2773	3261		473	612		721	455	
CV%	4,81	6,49	5,06		32,67	30,89		45,80	38,04	
ESPINACA	33601	16864	32038	0,53	138	500	3,62	1028	1083	1,03
Error Standar	2872	1745	2859		71	250		428	417	
CV%	8,55	10,35	8,92		51,45	51,60		41,83	39,23	
ESPÁRRAGO	13111	4048	12193	0,33	114	281	2,46	241	637	2,64
Error Standar	1697	500	1665		71	174		122	348	
CV%	12,94	12,35	13,66		62,28	61,92		50,82	54,78	
APIO	26723	6274	27336	0,23	842	2105	2,50	73	281	3,85
Error Standar	2558	730	2472		290	715		46	178	
CV%	8,60	11,64	8,04		34,44	33,87		63,01	63,70	
REPOLLO	45058	19286	44158	0,44	158	385	2,44	91	515	5,66
Error Standar	3016	1572	2891		88	198		59	344	
CV%	6,68	8,15	6,77		55,70	51,43		64,84	66,80	
PEREJIL	90102	6760	56362	0,12	1376	2758	2,01	105	982	8,35
Error Standar	3257	473	3249		492	857		65	568	
CV%	5,42	7,00	5,78		35,78	31,07		61,90	57,84	
CEBOLLIN	20037	3851	10433	0,20	221	437	1,98	42	167	3,98
Error Standar	2496	575	2494		167	302		37	150	
CV%	12,45	14,93	12,83		75,57	69,11		88,10	89,82	
CILANDRO	6238	728	8238	0,12	0	0		0	0	
Error Standar	1231	196	1231		0	0		0	0	
CV%	19,73	26,41	19,73		0	0		0	0	
PAPA	80386	298288	79841	3,74	2633	545	0,21	0	0	
Error Standar	2987	19146	3003		2250	303		0	0	
CV%	3,72	6,42	3,78		85,45	65,60		0	0	
ZANAHORIA	77458	74837	77333	0,97	83	125	1,51	0	0	
Error Standar	2842	4835	2852		75	112		0	0	
CV%	3,67	6,19	3,69		90,36	89,60		0	0	
RABANITO	9628	2726	8326	0,33	75	302	4,03	0	0	
Error Standar	1659	522	1641		67	271		0	0	
CV%	19,23	19,15	19,71		89,33	89,74		0	0	
REMOLACHA	62222	22623	61204	0,44	99	49	0,49	1040	969	0,93
Error Standar	3530	1615	3523		88	44		548	545	
CV%	6,78	8,02	6,88		88,88	89,80		52,69	56,24	
NABO	5071	1345	5071	0,27	0	0		0	0	
Error Standar	1522	340	1522		0	0		0	0	
CV%	30,01	25,29	30,01		0	0		0	0	
AJO	71287	8128	14092	0,58	1721	1951	1,13	58319	54917	0,80
Error Standar	3272	1115	1937		760	925		5622	2788	
CV%	4,59	13,72	13,75		44,16	47,41		8,23	5,04	
ARVEJA	65125	20681	52750	0,39	0	0		12230	11885	0,97
Error Standar	3303	1415	2876		0	0		2257	1930	
CV%	5,07	6,84	5,45		0	0		18,45	16,24	
HABA	4856	1528	4856	0,31	0	0		0	0	
Error Standar	1319	588	1319		0	0		0	0	
CV%	27,16	37,17	27,16		0	0		0	0	
RUIBARBO	3469	2382	3469	0,69	0	0		0	0	
Error Standar	819	568	819		0	0		0	0	
CV%	23,61	23,33	23,61		0	0		0	0	
FRUTILLA	26585	10973	24968	0,44	238	439	1,84	175	671	3,83
Error Standar	2522	1245	2615		165	375		91	362	
CV%	9,48	11,35	10,07		69,33	85,42		52,00	53,95	
TOMATE	79158	78032	78875	0,98	73	73	1,00	280	208	0,80
Error Standar	3058	5388	3064		85	65		233	186	
CV%	3,88	7,08	3,88		89,04	89,04		89,62	89,42	
FRUTA FINA	3631	1394	3367	0,41	0	0		88	264	4,00
Error Standar	814	394	779		0	0		56	237	
CV%	22,42	28,26	23,14		0	0		89,39	89,77	
PIMIENTO	84412	17368	49996	0,35	0	0		12070	14416	1,19
Error Standar	3258	1457	3094		0	0		1725	1613	
CV%	5,06	8,39	8,19		0	0		14,29	11,19	
PEPINOS	25504	9904	26389	0,39	0	0		239	115	
Error Standar	2607	1175	2609		0	0		189	73	
CV%	10,22	11,88	10,28		0	0		78,08	63,48	
BRÓCOLI	8847	2489	7802	0,32	84	383	5,88	115	481	4,01
Error Standar	1627	533	1596		44	287		76	293	
CV%	18,82	21,59	20,46		68,75	69,71		66,09	63,56	
OTROS	2993	1815	2893	0,61	0	0		0	0	
Error Standar	831	548	831		0	0		0	0	
CV%	27,76	30,19	27,76		0	0		0	0	

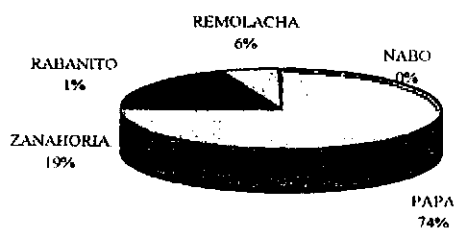
CONSUMO TOTAL DE LA PROVINCIA DE TIERRA DEL FUEGO  
(En Kg)



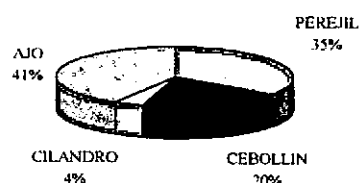
**VERDURAS DE HOJAS**



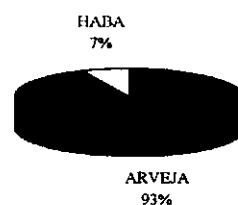
**TUBERCULOS / RAICES**



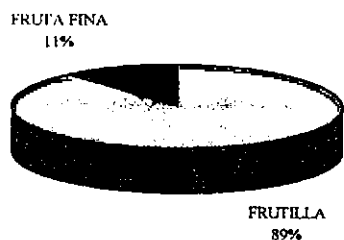
**AROMÁTICAS**



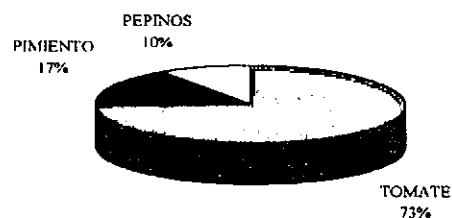
**LEGUMBRES**



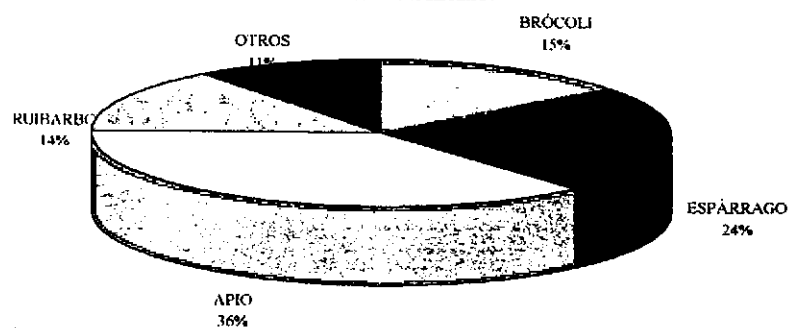
**FRUTAS FINAS**



**FRUTOS**



**OTRAS HORTALIZAS**

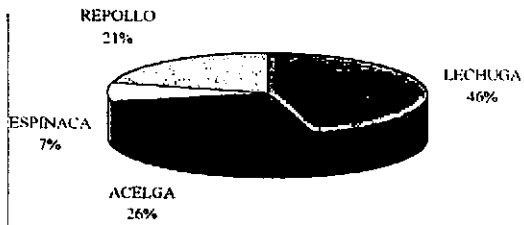


CUADRO Nº 1: Continuación

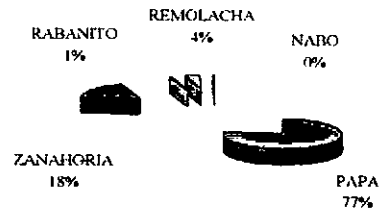
CONSUMO MENSUAL										
RIO GRANDE										
	TOTAL PERSONAS	EN KILOS	PERSONAS EN KILOS	KILOS PER CAPITA	EN ATADOS	PERSONAS EN ATADOS	ATADOS PER CAPITA	EN UNIDADES	PERSONAS EN UNIDADES	UNIDADES PER CAPITA
LECHUGA	40558	28011	40558	1,45	0	0		0	0	
Error Standar	2012	1971	2012		0	0		0	0	
CV%	4,96	7,04	4,96		0	0		0	0	
ACELGA	33927	15896	33481	2,10	217	438	2,01	0	0	
Error Standar	2481	1812	2493		159	289		0	0	
CV%	7,31	11,35	7,44		70,81	69,37		0	0	
ESPINACA	11315	4821	11315	2,45	0	0		0	0	
Error Standar	1983	830	1983		0	0		0	0	
CV%	17,53	17,96	17,53		0	0		0	0	
ESPÁRRAGO	2322	482	2322	4,72	0	0		0	0	
Error Standar	881	169	881		0	0		0	0	
CV%	37,94	34,35	37,94		0	0		0	0	
APIO	18201	3278	17543	5,35	191	658	3,45	0	0	
Error Standar	2046	575	2060		127	434		0	0	
CV%	11,24	17,54	11,74		66,49	65,96		0	0	
REPOLLO	30720	13024	30815	2,35	17	104	6,12	0	0	
Error Standar	2463	1348	2461		15	94		0	0	
CV%	8,02	10,35	8,04		68,24	90,38		0	0	
PEREJIL	30880	3841	30009	8,24	422	871	2,08	0	0	
Error Standar	2297	319	2359		285	514		0	0	
CV%	7,44	8,76	7,96		67,84	70,49		0	0	
CEBOLLIN	14277	1878	13996	8,34	169	281	1,68	0	0	
Error Standar	2140	294	2143		160	268		0	0	
CV%	14,99	15,14	15,31		94,67	95,37		0	0	
CILANDRO	4762	500	4762	8,52	0	0		0	0	
Error Standar	911	149	911		0	0		0	0	
CV%	19,13	29,80	19,13		0	0		0	0	
PAPA	41814	180243	41339	0,23	2471	275	0,11	0	0	
Error Standar	2033	14979	2044		2247	249		0	0	
CV%	4,89	8,31	4,94		90,93	90,55		0	0	
ZANAHORIA	40721	41788	40721	0,97	0	0		0	0	
Error Standar	2042	3581	2042		0	0		0	0	
CV%	5,01	8,57	5,01		0	0		0	0	
RABANITO	5103	1355	5103	3,77	0	0		0	0	
Error Standar	1287	345	1287		0	0		0	0	
CV%	25,22	25,48	25,22		0	0		0	0	
REMOLACHA	25802	9443	25802	2,73	0	0		0	0	
Error Standar	2808	1444	2808		0	0		0	0	
CV%	10,88	15,29	10,88		0	0		0	0	
NABO	4023	1084	4023	3,78	0	0		0	0	
Error Standar	1305	300	1305		0	0		0	0	
CV%	32,44	28,20	32,44		0	0		0	0	
AJO	39505	452	588	1,30	0	0		52589	38917	0,74
Error Standar	2269	307	419		0	0		5054	2248	
CV%	5,74	67,92	71,26		0	0		9,61	5,78	
ARVEJA	39576	13633	39088	2,87	0	0		0	0	
Error Standar	2231	1093	2297		0	0		0	0	
CV%	5,64	8,02	5,88		0	0		0	0	
HABA	3884	804	3884	4,56	0	0		0	0	
Error Standar	1038	225	1038		0	0		0	0	
CV%	26,33	27,99	26,33		0	0		0	0	
RUIBARBO	2989	2200	2989	1,36	0	0		0	0	
Error Standar	886	528	608		0	0		0	0	
CV%	22,96	24,00	22,96		0	0		0	0	
FRUTILLA	10088	3235	9810	2,97	0	0		0	0	
Error Standar	1524	580	1505		0	0		0	0	
CV%	15,09	17,93	15,66		0	0		0	0	
TOMATE	40803	38972	40803	1,05	0	0		0	0	
Error Standar	2127	2970	2127		0	0		0	0	
CV%	5,21	7,62	5,21		0	0		0	0	
FRUTA FINA	3138	1324	3138	2,37	0	0		0	0	
Error Standar	764	391	764		0	0		0	0	
CV%	24,35	29,63	24,35		0	0		0	0	
PIMIENTO	34312	7339	30429	4,15	0	0		3503	3882	1,11
Error Standar	2275	624	2238		0	0		705	770	
CV%	6,63	8,50	7,35		0	0		20,13	19,84	
PEPINOS	18413	8112	16413	2,69	0	0		0	0	
Error Standar	2228	1010	2228		0	0		0	0	
CV%	13,57	16,32	13,57		0	0		0	0	
BRÓCOLI	4599	1542	4599	2,88	0	0		0	0	
Error Standar	1230	462	1230		0	0		0	0	
CV%	26,74	29,96	26,74		0	0		0	0	
OTROS	2738	1597	2738	1,71	0	0		0	0	
Error Standar	812	522	812		0	0		0	0	
CV%	29,66	32,69	29,66		0	0		0	0	

CONSUMO MENSUAL EN RÍO GRANDE  
(En Kg)

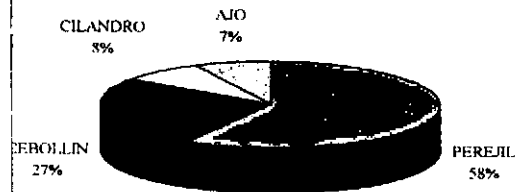
VERDURAS DE HOJAS



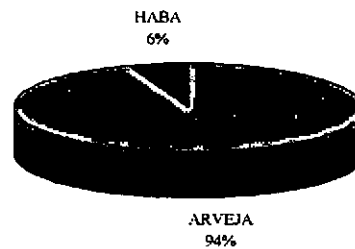
TUBERCULOS / RAICES



AROMATICAS



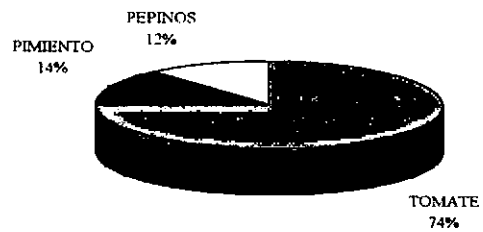
LEGUMBRES



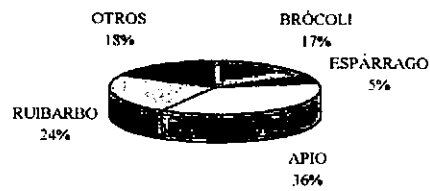
FRUTAS FINAS



FRUTOS



OTRAS HORTALIZAS

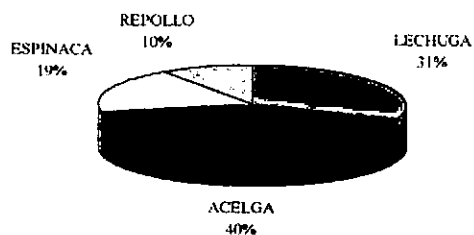


CUADRO N° 1: Continuación

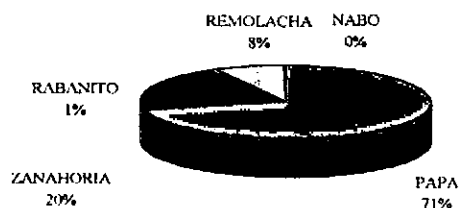
CONSUMO MENSUAL										
USHUAIA										
	TOTAL PERSONAS	EN KILOS	PERSONAS EN KILOS	KILOS PER CAPITA	EN ATADOS	PERSONAS EN ATADOS	ATADOS PER CAPITA	EN UNIDADES	PERSONAS EN UNIDADES	UNIDADES PER CAPITA
LECHUGA	34653	19393	34458	1,72	0	0		83	126	1,51
Error Standar	1818	1472	1932		0	0		75	112	
CV%	5,55	7,38	5,61		0	0		90,38	89,60	
ACELGA	33632	26760	30742	1,16	1231	1857	1,26	1581	1196	0,76
Error Standar	2090	2089	2086		448	541		721	455	
CV%	6,23	7,85	6,79		36,39	34,75		45,80	38,04	
ESPINACA	22287	12244	20724	1,69	138	600	3,62	1028	1063	1,03
Error Standar	2076	1535	2059		71	258		428	417	
CV%	9,31	12,54	9,94		51,45	51,60		41,63	39,23	
ESPÁRRAGO	10789	3666	9871	2,78	114	281	2,46	241	637	2,64
Error Standar	1451	470	1413		71	174		122	349	2,86
CV%	13,45	13,22	14,31		62,28	61,92		50,82	54,79	
APIO	11622	2986	9793	3,27	661	1448	2,22	73	281	3,86
Error Standar	1532	449	1368		261	566		46	179	
CV%	13,30	14,99	13,97		40,09	39,09		63,01	63,70	
REPOLLO	14338	6262	13642	2,16	140	281	2,01	91	616	5,66
Error Standar	1740	808	1700		87	174		59	344	
CV%	12,14	12,92	12,55		62,14	61,82		64,84	66,80	
PEREJIL	29222	3119	26363	8,46	853	1897	1,98	106	982	9,36
Error Standar	2309	348	2233		401	588		85	588	
CV%	7,90	11,19	8,47		42,08	31,69		61,90	57,84	
CEBOLLIN	6760	2174	6437	2,60	62	166	3,00	42	167	3,98
Error Standar	1282	516	1276		46	140		37	150	
CV%	22,26	23,74	23,47		88,46	89,74		88,10	89,82	
CILANDRO	1476	228	1476	6,47	0	0		0	0	
Error Standar	828	108	828		0	0		0	0	
CV%	56,10	47,81	56,10		0	0		0	0	
PAPA	38772	118046	38601	0,33	162	271	1,67	0	0	
Error Standar	2188	11925	2200		117	172		0	0	
CV%	5,64	10,10	5,71		72,22	63,47		0	0	
ZANAHORIA	36737	33035	36611	1,11	83	126	1,51	0	0	
Error Standar	1976	2943	1091		75	112		0	0	
CV%	5,38	8,91	5,44		90,38	89,80		0	0	
RABANITO	3626	1371	3223	2,36	76	302	4,03	0	0	
Error Standar	1047	382	1018		67	271		0	0	
CV%	29,70	28,59	31,59		89,33	89,74		0	0	
REMOLACHA	26420	13180	25402	1,93	99	49	0,49	1040	969	0,93
Error Standar	2139	1098	2129		88	44		548	545	
CV%	8,10	8,33	8,38		88,89	89,80		52,69	56,24	
NABO	1048	281	1048	3,73	0	0		0	0	
Error Standar	783	180	783		0	0		0	0	
CV%	74,71	56,84	74,71		0	0		0	0	
AJO	31782	7677	13604	1,76	1721	1961	1,13	16730	16000	1,02
Error Standar	2357	1072	1891		760	925		2462	1615	
CV%	7,42	13,96	14,00		44,16	47,41		15,85	10,08	
ARVEJA	26648	7048	13663	1,94	0	0		12230	11886	0,97
Error Standar	2436	899	1730		0	0		2257	1930	
CV%	9,53	12,76	12,66		0	0		18,45	16,24	
HABA	1191	724	1191	1,66	0	0		0	0	
Error Standar	814	521	814		0	0		0	0	
CV%	68,35	71,96	68,35		0	0		0	0	
RUIBARBO	480	192	480	2,60	0	0		0	0	
Error Standar	448	179	448		0	0		0	0	
CV%	93,33	93,23	83,33		0	0		0	0	
FRUTILLA	16467	7738	16367	1,98	238	439	1,84	176	671	3,83
Error Standar	2010	1102	2015		185	375		91	382	
CV%	12,21	14,24	13,12		69,33	85,42		52,00	53,95	
TOMATE	38363	37060	38071	1,03	73	73	1,00	260	208	0,80
Error Standar	2197	4486	2205		65	65		233	186	
CV%	5,73	12,13	5,79		89,04	88,04		89,62	89,42	
FRUTA FINA	493	70	229	3,27	0	0		66	264	4,00
Error Standar	282	48	154		0	0		59	237	
CV%	57,20	70,00	67,25		0	0		89,39	89,77	
PIMIENTO	30101	10029	19667	1,96	0	0		8667	10634	1,23
Error Standar	2332	1317	2138		0	0		1574	1417	
CV%	7,75	13,13	10,92		0	0		18,37	13,45	
PEPINOS	9091	3792	8976	2,37	0	0		239	116	0,48
Error Standar	1352	600	1357		0	0		189	73	
CV%	14,87	15,82	15,12		0	0		79,08	83,48	
BRÓCOLI	4048	927	3204	3,46	64	333	6,98	116	461	4,01
Error Standar	1065	266	1017		44	287		76	283	
CV%	26,31	28,69	31,74		68,75	86,71		86,09	83,56	
OTROS	265	219	265	1,16	0	0		0	0	
Error Standar	176	196	176		0	0		0	0	
CV%	66,02	75,80	66,02		0	0		0	0	

CONSUMO MENSUAL EN USHUALA  
(En Kg)

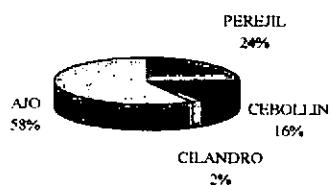
VERDURAS DE HOJA



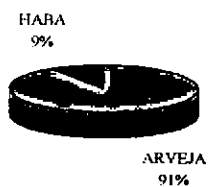
TUBERCULOS / RAICES



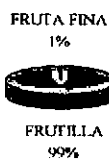
AROMATICAS



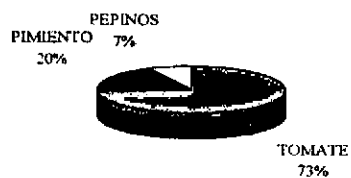
LEGUMBRES



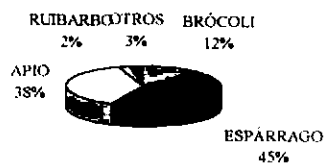
FRUTAS FINAS



FRUTOS



OTRAS HORTALIZAS



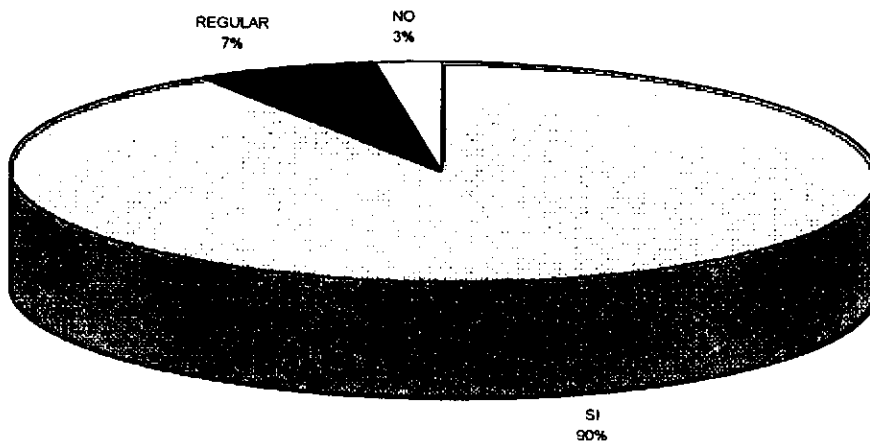


CUADRO N° 2

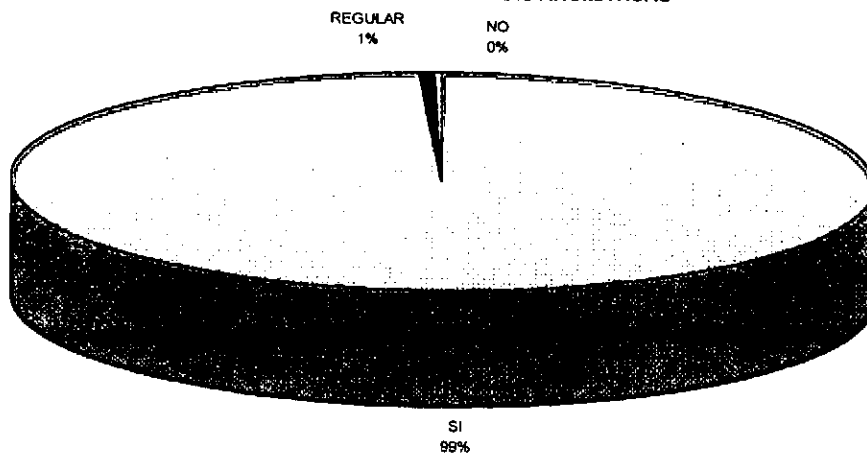
CANTIDAD DE PERSONAS SEGÚN: DISPONIBILIDAD DE PRODUCTOS FRUT-HORTÍCOLAS				
	TOTAL	SI	TOTAL REGULAR	NO
<b>LECHUGA</b>	<b>75141</b>	<b>72106</b>	<b>3035</b>	<b>0</b>
Error Standar		2777	1037	0
CV%		3,85	34,17	0
<b>ACELGA</b>	<b>67423</b>	<b>66428</b>	<b>995</b>	<b>0</b>
Error Standar		3245	447	0
CV%		4,88	44,92	0
<b>ESPINACA</b>	<b>33498</b>	<b>17102</b>	<b>10822</b>	<b>5574</b>
Error Standar		2230	1666	935
CV%		13,04	15,39	16,77
<b>ESPÁRRAGO</b>	<b>13111</b>	<b>9345</b>	<b>1349</b>	<b>2417</b>
Error Standar		1324	777	849
CV%		14,17	57,60	35,13
<b>APIO</b>	<b>29498</b>	<b>26261</b>	<b>3011</b>	<b>236</b>
Error Standar		2305	1073	190
CV%		8,78	35,64	80,51
<b>REPOLLO</b>	<b>45057</b>	<b>44574</b>	<b>483</b>	<b>0</b>
Error Standar		2990	306	0
CV%		6,71	63,35	0
<b>PEREJIL</b>	<b>59744</b>	<b>59373</b>	<b>371</b>	<b>0</b>
Error Standar		3262	238	0
CV%		5,49	64,15	0
<b>CEBOLLIN</b>	<b>19796</b>	<b>19359</b>	<b>208</b>	<b>229</b>
Error Standar		2485	189	160
CV%		12,84	90,87	69,87
<b>CILANDRO</b>	<b>6239</b>	<b>5801</b>	<b>208</b>	<b>230</b>
Error Standar		1219	189	206
CV%		21,01	90,87	89,57
<b>PAPA</b>	<b>80386</b>	<b>80386</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Error Standar		2987	0	0
CV%		3,72	0	0
<b>ZANAHORIA</b>	<b>77458</b>	<b>76880</b>	<b>578</b>	<b>0</b>
Error Standar		2849	377	0
CV%		3,71	65,22	0
<b>RABANITO</b>	<b>8628</b>	<b>7297</b>	<b>905</b>	<b>426</b>
Error Standar		1575	511	182
CV%		21,58	56,46	42,72
<b>REMOLACHA</b>	<b>51792</b>	<b>51266</b>	<b>526</b>	<b>0</b>
Error Standar		3572	282	0
CV%		6,97	53,61	0
<b>NABO</b>	<b>5071</b>	<b>4842</b>	<b>229</b>	<b>0</b>
Error Standar		1518	146	0
CV%		31,35	63,76	0
<b>AJO</b>	<b>70961</b>	<b>70961</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Error Standar		3266	0	0
CV%		4,60	0	0
<b>ARVEJA</b>	<b>64587</b>	<b>64205</b>	<b>382</b>	<b>0</b>
Error Standar		3375	202	0
CV%		5,26	52,88	0
<b>HABA</b>	<b>4856</b>	<b>4793</b>	<b>0</b>	<b>63</b>
Error Standar		1319	0	56
CV%		27,52	0	88,69
<b>RUIBARBO</b>	<b>3469</b>	<b>3469</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Error Standar		819	0	0
CV%		23,61	0	0
<b>FRUTILLA</b>	<b>26076</b>	<b>15915</b>	<b>1778</b>	<b>8383</b>
Error Standar		1823	686	1429
CV%		11,45	38,58	17,05
<b>TOMATE</b>	<b>78667</b>	<b>77359</b>	<b>1308</b>	<b>0</b>
Error Standar		3149	671	0
CV%		4,07	51,30	0
<b>FRUTA FINA</b>	<b>3631</b>	<b>3186</b>	<b>445</b>	<b>0</b>
Error Standar		784	251	0
CV%		24,81	56,40	0
<b>PIMIENTO</b>	<b>63623</b>	<b>63467</b>	<b>156</b>	<b>0</b>
Error Standar		3281	140	0
CV%		5,17	89,74	0
<b>PEPINOS</b>	<b>25504</b>	<b>24618</b>	<b>730</b>	<b>166</b>
Error Standar		2337	705	140
CV%		9,49	96,58	89,74
<b>BRÓCOLI</b>	<b>8646</b>	<b>8382</b>	<b>264</b>	<b>0</b>
Error Standar		1618	237	0
CV%		19,30	89,77	0
<b>OTROS</b>	<b>2993</b>	<b>2993</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Error Standar		831	0	0
CV%		27,76	0	0

DISPONIBILIDAD DE PRODUCTOS  
TOTALES PROVINCIALES

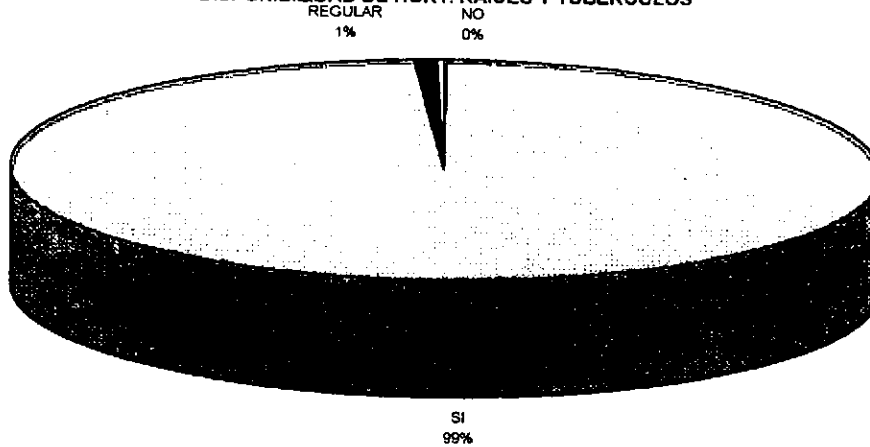
DISPONIBILIDAD TOTAL EN LA PROVINCIA EN VERDURAS DE HOJA



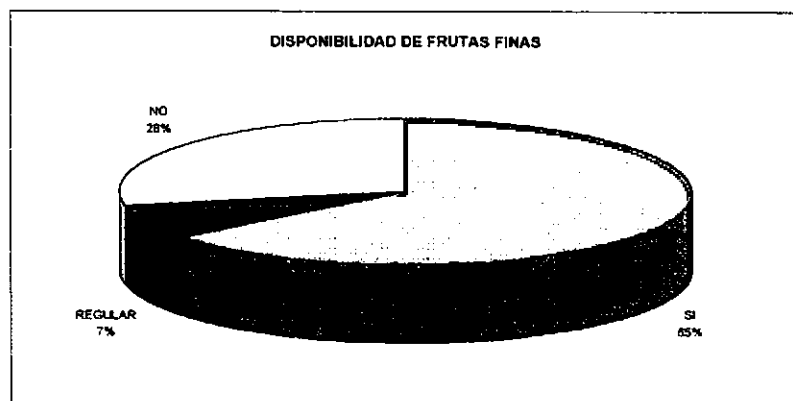
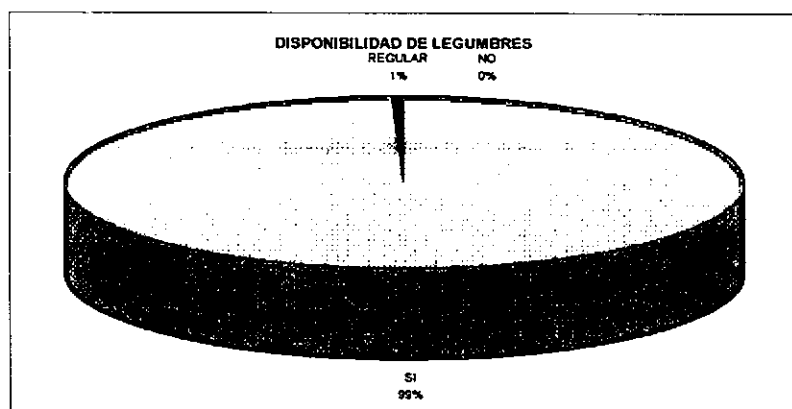
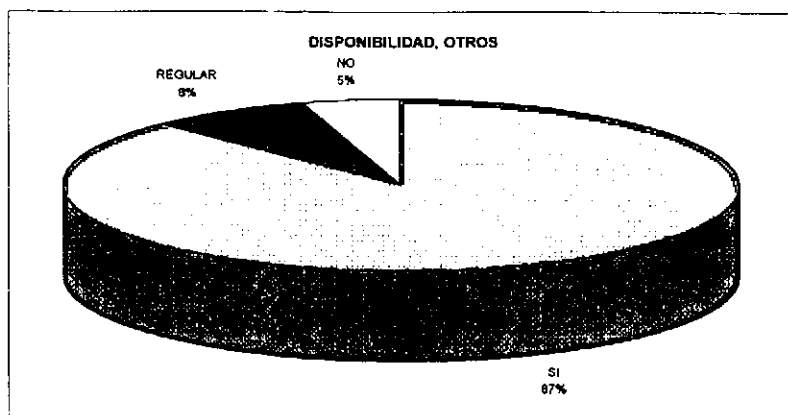
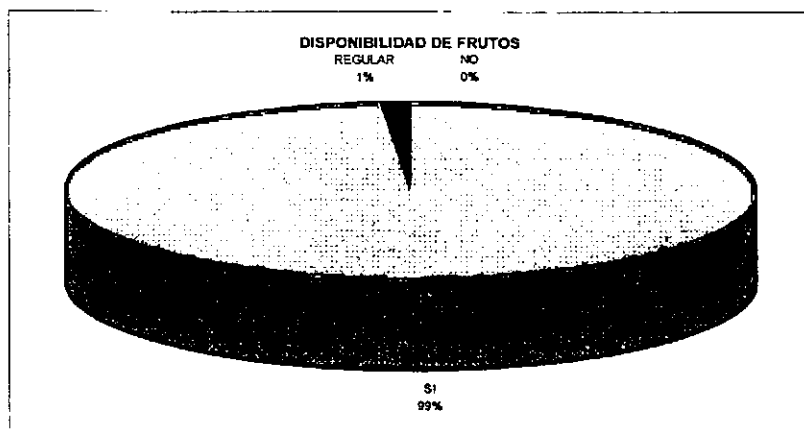
DISPONIBILIDAD DE HORTALIZAS AROMÁTICAS



DISPONIBILIDAD DE HORT. RAÍCES Y TUBÉRCULOS



DISPONIBILIDAD DE PRODUCTOS  
TOTALES PROVINCIALES



CUADRO N° 2 : Continuación

CANTIDAD DE PERSONAS SEGÚN: DISPONIBILIDAD DE PRODUCTOS FRUT-HORTICOLAS				
	TOTAL RIO GRANDE	SI	REGULAR	NO
<b>LECHUGA</b>	<b>40568</b>	<b>39334</b>	<b>1224</b>	<b>0</b>
Error Standar		2035	838	0
CV%		5,17	68,46	0
<b>ACELGA</b>	<b>33927</b>	<b>33557</b>	<b>370</b>	<b>0</b>
Error Standar		2478	236	0
CV%		7,38	63,78	0
<b>ESPINACA</b>	<b>11315</b>	<b>8294</b>	<b>2582</b>	<b>439</b>
Error Standar		1849	901	289
CV%		22,29	34,90	65,83
<b>ESPÁRRAGO</b>	<b>2322</b>	<b>1384</b>	<b>938</b>	<b>0</b>
Error Standar		501	730	0
CV%		36,20	77,83	0
<b>APIO</b>	<b>17976</b>	<b>16707</b>	<b>1269</b>	<b>0</b>
Error Standar		1849	873	0
CV%		11,07	68,79	0
<b>REPOLLO</b>	<b>30720</b>	<b>30720</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Error Standar		2463	0	0
CV%		8,02	0	0
<b>PEREJIL</b>	<b>30880</b>	<b>30718</b>	<b>162</b>	<b>0</b>
Error Standar		2304	147	0
CV%		7,50	90,74	0
<b>CEBOLLIN</b>	<b>14277</b>	<b>14069</b>	<b>208</b>	<b>0</b>
Error Standar		2132	189	0
CV%		15,15	90,87	0
<b>CILANDRO</b>	<b>4762</b>	<b>4654</b>	<b>208</b>	<b>0</b>
Error Standar		914	189	0
CV%		20,07	90,87	0
<b>PAPA</b>	<b>41614</b>	<b>41614</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Error Standar		2033	0	0
CV%		4,89	0	0
<b>ZANAHORIA</b>	<b>40721</b>	<b>40721</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Error Standar		2042	0	0
CV%		5,01	0	0
<b>RABANITO</b>	<b>6103</b>	<b>5103</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Error Standar		1287	0	0
CV%		25,22	0	0
<b>REMOLACHA</b>	<b>25628</b>	<b>25628</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Error Standar		2811	0	0
CV%		10,97	0	0
<b>NABO</b>	<b>4022</b>	<b>3918</b>	<b>104</b>	<b>0</b>
Error Standar		1304	94	0
CV%		33,28	90,38	0
<b>AJO</b>	<b>39505</b>	<b>39505</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Error Standar		2269	0	0
CV%		5,74	0	0
<b>ARVEJA</b>	<b>39088</b>	<b>38935</b>	<b>153</b>	<b>0</b>
Error Standar		2326	143	0
CV%		5,97	93,46	0
<b>HABA</b>	<b>3664</b>	<b>3664</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Error Standar		1038	0	0
CV%		28,33	0	0
<b>RUIBARBO</b>	<b>2989</b>	<b>2989</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Error Standar		686	0	0
CV%		22,95	0	0
<b>FRUTILLA</b>	<b>9610</b>	<b>9176</b>	<b>434</b>	<b>0</b>
Error Standar		1503	304	0
CV%		16,38	70,05	0
<b>TOMATE</b>	<b>40315</b>	<b>39741</b>	<b>574</b>	<b>0</b>
Error Standar		2228	538	0
CV%		5,61	93,73	0
<b>FRUTA FINA</b>	<b>3138</b>	<b>2766</b>	<b>372</b>	<b>0</b>
Error Standar		734	243	0
CV%		26,54	65,32	0
<b>PIMIENTO</b>	<b>33522</b>	<b>33522</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Error Standar		2302	0	0
CV%		6,87	0	0
<b>PEPINOS</b>	<b>16414</b>	<b>15684</b>	<b>730</b>	<b>0</b>
Error Standar		1909	705	0
CV%		12,17	96,58	0
<b>BRÓCOLI</b>	<b>4599</b>	<b>4599</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Error Standar		1230	0	0
CV%		26,74	0	0
<b>OTROS</b>	<b>2738</b>	<b>2738</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Error Standar		812	0	0
CV%		29,66	0	0

CUADRO N° 2 : Continuación

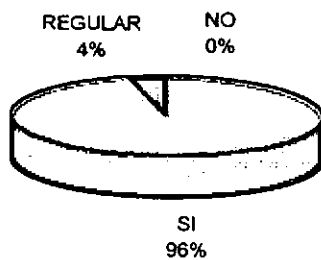
CANTIDAD DE PERSONAS SEGÚN DISPONIBILIDAD DE PRODUCTOS FRUTI-HORTÍCOLAS				
	TOTAL USHUAIA	SI	USHUAIA REGULAR	NO
<b>LECHUGA</b>	<b>34584</b>	<b>32772</b>	<b>1812</b>	<b>0</b>
Error Standar		1889	811	0
CV%		5,78	33,72	0
<b>ACELGA</b>	<b>33495</b>	<b>32870</b>	<b>625</b>	<b>0</b>
Error Standar		2094	379	0
CV%		6,37	60,64	0
<b>ESPINACA</b>	<b>22182</b>	<b>8807</b>	<b>8240</b>	<b>5135</b>
Error Standar		1245	1401	890
CV%		14,14	17,00	17,33
<b>ESPÁRRAGO</b>	<b>10789</b>	<b>7961</b>	<b>411</b>	<b>2417</b>
Error Standar		1225	268	849
CV%		15,39	64,72	35,13
<b>APIO</b>	<b>11522</b>	<b>9544</b>	<b>1742</b>	<b>236</b>
Error Standar		1376	824	190
CV%		14,42	35,82	80,51
<b>REPOLLO</b>	<b>14338</b>	<b>13865</b>	<b>483</b>	<b>0</b>
Error Standar		1696	306	0
CV%		12,24	63,35	0
<b>PEREJIL</b>	<b>28864</b>	<b>28655</b>	<b>209</b>	<b>0</b>
Error Standar		2308	187	0
CV%		8,05	89,47	0
<b>CEBOLLIN</b>	<b>5520</b>	<b>5291</b>	<b>0</b>	<b>229</b>
Error Standar		1277	0	180
CV%		24,14	0	69,87
<b>CILANDRO</b>	<b>1477</b>	<b>1247</b>	<b>0</b>	<b>230</b>
Error Standar		808	0	208
CV%		64,64	0	89,57
<b>PAPA</b>	<b>38772</b>	<b>38772</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Error Standar		2188	0	0
CV%		5,64	0	0
<b>ZANAHORIA</b>	<b>36737</b>	<b>36159</b>	<b>578</b>	<b>0</b>
Error Standar		1986	377	0
CV%		5,49	65,22	0
<b>RABANITO</b>	<b>3525</b>	<b>2194</b>	<b>905</b>	<b>426</b>
Error Standar		908	511	182
CV%		41,39	56,46	42,72
<b>REMOLACHA</b>	<b>26164</b>	<b>25638</b>	<b>526</b>	<b>0</b>
Error Standar		2204	282	0
CV%		8,60	53,61	0
<b>NABO</b>	<b>1048</b>	<b>923</b>	<b>125</b>	<b>0</b>
Error Standar		775	112	0
CV%		83,97	89,60	0
<b>AJO</b>	<b>31456</b>	<b>31456</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Error Standar		2350	0	0
CV%		7,47	0	0
<b>ARVEJA</b>	<b>25499</b>	<b>25270</b>	<b>229</b>	<b>0</b>
Error Standar		2445	142	0
CV%		9,68	62,01	0
<b>HABA</b>	<b>1192</b>	<b>1129</b>	<b>0</b>	<b>63</b>
Error Standar		813	0	56
CV%		72,01	0	88,89
<b>RUIBARBO</b>	<b>480</b>	<b>480</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Error Standar		448	0	0
CV%		93,33	0	0
<b>FRUTILLA</b>	<b>16466</b>	<b>6739</b>	<b>1344</b>	<b>8383</b>
Error Standar		1032	615	1429
CV%		15,31	45,78	17,05
<b>TOMATE</b>	<b>38352</b>	<b>37618</b>	<b>734</b>	<b>0</b>
Error Standar		2225	400	0
CV%		5,91	54,50	0
<b>FRUTA FINA</b>	<b>493</b>	<b>420</b>	<b>73</b>	<b>0</b>
Error Standar		275	65	0
CV%		65,48	89,04	0
<b>PIMIENTO</b>	<b>30101</b>	<b>29945</b>	<b>156</b>	<b>0</b>
Error Standar		2339	140	0
CV%		7,81	89,74	0
<b>PEPINOS</b>	<b>9091</b>	<b>8936</b>	<b>0</b>	<b>156</b>
Error Standar		1349	0	140
CV%		15,10	0	89,74
<b>BRÓCOLI</b>	<b>4048</b>	<b>3784</b>	<b>264</b>	<b>0</b>
Error Standar		1051	237	0
CV%		27,77	89,77	0
<b>OTROS</b>	<b>255</b>	<b>255</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Error Standar		176	0	0
CV%		69,02	0	0

CUADRO N° 2: Integrado

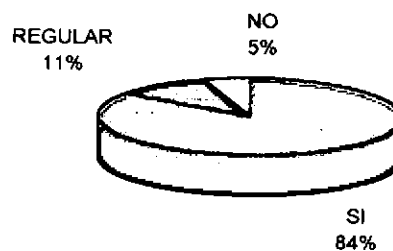
CANTIDAD DE PERSONAS SEGUN: DISPONIBILIDAD DE PRODUCTOS FRUTIL-HORTICOLAS												
	TOTAL	SI	TOTAL REGULAR	NO	TOTAL RIO GRANDE	SI	RIO GRANDE REGULAR	NO	TOTAL USHUAIA	SI	USHUAIA REGULAR	NO
LECHUGA	75141	72108	3035	0	40558	39334	1224	0	34584	32772	1812	0
Error Standar		2777	1037	0		2035	838	0		1889	611	0
CV%		3,85	34,17	0		5,17	68,40	0		5,78	33,72	0
ACELGA	87423	66428	995	0	33927	33557	370	0	33495	32870	625	0
Error Standar		3245	447	0		2478	238	0		2084	379	0
CV%		4,88	44,92	0		7,38	63,78	0		6,37	60,64	0
ESPINACA	33488	17102	10822	5574	11315	8294	2582	439	22182	8807	8240	5135
Error Standar		2230	1665	935		1849	901	289		1245	1401	990
CV%		13,04	15,39	16,77		22,20	34,80	65,83		14,14	17,00	17,33
ESPÁRRAGO	13111	8345	1348	2417	2322	1384	938	0	10789	7981	411	2417
Error Standar		1324	777	849		501	730	0		1225	286	849
CV%		16,17	57,80	35,13		36,20	77,83	0		15,39	64,72	35,13
APIO	28489	28251	3011	238	17978	18707	1289	0	11522	9544	1742	238
Error Standar		2305	1073	190		1849	873	0		1378	624	190
CV%		8,78	35,84	60,51		11,07	68,70	0		14,42	35,82	60,51
REPOLLO	45057	44574	483	0	30720	30720	0	0	14338	13855	483	0
Error Standar		2990	305	0		2453	0	0		1645	305	0
CV%		6,71	63,35	0		8,02	0	0		12,24	63,35	0
PEREJIL	59744	59373	371	0	30880	30718	162	0	28864	28855	209	0
Error Standar		3262	208	0		2304	147	0		2308	187	0
CV%		5,49	64,15	0		7,50	90,74	0		8,05	89,47	0
CEBOLLIN	18788	18359	208	229	14277	14069	208	0	5520	5281	0	229
Error Standar		2485	189	190		2132	189	0		1277	0	190
CV%		12,84	90,87	69,87		15,15	90,87	0		24,14	0	69,87
CILANDRO	8239	5801	208	230	4762	4554	208	0	1477	1247	0	230
Error Standar		1219	189	205		914	189	0		866	0	205
CV%		21,01	90,87	89,57		20,07	90,87	0		64,64	0	89,57
PAPA	80388	80388	0	0	41814	41814	0	0	38772	38772	0	0
Error Standar		2987	0	0		2033	0	0		2188	0	0
CV%		3,72	0	0		4,89	0	0		5,64	0	0
ZANAHORIA	77458	76880	578	0	40721	40721	0	0	38737	38159	578	0
Error Standar		2649	377	0		2042	0	0		1980	377	0
CV%		3,71	65,22	0		5,01	0	0		5,49	65,22	0
RABANITO	8828	7297	905	428	5103	5103	0	0	3525	2194	905	428
Error Standar		1575	511	182		1287	0	0		908	511	182
CV%		21,58	68,44	42,72		25,22	0	0		41,39	68,44	42,72
REMOLACHA	51792	51268	528	0	25828	25828	0	0	28184	25838	528	0
Error Standar		3572	282	0		2811	0	0		2204	282	0
CV%		6,87	53,61	0		10,87	0	0		8,60	53,61	0
NABO	5071	4842	229	0	4022	3918	104	0	1048	923	125	0
Error Standar		1518	145	0		1304	94	0		775	112	0
CV%		31,35	63,78	0		33,78	90,58	0		83,87	88,50	0
AJO	70961	70961	0	0	39505	39505	0	0	31458	31458	0	0
Error Standar		3066	0	0		2209	0	0		2390	0	0
CV%		4,60	0	0		5,74	0	0		7,47	0	0
ARVEJA	64597	64205	382	0	39088	38935	153	0	25489	25270	229	0
Error Standar		3375	232	0		2325	143	0		2445	142	0
CV%		5,28	52,88	0		5,97	53,46	0		9,86	62,01	0
HABA	4856	4793	0	63	3684	3684	0	0	1182	1129	0	63
Error Standar		1319	0	58		1038	0	0		813	0	58
CV%		27,52	0	88,89		28,33	0	0		72,01	0	88,89
RUIBARBO	3489	3489	0	0	2989	2989	0	0	480	480	0	0
Error Standar		919	0	0		685	0	0		448	0	0
CV%		23,81	0	0		22,95	0	0		83,33	0	0
FRUTILLA	26076	15915	1778	8383	9610	9178	434	0	18468	8739	1344	8383
Error Standar		1823	688	1429		1903	304	0		1032	615	1429
CV%		11,45	38,38	17,05		18,38	70,05	0		15,31	45,78	17,05
TOMATE	78687	77359	1308	0	40315	39741	574	0	38352	37818	734	0
Error Standar		3149	871	0		2228	538	0		2225	400	0
CV%		4,07	51,30	0		5,81	93,73	0		5,91	54,50	0
FRUTA FINA	3831	3188	445	0	3138	2768	372	0	483	420	73	0
Error Standar		784	251	0		734	243	0		275	65	0
CV%		24,81	56,40	0		26,54	65,32	0		65,48	69,04	0
PIMIENTO	83823	83487	156	0	33522	33522	0	0	30101	29945	156	0
Error Standar		3281	140	0		2302	0	0		2339	140	0
CV%		5,17	88,74	0		6,87	0	0		7,81	88,74	0
PEPINOS	25504	24818	730	156	16414	15884	730	0	9091	8935	0	156
Error Standar		2337	705	140		1900	705	0		1349	0	140
CV%		9,49	90,58	89,74		12,17	90,58	0		15,10	0	89,74
BRÓCOLI	8848	8382	264	0	4599	4599	0	0	4048	3784	264	0
Error Standar		1818	237	0		1230	0	0		1061	237	0
CV%		19,30	66,77	0		26,74	0	0		27,77	66,77	0
OTROS	2893	2993	0	0	2738	2738	0	0	255	255	0	0
Error Standar		831	0	0		912	0	0		178	0	0
CV%		27,78	0	0		29,68	0	0		69,02	0	0

DISPONIBILIDAD DE PRODUCTOS  
EN  
RIO GRANDE Y USHUAIA

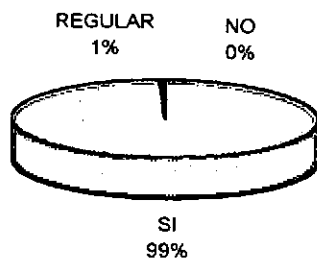
DISPONIBILIDAD EN RÍO GRANDE  
DE HORTALIZAS DE HOJAS



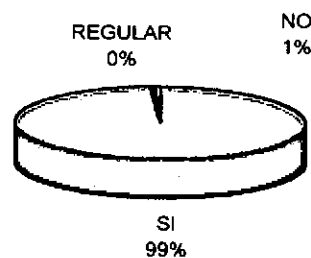
DISPONIBILIDAD EN USHUAIA DE  
HORTALIZAS E HOJA



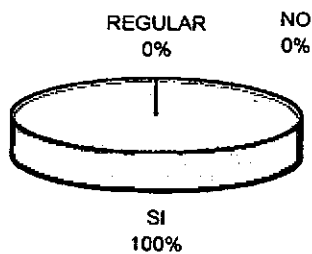
DISPONIBILIDAD EN RÍO GRANDE  
DE HORT. AROMÁTICAS



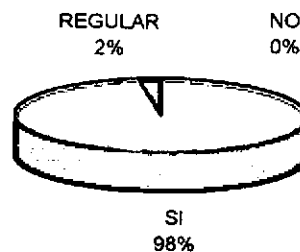
DISPONIBILIDAD EN USHUAIA DE  
HORTALIZAS AROMÁTICAS



DISPONIBILIDAD EN RÍO GRANDE DE  
RAÍCES Y TUBÉRCULOS

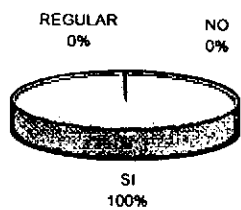


DISPONIBILIDAD EN USHUAIA DE  
RAÍCES Y TUBÉRCULOS

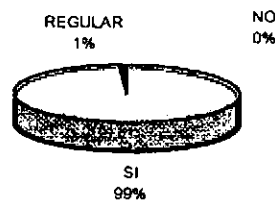


DISPONIBILIDAD DE PRODUCTOS  
EN  
RIO GRANDE Y USHUAIA

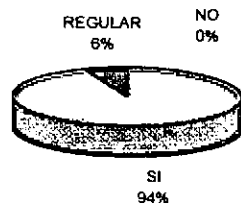
DISPONIBILIDAD EN RÍO GRANDE DE  
LEGUMBRES



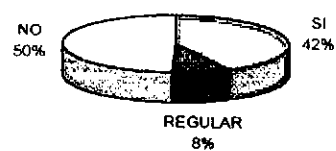
DISPONIBILIDAD EN USHUAIA DE  
LEGUMBRES



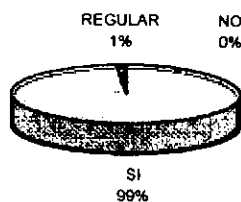
DISPONIBILIDAD EN RÍO GRANDE DE  
FRUTAS FINAS



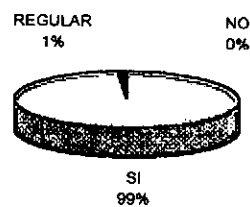
DISPONIBILIDAD EN USHUAIA DE  
FRUTAS FINAS



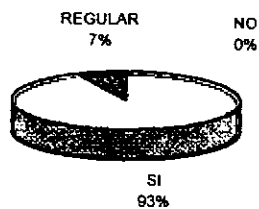
DISPONIBILIDAD EN RÍO GRANDE DE  
FRUTOS



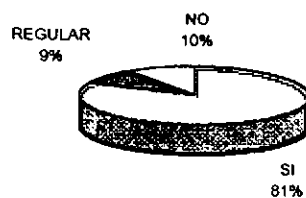
DISPONIBILIDAD EN USHUAIA DE  
FRUTOS



DISPONIBILIDAD EN RÍO GRANDE  
DE OTROS



DISPONIBILIDAD EN USHUAIA DE  
OTROS

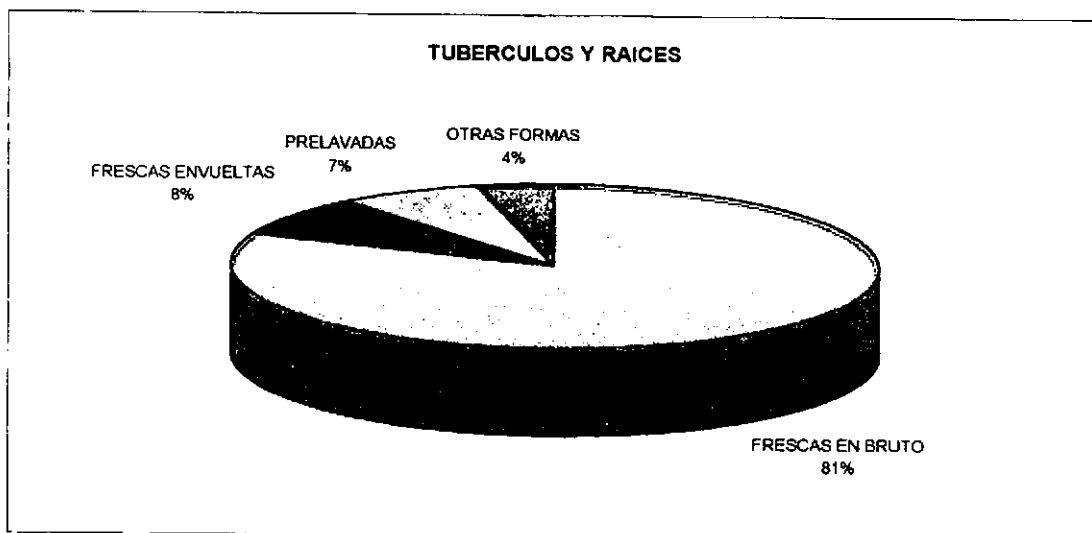
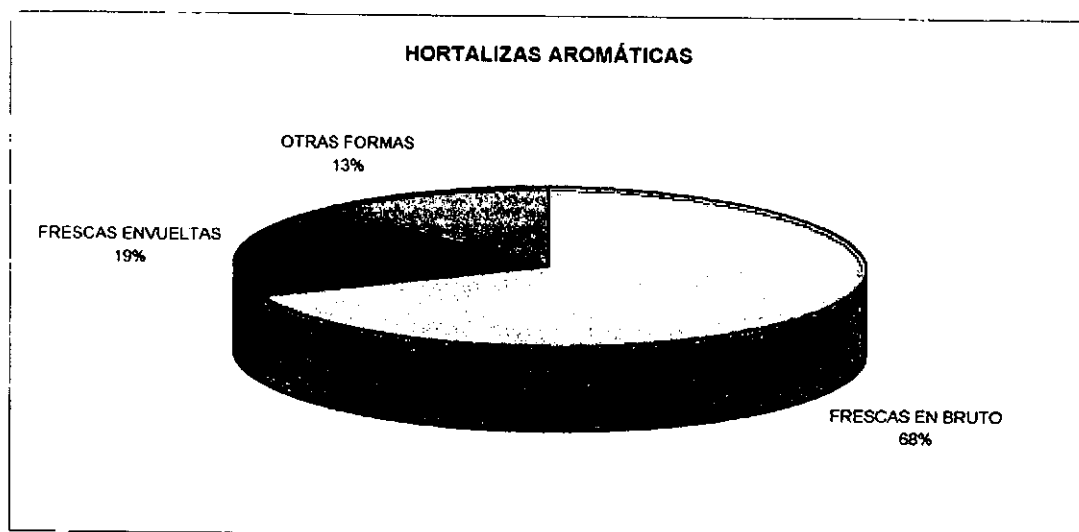
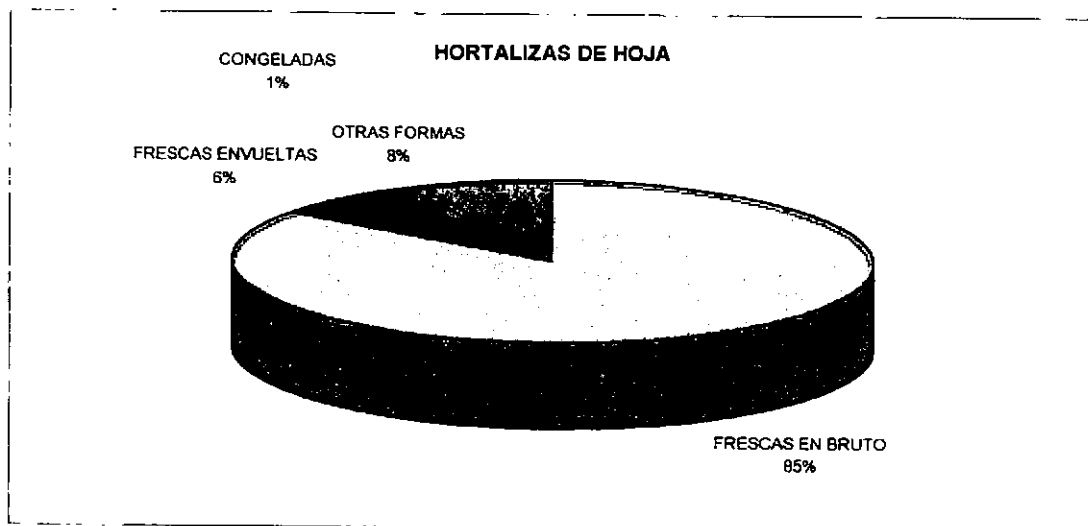




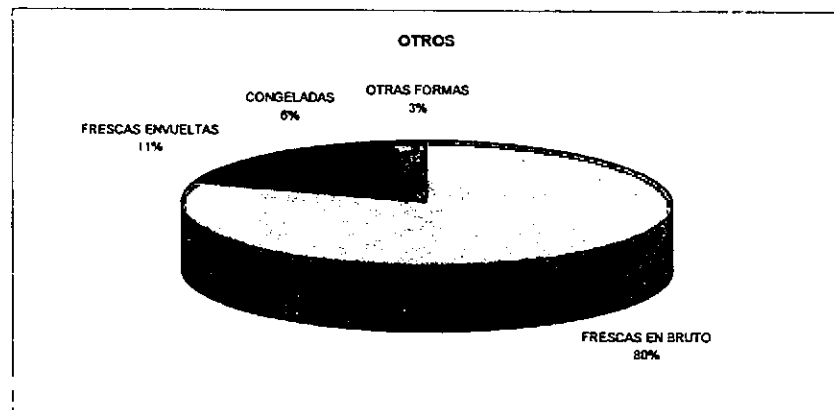
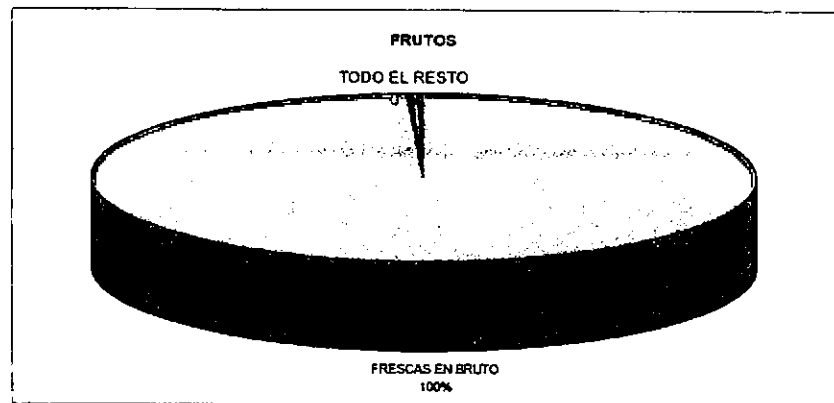
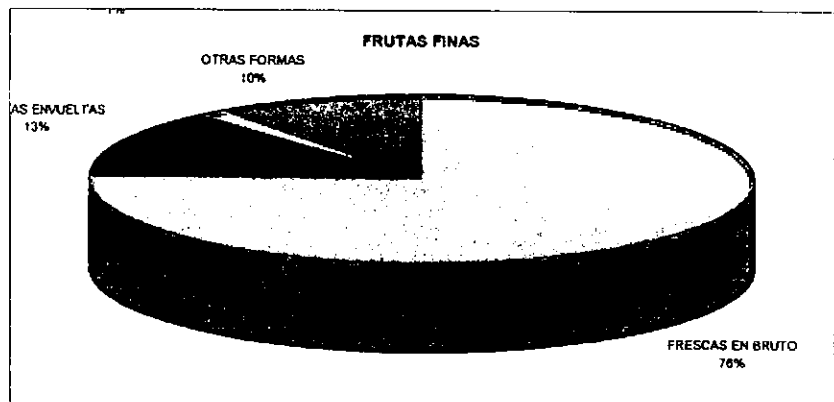
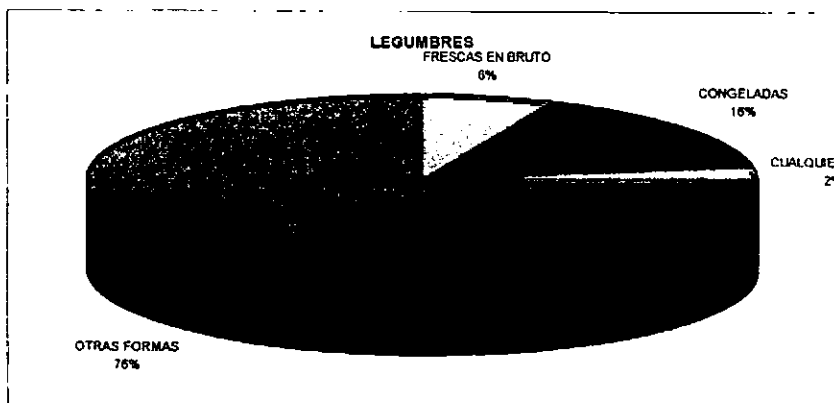
CUADRO N° 3

CANTIDAD DE PERSONAS SEGUN: PREFERENCIAS DE PRESENTACIÓN DE LOS PRODUCTOS FRUTI-HORTICOLAS								
	TOTAL	FRESCAS EN BRUTO	FRESCAS ENVUELTAS	PRECORTADAS	TOTAL PRELAVADAS	CONGELADAS	CUALQUIER FORMA	OTRAS FORMAS
<b>LECHUGA</b>	<b>75141</b>	<b>71633</b>	<b>3508</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Error Standar		2915	982	0	0	0	0	0
CV%		4,07	27,99	0	0	0	0	0
<b>ACELGA</b>	<b>67422</b>	<b>50920</b>	<b>6378</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1360</b>	<b>0</b>	<b>9774</b>
Error Standar		3190	1135	0	0	696	0	1580
CV%		6,26	21,10	0	0	51,96	0	16,17
<b>ESPINACA</b>	<b>33376</b>	<b>24113</b>	<b>838</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1398</b>	<b>0</b>	<b>7027</b>
Error Standar		2539	300	0	0	652	0	1278
CV%		10,53	35,80	0	0	46,64	0	18,19
<b>ESPÁRRAGO</b>	<b>13043</b>	<b>9413</b>	<b>472</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1459</b>	<b>0</b>	<b>1699</b>
Error Standar		1571	250	0	0	558	0	486
CV%		16,69	52,97	0	0	38,25	0	28,61
<b>APIO</b>	<b>29342</b>	<b>24069</b>	<b>5273</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Error Standar		2326	1379	0	0	0	0	0
CV%		9,66	26,15	0	0	0	0	0
<b>REPOLLO</b>	<b>44976</b>	<b>40459</b>	<b>3975</b>	<b>541</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Error Standar		3241	944	321	0	0	0	0
CV%		8,01	23,75	59,33	0	0	0	0
<b>PEREJIL</b>	<b>59343</b>	<b>41748</b>	<b>8248</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>9347</b>
Error Standar		3091	1883	0	0	0	0	1731
CV%		7,40	20,16	0	0	0	0	18,52
<b>CEBOLLIN</b>	<b>19974</b>	<b>18044</b>	<b>1930</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Error Standar		2465	593	0	0	0	0	0
CV%		13,66	30,73	0	0	0	0	0
<b>CILANDRO</b>	<b>6238</b>	<b>5524</b>	<b>714</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Error Standar		1225	365	0	0	0	0	0
CV%		22,18	51,12	0	0	0	0	0
<b>PAPA</b>	<b>80386</b>	<b>64446</b>	<b>11529</b>	<b>0</b>	<b>14411</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Error Standar		3177	1597	0	1825	0	0	0
CV%		5,84	13,85	0	12,68	0	0	0
<b>ZANAHORIA</b>	<b>77076</b>	<b>69624</b>	<b>6550</b>	<b>0</b>	<b>768</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>133</b>
Error Standar		2991	1122	0	718	0	0	87
CV%		4,30	17,13	0	93,49	0	0	85,41
<b>RABANITO</b>	<b>8579</b>	<b>8579</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Error Standar		1680	0	0	0	0	0	0
CV%		19,35	0	0	0	0	0	0
<b>REMOLACHA</b>	<b>50627</b>	<b>41283</b>	<b>320</b>	<b>0</b>	<b>768</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>8256</b>
Error Standar		3426	305	0	718	0	0	1528
CV%		8,30	95,31	0	93,49	0	0	18,51
<b>NABO</b>	<b>5071</b>	<b>5071</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Error Standar		1522	0	0	0	0	0	0
CV%		30,01	0	0	0	0	0	0
<b>AJO</b>	<b>70805</b>	<b>41327</b>	<b>18913</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>203</b>	<b>10362</b>
Error Standar		2836	2245	0	0	0	125	1552
CV%		6,86	11,87	0	0	0	61,58	14,98
<b>ARVEJA</b>	<b>64371</b>	<b>2812</b>	<b>69</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>8155</b>	<b>1416</b>	<b>51919</b>
Error Standar		677	83	0	0	1609	677	3391
CV%		24,08	91,30	0	0	19,73	47,81	6,53
<b>HABA</b>	<b>4856</b>	<b>1600</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>2988</b>	<b>0</b>	<b>268</b>
Error Standar		835	0	0	0	992	0	250
CV%		52,19	0	0	0	33,20	0	93,28
<b>RUIBARBO</b>	<b>3469</b>	<b>3261</b>	<b>208</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Error Standar		815	191	0	0	0	0	0
CV%		24,99	91,83	0	0	0	0	0
<b>FRUTILLA</b>	<b>26565</b>	<b>20258</b>	<b>4016</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>369</b>	<b>1922</b>
Error Standar		2405	855	0	0	0	212	618
CV%		11,87	21,29	0	0	0	57,45	32,15
<b>TOMATE</b>	<b>78435</b>	<b>77892</b>	<b>290</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>253</b>	<b>0</b>
Error Standar		3107	165	0	0	0	241	0
CV%		3,99	56,90	0	0	0	95,28	0
<b>FRUTA FINA</b>	<b>3631</b>	<b>2432</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1199</b>
Error Standar		637	0	0	0	0	0	551
CV%		26,19	0	0	0	0	0	45,95
<b>PIMIENTO</b>	<b>63967</b>	<b>63601</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>366</b>
Error Standar		3235	0	0	0	0	0	253
CV%		5,09	0	0	0	0	0	69,13
<b>PEPINOS</b>	<b>25504</b>	<b>25168</b>	<b>180</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>156</b>
Error Standar		2618	171	0	0	0	0	140
CV%		10,40	95,00	0	0	0	0	89,74
<b>BRÓCOLI</b>	<b>8647</b>	<b>7530</b>	<b>202</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>813</b>	<b>0</b>	<b>102</b>
Error Standar		1599	150	0	0	390	0	91
CV%		21,24	74,26	0	0	47,97	0	89,22
<b>OTROS</b>	<b>2993</b>	<b>1699</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1294</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Error Standar		455	0	0	0	695	0	0
CV%		26,78	0	0	0	53,71	0	0

POR PREFERENCIA DE PRESENTACION  
TOTALES PROVINCIALES



POR PREFERENCIA DE PRESENTACION  
TOTALES PROVINCIALES



CUADRO N° 3 : Continuación

CANTIDAD DE PERSONAS SEGUN: PREFERENCIAS DE PRESENTACIÓN DE LOS PRODUCTOS FRUTI-HORTÍCOLAS								
	TOTAL RIO GRANDE	RIO GRANDE						
		FRESCAS EN BRUTO	FRESCAS ENVUELTAS	PRECORTADAS	PRELAVADAS	CONGELADAS	CUALQUIER FORMA	OTRAS FORMAS
<b>LECHUGA</b>	<b>40558</b>	<b>37456</b>	<b>3102</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Error Standar		2175	943	0	0	0	0	0
CV%		5,81	30,40	0	0	0	0	0
<b>ACELGA</b>	<b>33927</b>	<b>23263</b>	<b>4622</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1181</b>	<b>0</b>	<b>4861</b>
Error Standar		2523	1089	0	0	680	0	1124
CV%		10,85	23,13	0	0	57,58	0	23,12
<b>ESPINACA</b>	<b>11088</b>	<b>5909</b>	<b>838</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1398</b>	<b>0</b>	<b>2943</b>
Error Standar		1500	300	0	0	652	0	989
CV%		25,39	35,80	0	0	46,64	0	33,61
<b>ESPÁRRAGO</b>	<b>2321</b>	<b>1035</b>	<b>347</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>581</b>	<b>0</b>	<b>358</b>
Error Standar		742	224	0	0	313	0	185
CV%		71,69	64,55	0	0	53,87	0	51,68
<b>APIO</b>	<b>17976</b>	<b>12968</b>	<b>5008</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Error Standar		1759	1369	0	0	0	0	0
CV%		13,58	27,34	0	0	0	0	0
<b>REPOLLO</b>	<b>30720</b>	<b>26256</b>	<b>3976</b>	<b>489</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Error Standar		2732	944	317	0	0	0	0
CV%		10,41	23,75	64,83	0	0	0	0
<b>PEREJIL</b>	<b>30880</b>	<b>23053</b>	<b>7827</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Error Standar		2461	1639	0	0	0	0	0
CV%		10,68	20,94	0	0	0	0	0
<b>CEBOLLIN</b>	<b>14277</b>	<b>12347</b>	<b>1930</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Error Standar		2105	593	0	0	0	0	0
CV%		17,06	30,73	0	0	0	0	0
<b>CILANDRO</b>	<b>4762</b>	<b>4048</b>	<b>714</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Error Standar		902	365	0	0	0	0	0
CV%		22,28	51,12	0	0	0	0	0
<b>PAPA</b>	<b>41614</b>	<b>30604</b>	<b>11010</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Error Standar		2457	1584	0	0	0	0	0
CV%		8,03	14,39	0	0	0	0	0
<b>ZANAHORIA</b>	<b>40721</b>	<b>34737</b>	<b>5903</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>81</b>
Error Standar		2344	1053	0	0	0	0	73
CV%		6,75	17,84	0	0	0	0	90,12
<b>RABANITO</b>	<b>5103</b>	<b>5103</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Error Standar		1287	0	0	0	0	0	0
CV%		25,22	0	0	0	0	0	0
<b>REMOLACHA</b>	<b>25066</b>	<b>20216</b>	<b>320</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>4520</b>
Error Standar		2741	305	0	0	0	0	1223
CV%		13,56	95,31	0	0	0	0	27,06
<b>NABO</b>	<b>4023</b>	<b>4023</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Error Standar		1305	0	0	0	0	0	0
CV%		32,44	0	0	0	0	0	0
<b>AJO</b>	<b>39505</b>	<b>22704</b>	<b>16801</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Error Standar		2206	2161	0	0	0	0	0
CV%		9,72	12,86	0	0	0	0	0
<b>ARVEJA</b>	<b>39088</b>	<b>723</b>	<b>69</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>5839</b>	<b>756</b>	<b>31701</b>
Error Standar		290	63	0	0	1255	447	2530
CV%		40,11	91,30	0	0	21,49	59,13	7,98
<b>HABA</b>	<b>3664</b>	<b>676</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>2988</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Error Standar		312	0	0	0	992	0	0
CV%		46,15	0	0	0	33,20	0	0
<b>RUIBARBO</b>	<b>2989</b>	<b>2781</b>	<b>208</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Error Standar		680	191	0	0	0	0	0
CV%		24,45	91,83	0	0	0	0	0
<b>FRUTILLA</b>	<b>10098</b>	<b>6684</b>	<b>2164</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1250</b>
Error Standar		1416	620	0	0	0	0	521
CV%		21,18	28,65	0	0	0	0	41,68
<b>TOMATE</b>	<b>40803</b>	<b>40299</b>	<b>251</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>253</b>	<b>0</b>
Error Standar		2166	161	0	0	0	241	0
CV%		5,37	64,14	0	0	0	95,26	0
<b>FRUTA FINA</b>	<b>3138</b>	<b>2203</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>936</b>
Error Standar		816	0	0	0	0	0	498
CV%		28,05	0	0	0	0	0	53,26
<b>PIMIENTO</b>	<b>34138</b>	<b>34138</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Error Standar		2283	0	0	0	0	0	0
CV%		6,69	0	0	0	0	0	0
<b>PEPINOS</b>	<b>16413</b>	<b>16233</b>	<b>180</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Error Standar		2243	171	0	0	0	0	0
CV%		13,82	95,00	0	0	0	0	0
<b>BRÓCOLI</b>	<b>4598</b>	<b>3841</b>	<b>153</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>604</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Error Standar		1198	143	0	0	342	0	0
CV%		31,19	93,46	0	0	56,62	0	0
<b>OTROS</b>	<b>2738</b>	<b>1444</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1294</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Error Standar		420	0	0	0	695	0	0
CV%		29,09	0	0	0	53,71	0	0

CUADRO N° 3 : Continuación

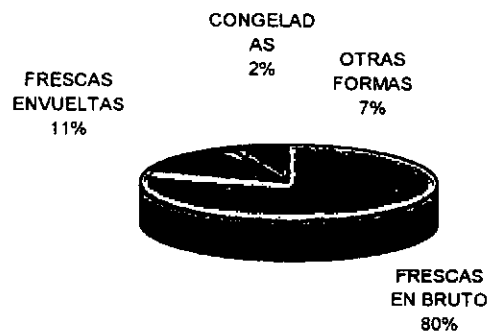
CANTIDAD DE PERSONAS SEGUN: PREFERENCIAS DE PRESENTACIÓN DE LOS PRODUCTOS FRUTI-HORTICOLAS								
	TOTAL USHUAIA	USHUAIA						
		FRESCAS EN BRUTO	FRESCAS ENVUELTAS	PRECORTADAS	PRELAVADAS	CONGELADAS	CUALQUIER FORMA	OTRAS FORMAS
<b>LECHUGA</b>	<b>34583</b>	<b>34177</b>	<b>406</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Error Standar		1941	278	0	0	0	0	0
CV%		5,68	67,98	0	0	0	0	0
<b>ACELGA</b>	<b>33496</b>	<b>27667</b>	<b>756</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>170</b>	<b>0</b>	<b>4913</b>
Error Standar		1853	382	0	0	152	0	1111
CV%		7,06	50,53	0	0	89,41	0	22,61
<b>ESPINACA</b>	<b>22287</b>	<b>18203</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>4084</b>
Error Standar		2048	0	0	0	0	0	808
CV%		11,25	0	0	0	0	0	19,78
<b>ESPÁRRAGO</b>	<b>10721</b>	<b>8378</b>	<b>125</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>878</b>	<b>0</b>	<b>1340</b>
Error Standar		1384	112	0	0	462	0	449
CV%		16,52	89,60	0	0	52,62	0	33,51
<b>APIO</b>	<b>11367</b>	<b>11101</b>	<b>266</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Error Standar		1522	169	0	0	0	0	0
CV%		13,71	63,53	0	0	0	0	0
<b>REPOLLO</b>	<b>14255</b>	<b>14203</b>	<b>0</b>	<b>52</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Error Standar		1743	0	46	0	0	0	0
CV%		12,27	0	88,46	0	0	0	0
<b>PEREJIL</b>	<b>28464</b>	<b>18696</b>	<b>422</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>9347</b>
Error Standar		1870	282	0	0	0	0	1731
CV%		10,00	66,62	0	0	0	0	18,52
<b>CEBOLLIN</b>	<b>5697</b>	<b>6697</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Error Standar		1281	0	0	0	0	0	0
CV%		22,49	0	0	0	0	0	0
<b>CILANDRO</b>	<b>1476</b>	<b>1476</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Error Standar		828	0	0	0	0	0	0
CV%		56,10	0	0	0	0	0	0
<b>PAPA</b>	<b>38772</b>	<b>23842</b>	<b>519</b>	<b>0</b>	<b>14411</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Error Standar		2014	202	0	1825	0	0	0
CV%		8,45	38,92	0	12,66	0	0	0
<b>ZANAHORIA</b>	<b>36353</b>	<b>34887</b>	<b>646</b>	<b>0</b>	<b>768</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>52</b>
Error Standar		1858	386	0	718	0	0	46
CV%		5,33	60,06	0	93,49	0	0	88,46
<b>RABANITO</b>	<b>3475</b>	<b>3475</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Error Standar		1048	0	0	0	0	0	0
CV%		30,16	0	0	0	0	0	0
<b>REMOLACHA</b>	<b>25570</b>	<b>21067</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>768</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>3736</b>
Error Standar		2055	0	0	718	0	0	915
CV%		9,75	0	0	93,49	0	0	24,50
<b>NABO</b>	<b>1048</b>	<b>1048</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Error Standar		783	0	0	0	0	0	0
CV%		74,71	0	0	0	0	0	0
<b>AJO</b>	<b>31300</b>	<b>18623</b>	<b>2112</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>203</b>	<b>10362</b>
Error Standar		1782	607	0	0	0	125	1552
CV%		9,57	28,74	0	0	0	61,58	14,98
<b>ARVEJA</b>	<b>26284</b>	<b>2080</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>2316</b>	<b>660</b>	<b>20218</b>
Error Standar		612	0	0	0	1007	507	2257
CV%		29,28	0	0	0	43,48	76,82	11,16
<b>HABA</b>	<b>1191</b>	<b>923</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>268</b>
Error Standar		774	0	0	0	0	0	250
CV%		83,86	0	0	0	0	0	93,28
<b>RUIBARBO</b>	<b>480</b>	<b>480</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Error Standar		448	0	0	0	0	0	0
CV%		93,33	0	0	0	0	0	0
<b>FRUTILLA</b>	<b>16466</b>	<b>13674</b>	<b>1851</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>369</b>	<b>672</b>
Error Standar		1943	589	0	0	0	212	332
CV%		14,31	31,82	0	0	0	57,45	49,40
<b>TOMATE</b>	<b>37632</b>	<b>37593</b>	<b>39</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Error Standar		2227	35	0	0	0	0	0
CV%		5,92	89,74	0	0	0	0	0
<b>FRUTA FINA</b>	<b>493</b>	<b>229</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>264</b>
Error Standar		154	0	0	0	0	0	237
CV%		67,25	0	0	0	0	0	89,77
<b>PIMIENTO</b>	<b>29829</b>	<b>29463</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>366</b>
Error Standar		2292	0	0	0	0	0	253
CV%		7,78	0	0	0	0	0	69,13
<b>PEPINOS</b>	<b>9091</b>	<b>8935</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>156</b>
Error Standar		1349	0	0	0	0	0	140
CV%		15,10	0	0	0	0	0	89,74
<b>BRÓCOLI</b>	<b>4048</b>	<b>3688</b>	<b>49</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>209</b>	<b>0</b>	<b>102</b>
Error Standar		1058	44	0	0	187	0	91
CV%		28,69	89,80	0	0	89,47	0	89,22
<b>OTROS</b>	<b>255</b>	<b>255</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Error Standar		176	0	0	0	0	0	0
CV%		69,02	0	0	0	0	0	0

CUADRO N° 3 : Integrado Rio Grande - Ushuaia

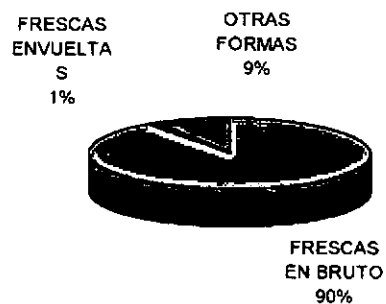
CANTIDAD DE PERSONAS SEGUN: PREFERENCIAS DE PRESENTACIÓN DE LOS PRODUCTOS FRUTI-HORTICOLAS																
	TOTAL RIO GRANDE	RIO GRANDE							TOTAL USHUAIA	USHUAIA						
		FRESCAS EN BRUTO	FRESCAS ENVUELTAS	PRECORTADAS	PRELAVADAS	CONGELADAS	CUALQUIER FORMA	OTRAS FORMAS		FRESCAS EN BRUTO	FRESCAS ENVUELTAS	PRECORTADAS	PRELAVADAS	CONGELADAS	CUALQUIER FORMA	OTRAS FORMAS
LECHUGA	40558	37456	3102	0	0	0	0	0	34583	34177	406	0	0	0	0	0
Error Standar		2175	643	0	0	0	0	0		1641	276	0	0	0	0	0
CV%		5,81	30,40	0	0	0	0	0		5,88	67,98	0	0	0	0	0
ACELGA	33927	23283	4622	0	0	1181	0	4861	33488	27857	756	0	0	170	0	4813
Error Standar		2523	1009	0	0	680	0	1124		1253	382	0	0	152	0	1111
CV%		10,85	23,13	0	0	57,58	0	23,12		7,05	50,53	0	0	89,41	0	22,61
ESPINACA	11088	5909	838	0	0	1398	0	2843	22287	18203	0	0	0	0	0	4084
Error Standar		1500	300	0	0	852	0	989		2048	0	0	0	0	0	808
CV%		25,39	35,80	0	0	46,84	0	33,51		11,25	0	0	0	0	0	19,78
ESPÁRRAGO	2521	1035	347	0	0	581	0	358	10721	8378	125	0	0	878	0	1340
Error Standar		742	224	0	0	313	0	185		1384	112	0	0	462	0	449
CV%		71,69	64,55	0	0	53,87	0	51,88		16,52	89,50	0	0	52,82	0	33,51
APIO	17976	12968	5008	0	0	0	0	0	11387	11101	268	0	0	0	0	0
Error Standar		1759	1309	0	0	0	0	0		1522	168	0	0	0	0	0
CV%		13,56	27,34	0	0	0	0	0		13,71	63,53	0	0	0	0	0
REPOLLO	30720	26256	3875	489	0	0	0	0	14255	14203	0	52	0	0	0	0
Error Standar		2732	544	317	0	0	0	0		1743	0	45	0	0	0	0
CV%		10,41	23,75	64,83	0	0	0	0		12,27	0	88,48	0	0	0	0
PEREJIL	30880	23053	7827	0	0	0	0	0	28484	18895	422	0	0	0	0	9347
Error Standar		2451	1639	0	0	0	0	0		1870	282	0	0	0	0	1731
CV%		10,68	20,64	0	0	0	0	0		10,00	66,82	0	0	0	0	18,52
CEBOLLIN	14277	12347	1930	0	0	0	0	0	5697	5697	0	0	0	0	0	0
Error Standar		2105	593	0	0	0	0	0		1281	0	0	0	0	0	0
CV%		17,05	30,73	0	0	0	0	0		22,46	0	0	0	0	0	0
CILANDRO	4762	4048	714	0	0	0	0	0	1476	1476	0	0	0	0	0	0
Error Standar		902	365	0	0	0	0	0		829	0	0	0	0	0	0
CV%		22,28	51,12	0	0	0	0	0		56,10	0	0	0	0	0	0
PAPA	41614	30804	11010	0	0	0	0	0	38772	23842	519	0	14411	0	0	0
Error Standar		2457	1584	0	0	0	0	0		2014	202	0	1825	0	0	0
CV%		8,03	14,39	0	0	0	0	0		8,45	38,92	0	12,06	0	0	0
ZANAHORIA	40721	34737	5903	0	0	0	0	81	36353	34887	646	0	768	0	0	52
Error Standar		2344	1053	0	0	0	0	73		1858	388	0	718	0	0	48
CV%		6,75	17,84	0	0	0	0	90,12		5,33	80,08	0	93,46	0	0	88,45
RABANITO	5103	5103	0	0	0	0	0	0	3475	3475	0	0	0	0	0	0
Error Standar		1287	0	0	0	0	0	0		1048	0	0	0	0	0	0
CV%		25,22	0	0	0	0	0	0		30,16	0	0	0	0	0	0
REMOLACHA	25056	20216	320	0	0	0	4520	0	25570	21087	0	0	768	0	0	3735
Error Standar		2741	305	0	0	0	1223	0		2055	0	0	718	0	0	915
CV%		13,56	95,31	0	0	0	27,08	0		9,75	0	0	93,43	0	0	24,50
NABO	4023	4023	0	0	0	0	0	0	1048	1048	0	0	0	0	0	0
Error Standar		1305	0	0	0	0	0	0		783	0	0	0	0	0	0
CV%		32,44	0	0	0	0	0	0		74,71	0	0	0	0	0	0
AJO	39505	22704	18801	0	0	0	0	0	31300	18823	2112	0	0	0	203	10362
Error Standar		2205	2181	0	0	0	0	0		1782	607	0	0	0	125	1552
CV%		9,72	12,66	0	0	0	0	0		9,57	28,74	0	0	0	61,58	14,98
ARVEJA	39088	723	69	0	0	5839	756	31701	25284	2090	0	0	0	2316	660	20218
Error Standar		290	63	0	0	1255	447	2530		612	0	0	0	1007	507	2257
CV%		40,11	91,30	0	0	21,49	58,13	7,99		29,28	0	0	0	43,48	76,82	11,10
HABA	3664	676	0	0	0	2888	0	0	1191	923	0	0	0	0	0	268
Error Standar		312	0	0	0	992	0	0		774	0	0	0	0	0	250
CV%		46,15	0	0	0	33,20	0	0		83,80	0	0	0	0	0	93,28
RUIBARBO	2989	2781	208	0	0	0	0	0	480	480	0	0	0	0	0	0
Error Standar		680	191	0	0	0	0	0		448	0	0	0	0	0	0
CV%		24,45	91,83	0	0	0	0	0		93,33	0	0	0	0	0	0
FRUTILLA	10098	6884	2164	0	0	0	0	1250	16468	13574	1851	0	0	0	369	872
Error Standar		1415	620	0	0	0	0	521		1943	586	0	0	0	212	332
CV%		21,18	28,65	0	0	0	0	41,68		14,31	31,82	0	0	0	57,45	43,40
TOMATE	40803	40299	251	0	0	0	253	0	37632	37593	39	0	0	0	0	0
Error Standar		2168	161	0	0	0	241	0		2227	35	0	0	0	0	0
CV%		5,37	64,14	0	0	0	95,28	0		5,92	89,74	0	0	0	0	0
FRUTA FINA	3138	2203	0	0	0	0	935	0	493	228	0	0	0	0	0	264
Error Standar		618	0	0	0	0	498	0		154	0	0	0	0	0	237
CV%		28,05	0	0	0	0	53,26	0		67,25	0	0	0	0	0	89,77
PMIENTO	34138	34138	0	0	0	0	0	0	29829	29483	0	0	0	0	0	366
Error Standar		2283	0	0	0	0	0	0		2292	0	0	0	0	0	253
CV%		6,69	0	0	0	0	0	0		7,78	0	0	0	0	0	69,13
PEPINOS	16413	16233	180	0	0	0	0	0	9091	8935	0	0	0	0	0	156
Error Standar		2243	171	0	0	0	0	0		1349	0	0	0	0	0	140
CV%		13,82	95,00	0	0	0	0	0		15,10	0	0	0	0	0	89,74
BRÓCOLI	4598	3841	153	0	0	604	0	0	4048	3688	49	0	0	208	0	102
Error Standar		1198	143	0	0	342	0	0		1058	44	0	0	187	0	91
CV%		31,19	93,46	0	0	56,82	0	0		26,06	89,80	0	0	89,47	0	88,22
OTROS	2738	1444	0	0	0	1294	0	0	255	255	0	0	0	0	0	0
Error Standar		420	0	0	0	695	0	0		178	0	0	0	0	0	0
CV%		29,09	0	0	0	53,71	0	0		69,02	0	0	0	0	0	0

POR PREFERENCIA DE PRESENTACION  
EN  
RIO GRANDE Y USHUAIA

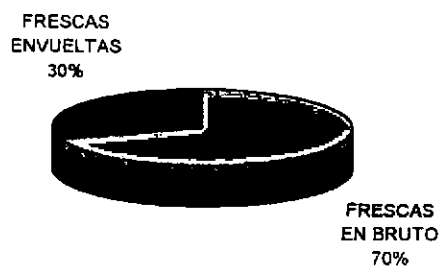
**HORTALIZAS DE HOJA**



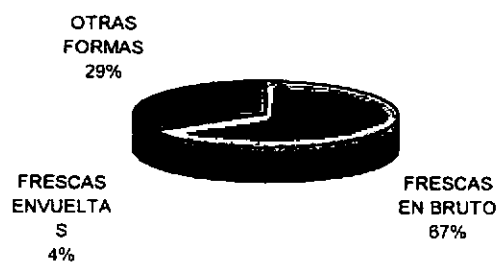
**HORTALIZAS DE HOJA**



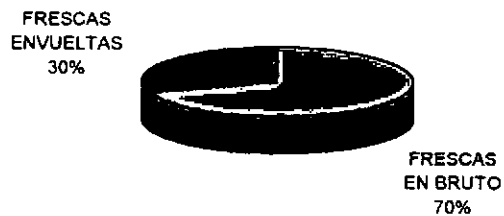
**AROMÁTICAS**



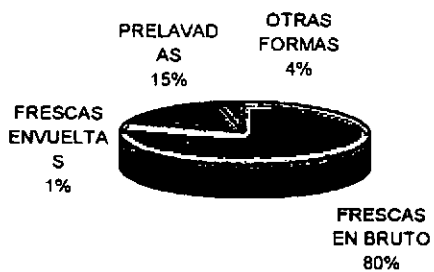
**AROMÁTICAS**



**RAICES Y TUBERCULOS**

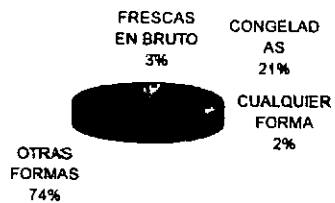


**RAICES Y TUBERCULOS**

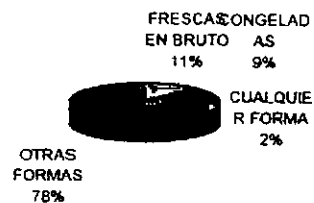


POR PREFERENCIA DE PRESENTACION  
EN  
RIO GRANDE Y USHUAIA

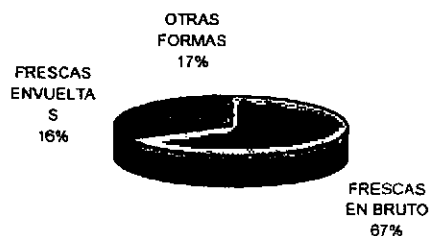
LEGUMBRES



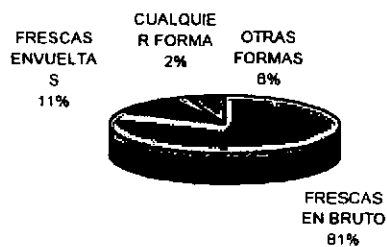
LEGUMBRES



FRUTAS FINAS



FRUTAS FINAS



FRUTOS

TODO EL RESTO 0 %

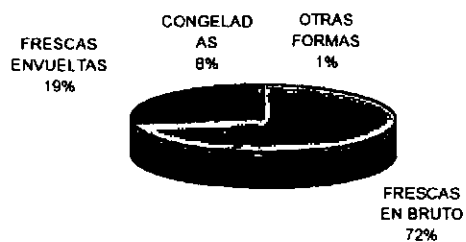


FRUTOS

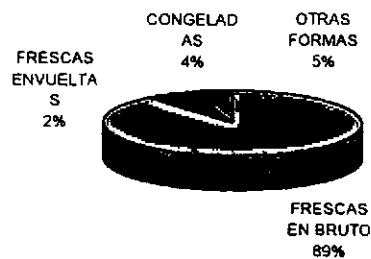
OTRAS FORMAS 1%



OTROS



OTROS

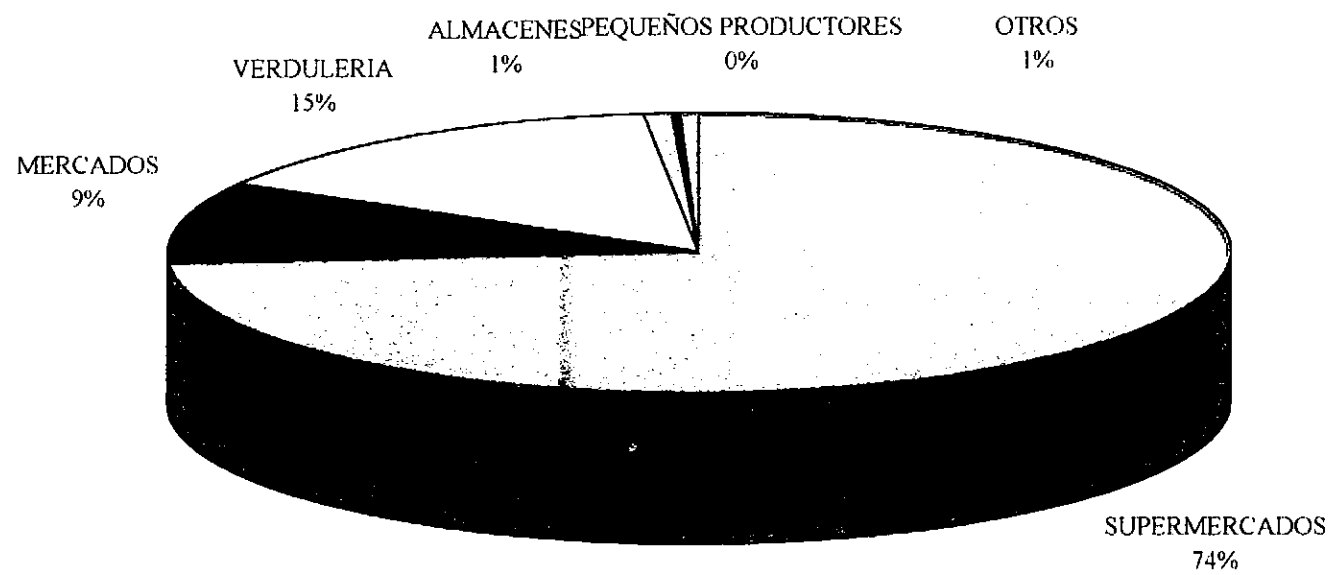




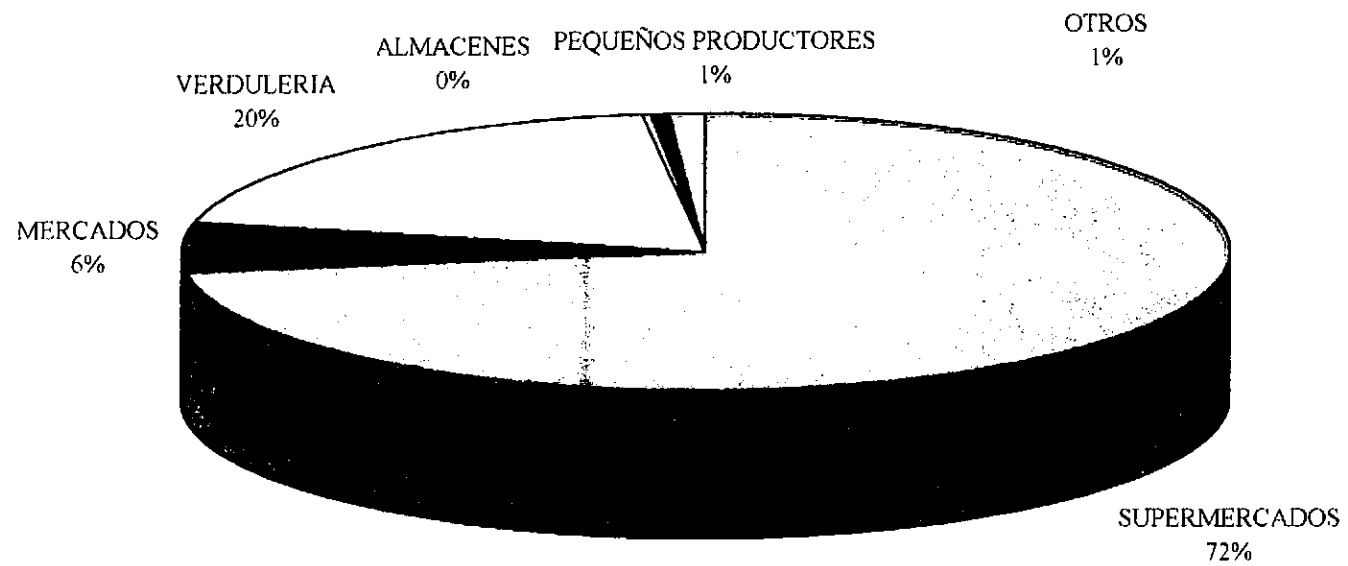
CUADRO N° 4

CANTIDAD DE PERSONAS SEGÚN: HÁBITOS DE COMPRA						
	TOTAL	%	RIO GRANDE	%	USHUAIA	%
<b>SUPERMERCADOS</b>	<b>60124</b>	<b>74,01</b>	<b>30583</b>	<b>72,88</b>	<b>29542</b>	<b>75,21</b>
Error Standar	3109		2477		1879	
CV%	5,17		8,10		6,36	
<b>MERCADOS</b>	<b>7556</b>	<b>9,30</b>	<b>2383</b>	<b>5,68</b>	<b>5173</b>	<b>13,17</b>
Error Standar	1736		1106		1338	
CV%	22,98		46,41		25,87	
<b>VERDULERIAS</b>	<b>12177</b>	<b>14,99</b>	<b>8218</b>	<b>19,58</b>	<b>3959</b>	<b>10,08</b>
Error Standar	2021		1744		1021	
CV%	16,60		21,22		25,79	
<b>ALMACENES</b>	<b>625</b>	<b>0,77</b>	<b>104</b>	<b>0,25</b>	<b>521</b>	<b>1,33</b>
Error Standar	348		94		335	
CV%	55,68		90,38		64,30	
<b>PEQUEÑOS PRODUCTORES</b>	<b>297</b>	<b>0,37</b>	<b>214</b>	<b>0,51</b>	<b>83</b>	<b>0,21</b>
Error Standar	217		203		74	
CV%	73,06		94,86		89,16	
<b>OTROS</b>	<b>463</b>	<b>0,57</b>	<b>463</b>	<b>1,10</b>	<b>0</b>	<b>0,00</b>
Error Standar	204		204		0	
CV%	44,06		44,06		0	

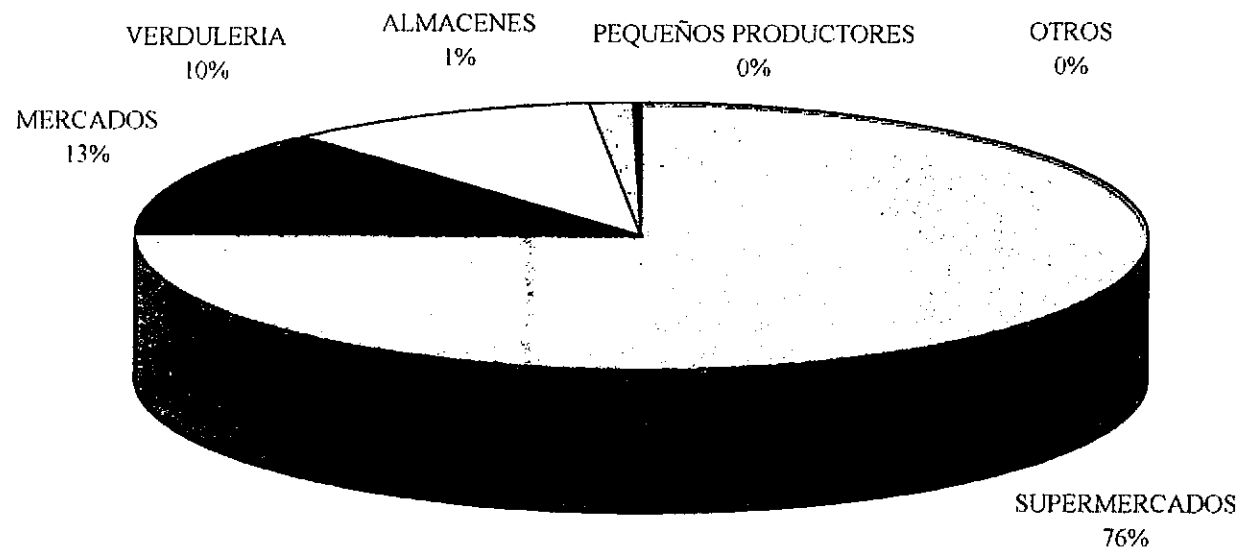
**TOTAL PROVINCIAL  
SEGUN HABITO DE COMPRA**



**RIO GRANDE  
SEGUN HABITO DE COMPRA**



**USHUAIA**  
**SEGUN HABITO DE COMPRA**

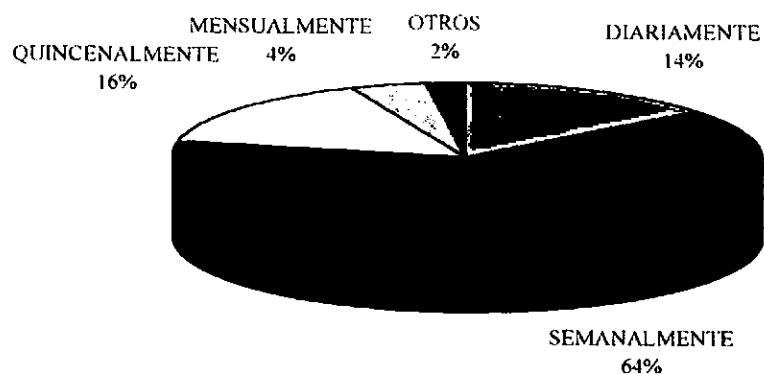


CUADRO N° 5

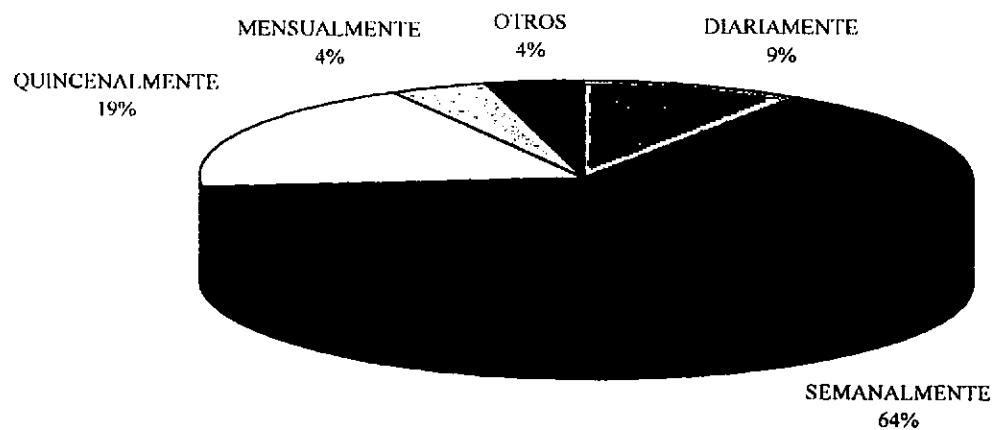
CANTIDAD DE PERSONAS SEGUN: PERIODICIDAD DE COMPRA						
	TOTAL	%	RIO GRANDE	%	USHUAIA	%
<b>DIARIAMENTE</b>	<b>11464</b>	<b>14,11</b>	<b>3853</b>	<b>9,18</b>	<b>7611</b>	<b>19,38</b>
Error Standar	1894		1050		1576	
CV%	16,52		27,25		20,71	
<b>SEMANALMENTE</b>	<b>51957</b>	<b>63,95</b>	<b>26856</b>	<b>64,00</b>	<b>25101</b>	<b>63,91</b>
Error Standar	2469		1848		1637	
CV%	4,75		6,88		6,52	
<b>QUINCENALMENTE</b>	<b>12695</b>	<b>15,63</b>	<b>7787</b>	<b>18,56</b>	<b>4909</b>	<b>12,50</b>
Error Standar	1892		1687		856	
CV%	14,90		21,66		17,44	
<b>MENSUALMENTE</b>	<b>3332</b>	<b>4,10</b>	<b>1675</b>	<b>3,99</b>	<b>1657</b>	<b>4,22</b>
Error Standar	1003		842		545	
CV%	30,10		50,27		32,89	
<b>OTROS</b>	<b>1793</b>	<b>2,21</b>	<b>1793</b>	<b>4,27</b>	<b>0</b>	<b>0,00</b>
Error Standar	695		695		0	
CV%	38,76		38,76		0	

SEGUN PERIODICIDAD DE COMPRA

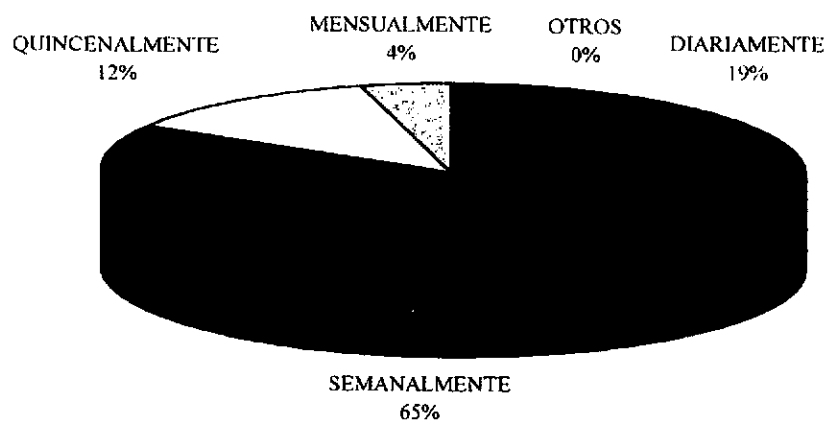
**TOTAL**



**RIO GRANDE**

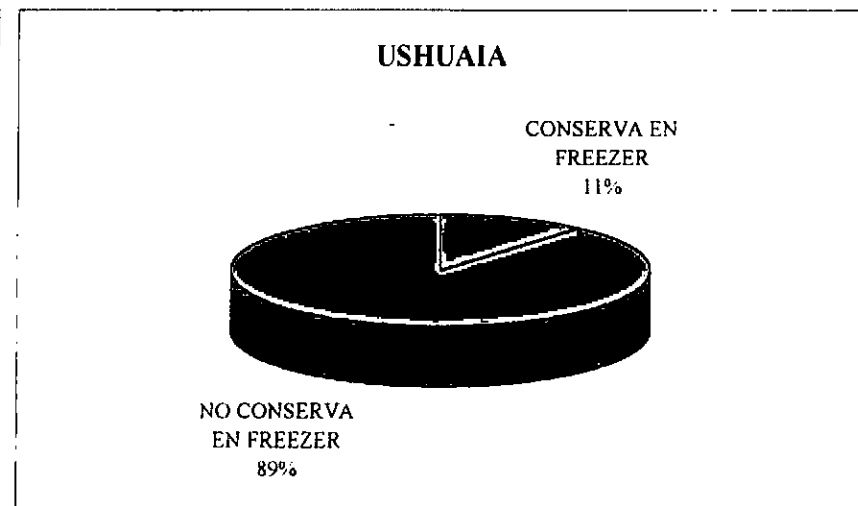
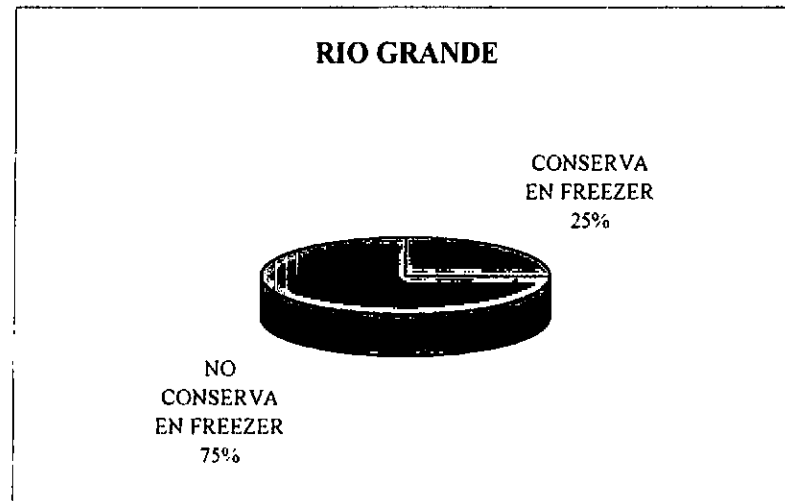
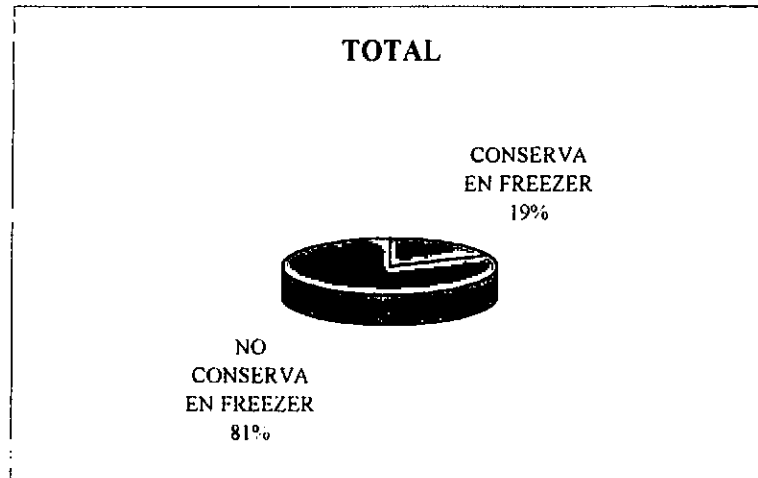


**USHUAIA**



CUADRO N° 8

CANTIDAD DE PERSONAS SEGÚN: MOTIVO DE ELECCIÓN						
	TOTAL	%	RIO GRANDE	%	USHUAIA	%
<b>POR CALIDAD</b>	<b>54771</b>	<b>67,42</b>	<b>33436</b>	<b>79,68</b>	<b>21335</b>	<b>54,32</b>
Error Standar	3166		2291		2185	
CV%	5,78		6,85		10,24	
<b>POR PRESENTACIÓN</b>	<b>3409</b>	<b>4,20</b>	<b>2347</b>	<b>5,59</b>	<b>1062</b>	<b>2,70</b>
Error Standar	1048		927		488	
CV%	30,74		39,50		45,95	
<b>POR PRECIO</b>	<b>21636</b>	<b>26,63</b>	<b>5005</b>	<b>11,93</b>	<b>16631</b>	<b>42,34</b>
Error Standar	2108		1157		1763	
CV%	9,74		23,12		10,60	
<b>PORQUE ES DE LA ZONA</b>	<b>300</b>	<b>0,37</b>	<b>300</b>	<b>0,71</b>	<b>0</b>	<b>0,00</b>
Error Standar	218		218		0	
CV%	72,67		72,67		0,00	
<b>OTROS</b>	<b>1125</b>	<b>1,38</b>	<b>875</b>	<b>2,09</b>	<b>250</b>	<b>0,64</b>
Error Standar	605		594		115	
CV%	53,78		67,89		46,00	

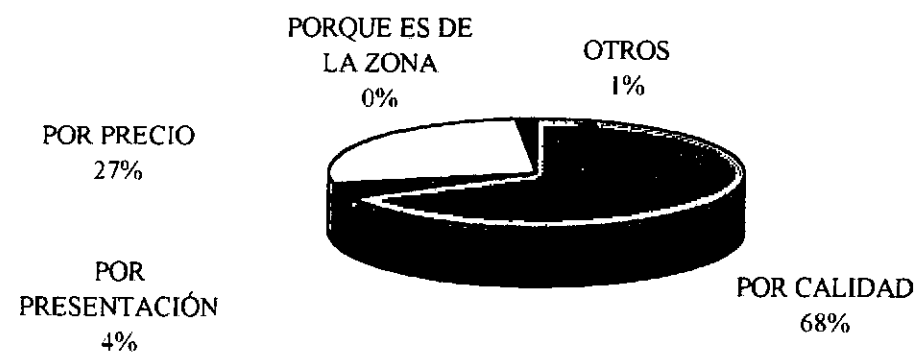




CUADRO Nº 7

CANTIDAD DE PERSONAS SEGÚN: FORMA DE CONSERVACIÓN						
	TOTAL	%	RIO GRANDE	%	USHUAIA	%
<b>CONSERVA EN FREEZER</b>	<b>15031</b>	<b>18,64</b>	<b>10638</b>	<b>25,35</b>	<b>4393</b>	<b>11,36</b>
Error Standar	2110		1911		896	
cv%	14,04		17,96		20,40	
<b>NO CONSERVA EN FREEZER</b>	<b>65618</b>	<b>81,36</b>	<b>31326</b>	<b>74,65</b>	<b>34292</b>	<b>88,64</b>
Error Standar	3274		2325		2306	
CV%	4,99		7,42		6,72	

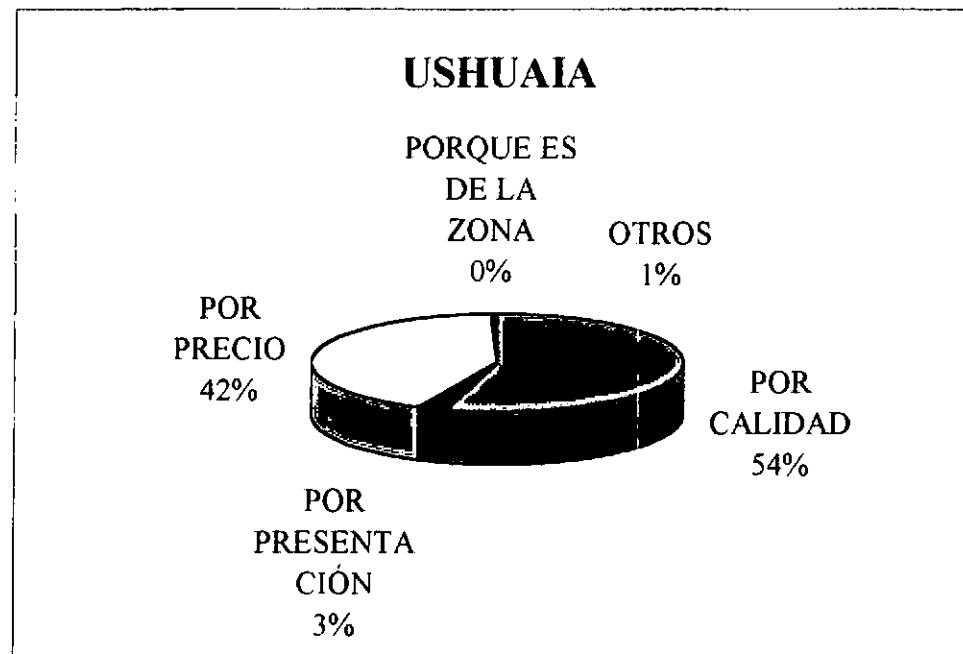
## TOTAL



## RAZÓN DE COMPRA



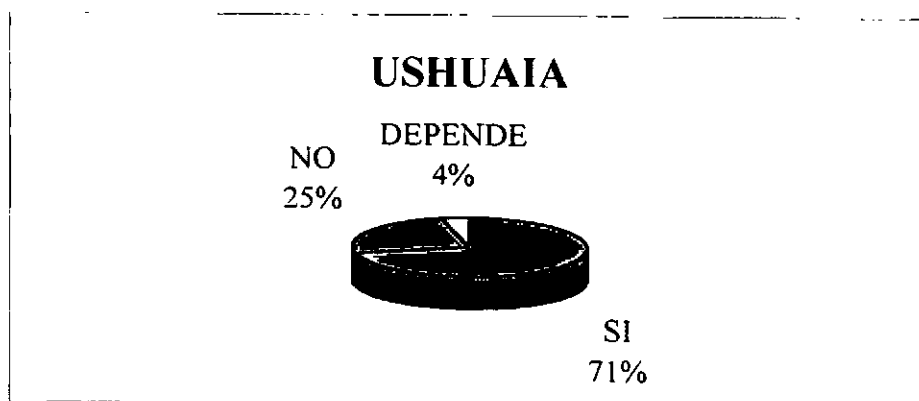
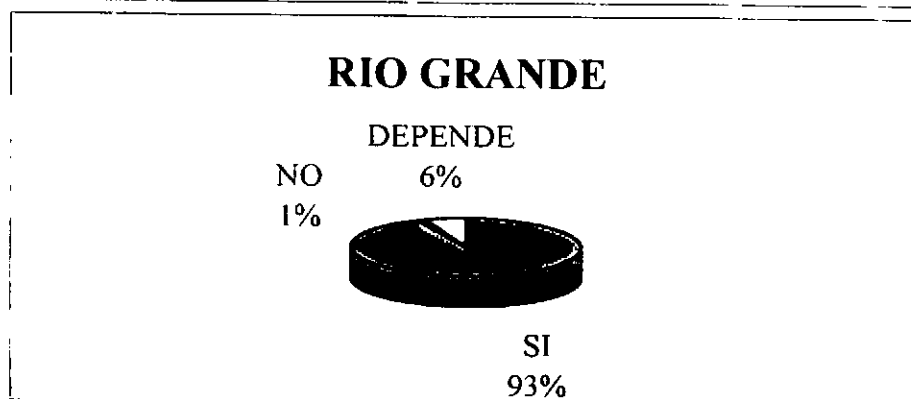
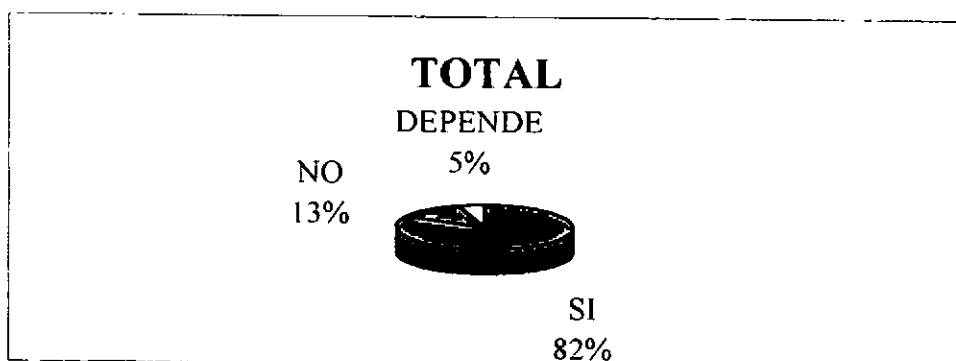
# RAZÓN DE COMPRA



CUADRO Nº 9

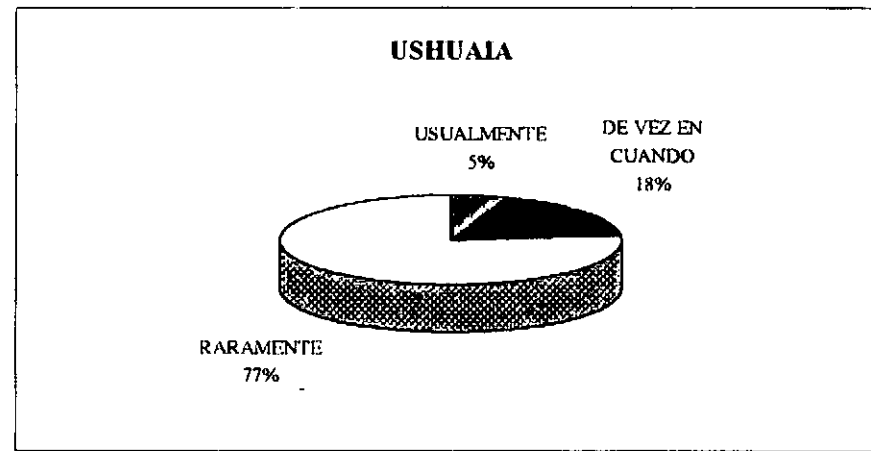
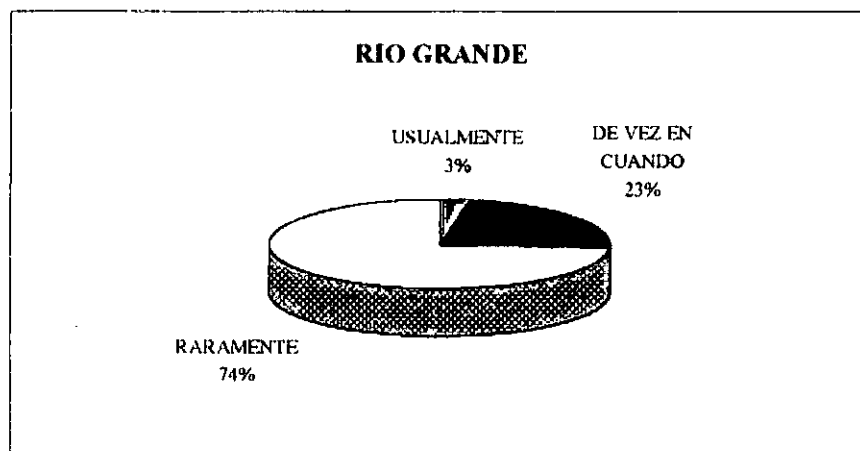
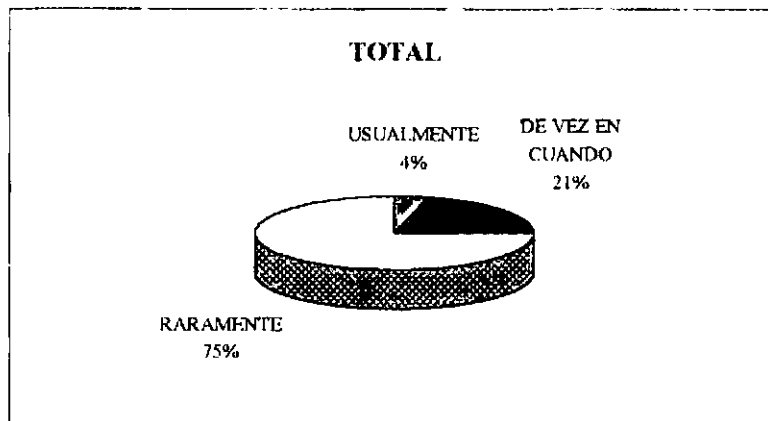
CANTIDAD DE PERSONAS SEGÚN: PREFERENCIAS DE CONSUMO DE PRODUCTOS LOCALES						
	TOTAL	%	RIO GRANDE	%	USHUAIA	%
<b>SI</b>	<b>66248</b>	<b>82,37</b>	<b>38382</b>	<b>92,96</b>	<b>27866</b>	<b>71,20</b>
Error Standar	3051		2301		2002	
CV%	4,61		5,99		7,18	
<b>NO</b>	<b>10248</b>	<b>12,74</b>	<b>489</b>	<b>1,18</b>	<b>9759</b>	<b>24,94</b>
Error Standar	2022		328		1995	
CV%	19,73		67,08		20,44	
<b>DEPENDE</b>	<b>3930</b>	<b>4,89</b>	<b>2418</b>	<b>5,86</b>	<b>1512</b>	<b>3,86</b>
Error Standar	1214		1137		424	
CV%	30,89		47,02		28,04	

## SEGUN PREFERENCIA DE CONSUMO DE PRODUCTOS LOCALES



CANTIDAD DE PERSONAS SEGÚN: HÁBITOS DE ADQUISICIÓN DE PRODUCTOS FLORALES						
	TOTAL	%	RIO GRANDE	%	USHUAIA	%
<b>USUALMENTE</b>	<b>3238</b>	<b>3,99</b>	<b>1152</b>	<b>2,75</b>	<b>2086</b>	<b>5,33</b>
Error Standar	1092		642		883	
CV%	33,72		55,73		42,33	
<b>DE VEZ EN CUANDO</b>	<b>16690</b>	<b>20,59</b>	<b>9782</b>	<b>23,31</b>	<b>6908</b>	<b>17,66</b>
Error Standar	1870		1595		976	
CV%	11,20		16,31		14,13	
<b>RARAMENTE</b>	<b>61148</b>	<b>75,42</b>	<b>31030</b>	<b>73,94</b>	<b>30119</b>	<b>77,01</b>
Error Standar	3166		2317		2157	
CV%	5,18		7,47		7,16	

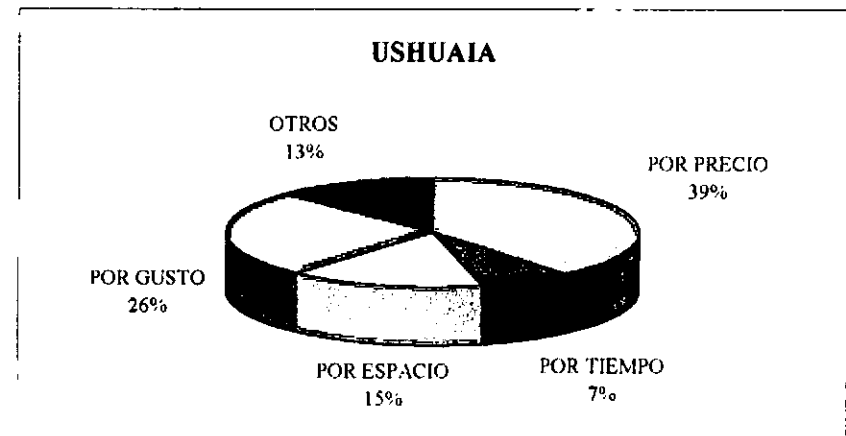
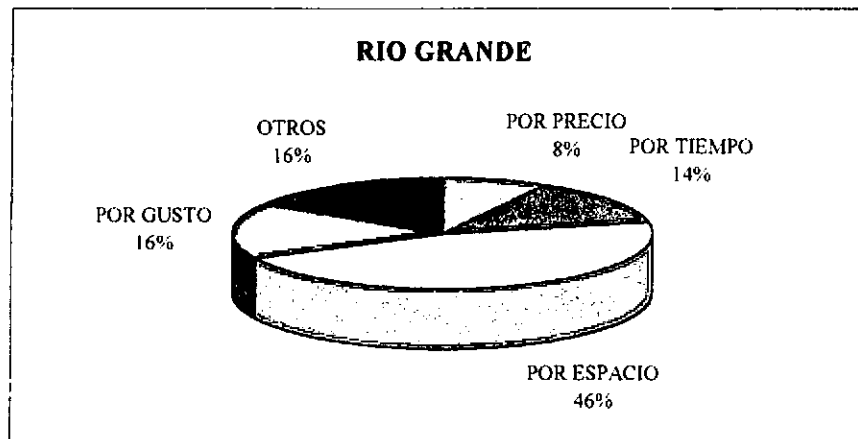
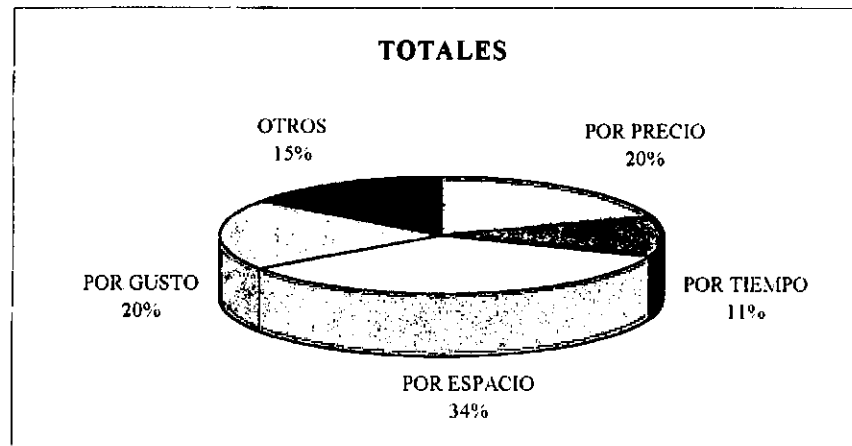
## HÁBITO DE ADQUISICIÓN DE PRODUCTOS FLORALES





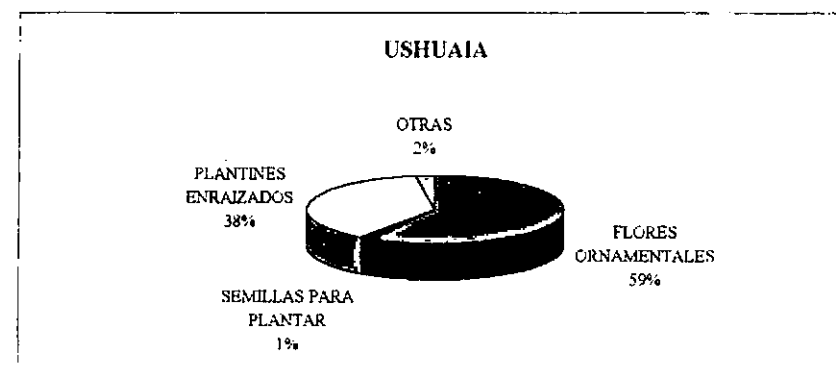
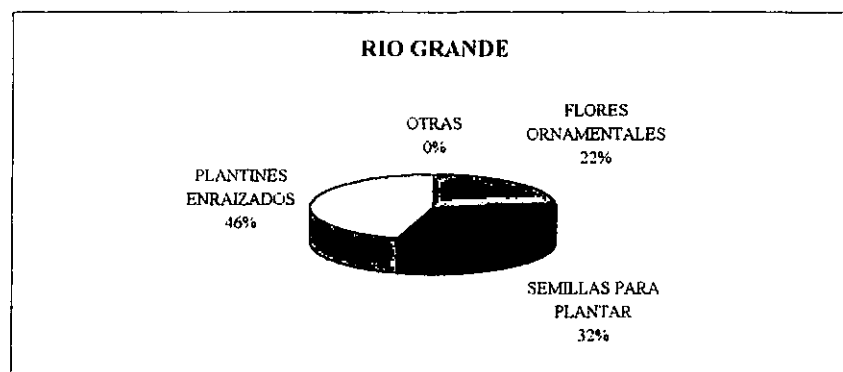
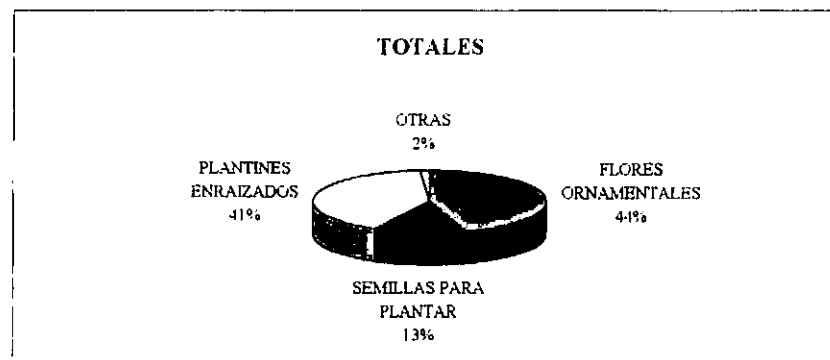
CUADRO Nº 11

CANTIDAD DE PERSONAS SEGÚN: MOTIVOS POR LOS QUE NO ADQUIEREN FLORALES						
	TOTAL	%	RIO GRANDE	%	USHUAIA	%
<b>POR PRECIO</b>	<b>9012</b>	<b>19,69</b>	<b>2304</b>	<b>8,08</b>	<b>6708</b>	<b>38,86</b>
Error Standar	1514		869		1240	
CV%	16,80		37,72		18,49	
<b>POR TIEMPO</b>	<b>5109</b>	<b>11,16</b>	<b>3871</b>	<b>13,58</b>	<b>1239</b>	<b>7,18</b>
Error Standar	1105		1018		428	
CV%	21,63		26,30		34,54	
<b>POR ESPACIO</b>	<b>15724</b>	<b>34,36</b>	<b>13067</b>	<b>45,84</b>	<b>2657</b>	<b>15,39</b>
Error Standar	2335		2208		759	
CV%	14,85		16,90		28,57	
<b>POR GUSTO</b>	<b>9086</b>	<b>19,85</b>	<b>4655</b>	<b>16,33</b>	<b>4431</b>	<b>25,67</b>
Error Standar	1497		1159		947	
CV%	16,48		24,90		21,37	
<b>OTROS</b>	<b>6836</b>	<b>14,94</b>	<b>4607</b>	<b>16,16</b>	<b>2229</b>	<b>12,91</b>
Error Standar	1653		1539		602	
CV%	24,18		33,41		27,01	



CUADRO Nº 12

CANTIDAD DE PERSONAS SEGÚN: FORMAS HABITUALES DE ADQUIRIR FLORALES						
	TOTAL	%	RIO GRANDE	%	USHUAIA	%
<b>FLORES ORNAMENTALES</b>	<b>14249</b>	<b>45,05</b>	<b>2628</b>	<b>22,36</b>	<b>11621</b>	<b>58,47</b>
Error Standar	2199		998		1959	
CV%	15,43		37,98		16,86	
<b>SEMILLAS PARA PLANTAR</b>	<b>4030</b>	<b>12,74</b>	<b>3795</b>	<b>32,30</b>	<b>235</b>	<b>1,18</b>
Error Standar	809		781		211	
CV%	20,07		20,58		89,79	
<b>PLANTINES ENRAIZADOS</b>	<b>12865</b>	<b>40,68</b>	<b>5328</b>	<b>45,34</b>	<b>7537</b>	<b>37,92</b>
Error Standar	1730		1313		1127	
CV%	13,45		24,64		14,95	
<b>OTRAS</b>	<b>483</b>	<b>1,53</b>	<b>0</b>	<b>0,00</b>	<b>483</b>	<b>2,43</b>
Error Standar	381		0		381	
CV%	78,88		0,00		78,88	



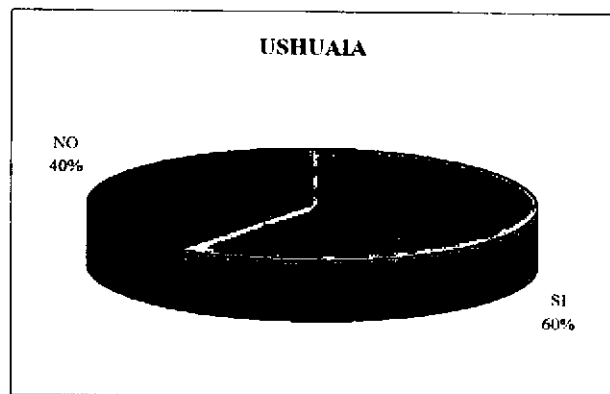
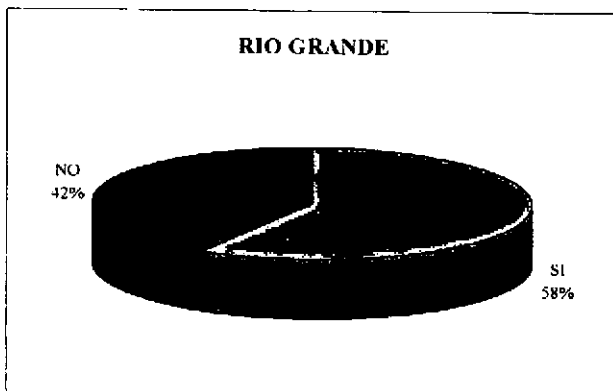
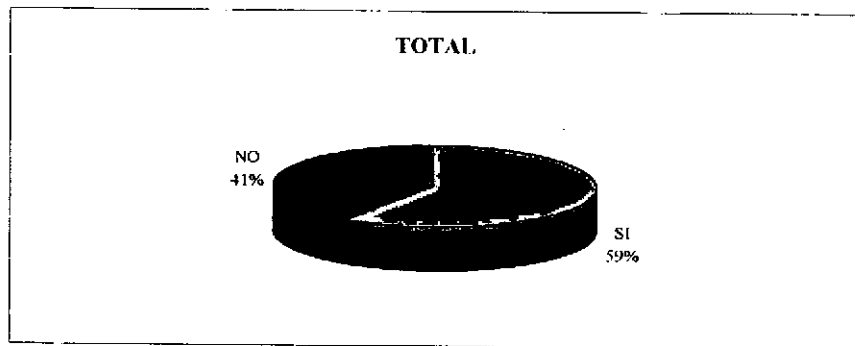
CUADRO Nº 13

CANTIDAD DE PERSONAS SEGÚN: LUGARES HABITUALES PARA ADQUIRIR FLORALES						
	TOTAL	%	RIO GRANDE	%	USHUAIA	%
<b>FLORERÍAS</b>	<b>17679</b>	<b>46,95</b>	<b>6308</b>	<b>34,70</b>	<b>11371</b>	<b>58,38</b>
Error Standar	2507		1549		1971	
CV%	14,18		24,56		17,33	
<b>SUPERMERCADOS</b>	<b>1903</b>	<b>5,05</b>	<b>1628</b>	<b>8,96</b>	<b>275</b>	<b>1,41</b>
Error Standar	921		900		194	
CV%	48,40		55,28		70,55	
<b>VIVEROS COMERCIALES</b>	<b>14051</b>	<b>37,32</b>	<b>7595</b>	<b>41,78</b>	<b>6456</b>	<b>33,15</b>
Error Standar	1802		1438		1087	
CV%	12,82		18,93		16,84	
<b>VIVEROS FAMILIARES</b>	<b>2016</b>	<b>5,35</b>	<b>1405</b>	<b>7,73</b>	<b>611</b>	<b>3,14</b>
Error Standar	793		714		346	
CV%	39,34		50,82		56,63	
<b>OTROS</b>	<b>2004</b>	<b>5,32</b>	<b>1241</b>	<b>6,83</b>	<b>764</b>	<b>3,92</b>
Error Standar	736		596		432	
CV%	36,73		48,03		56,54	

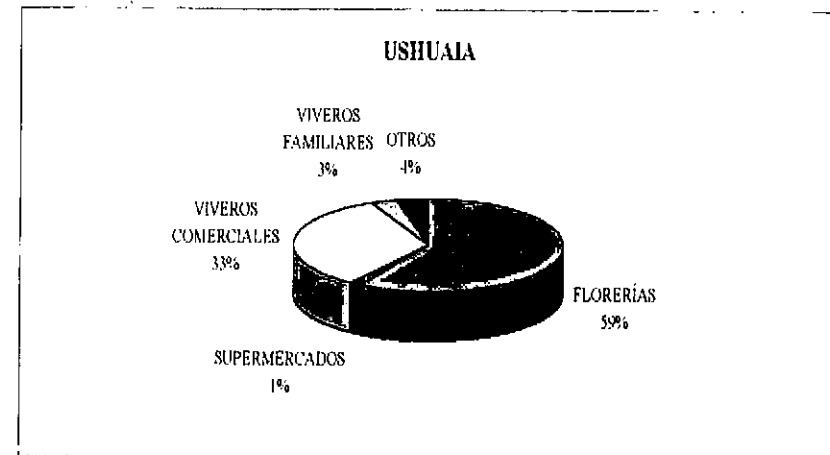
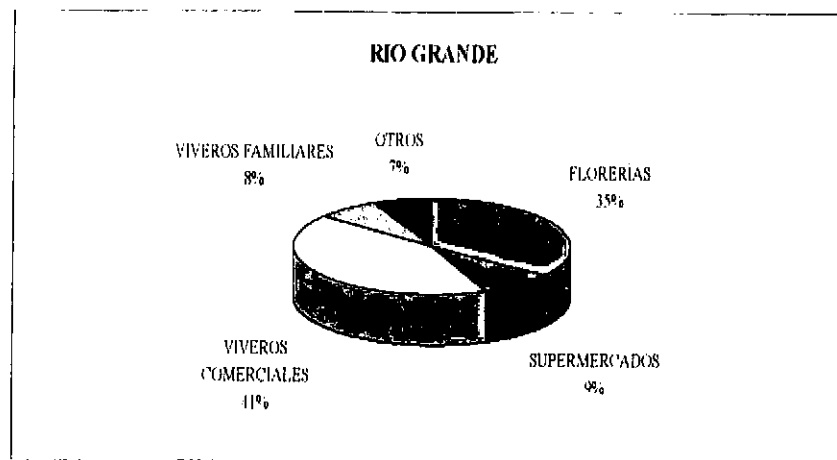
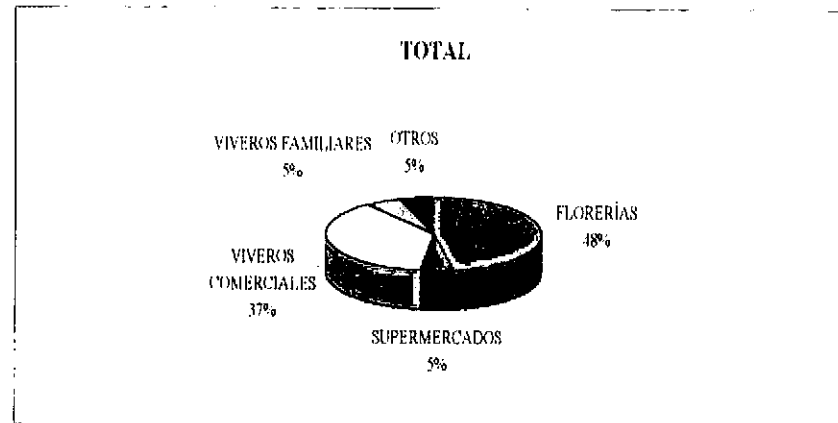
CUADRO N° 6

CANTIDAD DE PERSONAS SEGÚN: COMPRAS DE FIN DE SEMANA						
	TOTAL	%	RIO GRANDE	%	USHUAIA	%
<b>SI</b>	<b>47918</b>	<b>59,13</b>	<b>24463</b>	<b>58,30</b>	<b>23455</b>	<b>60,03</b>
Error Standar	2693		2186		1573	
CV%	5,62		8,94		6,71	
<b>NO</b>	<b>33114</b>	<b>40,87</b>	<b>17501</b>	<b>41,70</b>	<b>15614</b>	<b>39,97</b>
Error Standar	2697		1849		1963	
CV%	8,14		10,57		12,57	

COMPRA EL FIN DE SEMANA ?



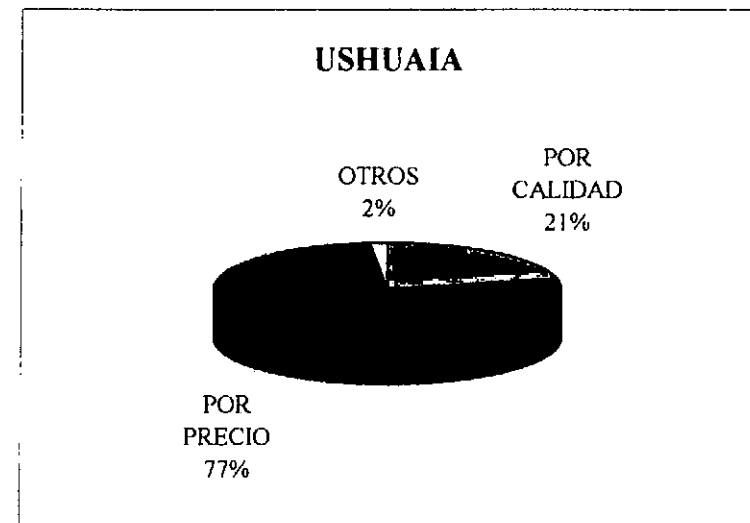
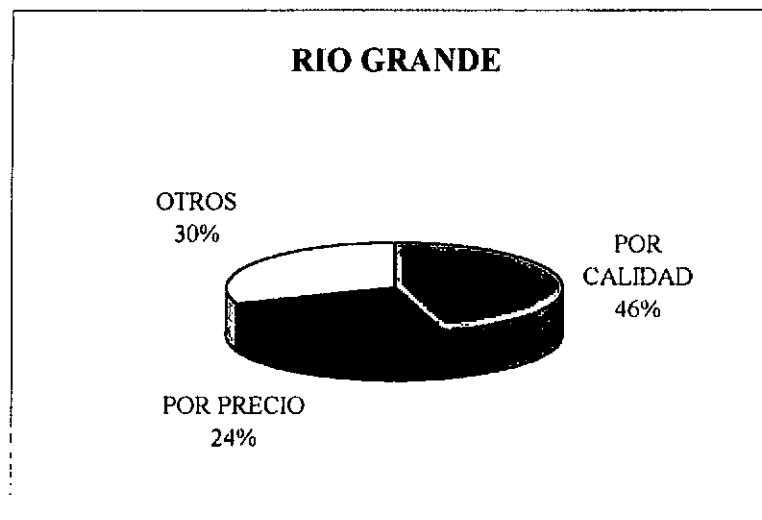
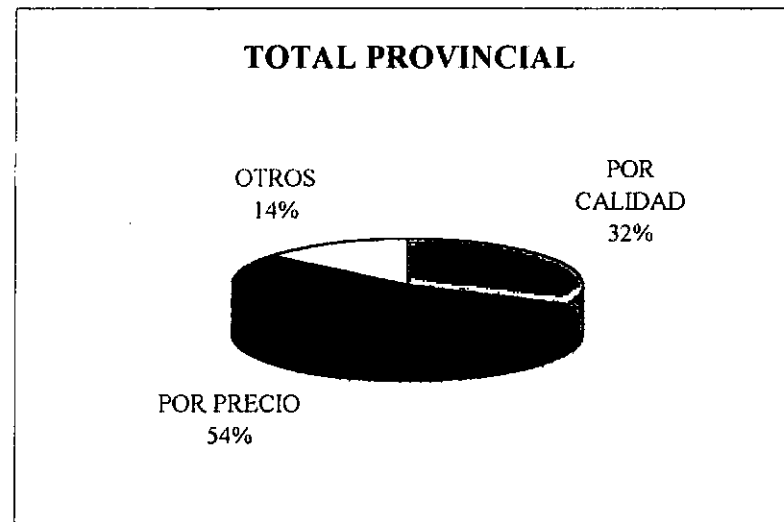
## LUGAR DE COMPRA





CUADRO N° 14

CANTIDAD DE PERSONAS SEGÚN: MOTIVO DE ELECCIÓN DE UN DETERMINADO FLORAL						
	TOTAL	%	RIO GRANDE	%	USHUAIA	%
<b>POR CALIDAD</b>	<b>12984</b>	<b>31,62</b>	<b>8132</b>	<b>45,31</b>	<b>4852</b>	<b>20,99</b>
Error Standar	2033		1734		1062	
CV%	15,66		21,32		21,89	
<b>POR PRECIO</b>	<b>22231</b>	<b>54,13</b>	<b>4350</b>	<b>24,24</b>	<b>17881</b>	<b>77,35</b>
Error Standar	2363		1408		1898	
CV%	10,63		32,37		10,61	
<b>OTROS</b>	<b>5851</b>	<b>14,25</b>	<b>5466</b>	<b>30,45</b>	<b>385</b>	<b>1,67</b>
Error Standar	1344		1327		216	
CV%	22,97		24,28		56,10	



COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS FRUTI-HORTICOLAS EN SUPERMERCADOS												
	CANTIDAD KG/AÑO			CALIDAD DE RECEPCIÓN								
	TOTAL	TOTAL		TOTAL			TOTAL USHUAIA			TOTAL RIO GRANDE		
		USHUAIA	RIO GRANDE	MB	B	M	MB	B	M	MB	B	M
Lechuga	270.370	140.640	129.730	25	75	0	25	75	0	25	75	0
Acelga	246.776	134.160	112.616	25	75	0	25	75	0	25	75	0
Espinaca	14.040	5.040	9.000	37	63	0	50	50	0	25	75	0
Espárrago	2.160	960	1.200	50	50	0	75	25	0	25	75	0
Apio	22.720	12.880	9.840	50	50	0	75	25	0	25	75	0
Pollo	82.208	44.448	37.760	63	37	0	75	25	0	50	50	0
Perejil	19.920	7.600	12.320	50	50	0	75	25	0	25	75	0
Cebollín	20.292	10.440	9.852	37	63	0	25	75	0	50	50	0
Cilantro	192	192	0	75	25	0	75	25	0	0	0	0
Papa	2.131.000	912.000	1.219.000	50	50	0	75	25	0	25	75	0
Zanahoria	437.616	254.240	183.376	63	37	0	75	25	0	50	50	0
Rabanito	2.380	1.080	1.300	50	50	0	50	50	0	50	50	0
Remolacha	29.832	16.800	13.032	50	50	0	50	50	0	50	50	0
Nabo	748	288	460	37	63	0	25	75	0	50	50	0
Ajo (*)	228.000	111.600	116.400	63	37	0	75	25	0	50	50	0
Arveja	4.288	3.456	832	37	63	0	25	75	0	50	50	0
Haba	1.068		1.068	50	50	0				50	50	0
Ruibarbo	100		100	0	100	0				0	100	0
Frutilla	6.863	2.020	4.843	63	37	0	100	0	0	25	75	0
Tomate	347.072	150.480	196.592	50	50	0	75	25	0	25	75	0
Fruta Fina	5.511	2.506	3.005	50	50	0	50	50	0	50	50	0
Pimiento	179.928	76.000	103.928	37	63	0	25	75	0	50	50	0
Pepino	25.936	10.820	15.116	50	50	0	50	50	0	50	50	0
Brocoli	4.440	1.320	3.120	50	50	0	50	50	0	50	50	0

(\*) Los valores están referidos a unidades: cabezas de ajos.  
Espacios en blanco: productos que no se comercializan.

## COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS FRUT-HORTICOLAS EN SUPERMERCADOS

	PRECIOS ( Promedio anual )						MEDIO DE TRANSPORTE			PÉRDIDAS					
	TOTAL		USHUAIA		RIO GRANDE		TOTAL	USHUAIA	RIO GRANDE	TOTAL		USHUAIA		RIO GRANDE	
	\$ COMPRA	\$ VENTA	\$ COMPRA	\$ VENTA	\$ COMPRA	\$ VENTA		Terrestre	Terrestre	% Trans.	% Local	% Trans.	% Local	% Trans.	% Local
Leduga	1,37	1,90	1,39	1,95	1,35	1,86	100	100	100	0,62	16,62	0,00	17,50	1,25	15,75
Acelga	0,90	1,34	0,88	1,29	0,93	1,39	100	100	100	0,62	14,75	0,00	17,50	1,25	12,00
Espinaca	1,46	2,19	1,53	2,28	1,39	2,12	100	100	100	0,62	9,12	0,00	7,50	1,25	10,75
Espárrago	2,76	4,13	2,66	3,92	2,87	4,35	100	100	100	0,62	6,62	0,00	5,00	1,25	8,25
Apio	1,81	2,90	1,93	2,97	1,69	2,84	100	100	100	0,62	11,62	0,00	7,50	1,25	15,75
Repollo	0,69	1,06	0,69	1,04	0,69	1,09	100	100	100	0,62	7,25	0,00	5,00	1,25	9,50
Perejil	2,22	3,46	2,38	3,59	2,07	3,34	100	100	100	0,62	7,87	0,00	5,00	1,25	10,75
Cebollín	1,90	3,00	2,18	3,30	1,63	2,71	100	100	100	0,62	10,37	0,00	12,50	1,25	8,25
Cilandro	1,40	2,52	1,40	2,52			100	100		0,00	5,00	0,00	5,00		
Papa	0,31	0,47	0,31	0,46	0,32	0,48	100	100	100	0,62	8,50	0,00	7,50	1,25	9,50
Zanahoria	0,58	0,82	0,56	0,80	0,60	0,85	100	100	100	0,62	7,87	0,00	7,50	1,25	8,25
Rabanito	1,52	2,37	1,36	2,08	1,68	2,66	100	100	100	0,62	9,12	0,00	10,00	1,25	8,25
Remolacha	1,02	1,53	0,99	1,47	1,05	1,59	100	100	100	0,62	9,12	0,00	7,50	1,25	10,75
Nabo	1,19	2,14	1,20	2,29	1,19	1,99	100	100	100	0,00	3,75	0,00	5,00	0,00	2,50
Ajo (*)	0,39	0,60	0,36	0,55	0,42	0,66	100	100	100	0,62	5,75	0,00	5,00	1,25	6,50
Arveja	2,08	3,15	2,10	3,25	2,06	3,06	100	100	100	0,00	8,75	0,00	5,00	0,00	12,50
Haba	1,64	2,22			1,64	2,22	100		100	0,00	15,00			0,00	15,00
Auilbarbo	1,50	2,50			1,50	2,50	100		100	0,00	5,00			0,00	5,00
Tomate	1,50	2,18	1,46	2,10	1,56	2,26	100	100	100	0,62	11,62	0,00	5,00	1,25	18,25
Fruta Fina	3,94	5,71	4,47	6,44	3,41	4,98	100	100	100	0,00	10,83	0,00	10,00	0,00	11,66
Pimienta	1,72	2,55	1,73	2,53	1,72	2,58	100	100	100	0,62	9,75	0,00	5,00	1,25	14,50
Pepino	1,43	2,21	1,44	2,17	1,42	2,25	100	100	100	0,62	5,37	0,00	5,00	1,25	5,75
Brócoli	2,70	4,02	2,80	4,11	2,60	3,94	100	100	100	0,62	6,62	0,00	5,00	1,25	8,25

(\*) Los valores están referidos a unidades: cabezas de ajos.

Espacios en blanco: productos que no se comercializan.

COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS FRUTI-HORTICOLAS EN SUPERMERCADOS															
	EPOCA DE MAYOR DEMANDA ( % )												VENTA DE PROD. LOCALES ( % )		
	TOTAL				USHUAIA				RIO GRANDE				TOTAL %	TOTAL USHUAIA	TOTAL RIO GRANDE
	Otoñ.	Inv.	Prim.	Ver.	Otoñ.	Inv.	Prim.	Ver.	Otoñ.	Inv.	Prim.	Ver.			
Lechuga	19	19	19	43	29	13	29	29	9	25	9	57	0	0	0
Acelga	31	19	19	31	29	13	29	29	33	25	9	33	0	0	0
Espinaca	37	21	15	27	40	20	20	20	33	25	9	33	0	0	0
Espárrago	37	21	15	27	40	20	20	20	33	25	9	33	0	0	0
Apio	19	19	19	43	29	13	29	29	9	25	9	57	0	0	0
Repollo	19	19	19	43	29	13	29	29	9	25	9	57	0	0	0
Perejil	19	19	31	31	29	13	29	29	9	25	33	33	0	0	0
Cebollín	17	17	33	33	29	13	29	29	9	25	33	33	0	0	0
Cilandro	25	9	33	33	25	9	33	33	0	0	0	0	0	0	0
Papa	21	29	21	29	25	25	25	25	17	33	17	33	0	0	0
Zanahoria	29	25	17	29	25	25	25	25	33	25	9	33	0	0	0
Rabanito	19	19	19	43	29	13	29	29	9	25	9	57	0	0	0
Remolacha	19	19	19	43	29	13	29	29	9	25	9	57	0	0	0
Nabo	50	50	0	0	50	50	0	0	50	50	0	0	0	0	0
Ajo (*)	23	23	23	31	29	13	29	29	17	33	17	33	0	0	0
Arveja	15	38	15	32	29	29	29	13	0	50	0	50	0	0	0
Haba	50	50	0	0					50	50	0	0	0	0	0
Ruibarbo	0	0	0	100					0	0	0	100	100	0	100
Frutilla	21	0	21	58	33	0	33	33	9	0	9	82	0	0	0
Tomate	11	13	26	50	12	0	44	44	9	25	9	57	0	0	0
Fruta Fina	13	29	13	45	17	33	17	33	9	25	9	57	0	0	0
Pimiento	19	19	19	43	29	13	29	29	9	25	9	57	0	0	0
Pepino	19	19	19	43	29	13	29	29	9	25	9	57	0	0	0
Brócoli	31	19	19	31	29	13	29	29	33	25	9	33	0	0	0

(\*) Los valores están referidos a unidades: cabezas de ajos.  
Espacios en blanco: productos que no se comercializan.

COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS FRUTI-HORTÍCOLAS EN MERCADOS Y VERDULERÍAS												
	CANTIDAD KG/AÑO			CALIDAD DE RECEPCIÓN								
	TOTAL	TOTAL USHUAIA	TOTAL RIO GRANDE	TOTAL			USHUAIA			RIO GRANDE		
				MB	B	M	MB	B	M	MB	B	M
Lechuga	122.969	44.710	78.259	13,00	45,00	52,00	20	20	80	6	70	24
Acelga	44.622	19.950	24.672	19,50	55,50	25,00	25	25	50	14	86	0
Espinaca	5.090	2.600	2.490	37,50	62,50	0,00	50	50	0	25	75	0
Espárrago	780		780	50,00	50,00	0,00				50	50	0
Apio	10.518	5.400	5.118	22,50	65,00	12,50	25	50	25	20	80	0
Apollo	44.691	28.800	15.891	3,50	55,50	41,00	0	25	75	7	86	7
Perejil	9.534	4.380	5.154	21,50	51,50	26,50	33	33	33	10	70	20
Cebollín	25.260	1.500	23.760	25,00	62,50	12,50	25	50	25	25	75	0
Cilantro												
Papa	1.072.430	716.600	355.830	13,00	56,50	30,50	20	40	40	6	73	21
Zanahoria	145.301	82.220	63.081	11,00	63,50	25,50	16	50	34	6	77	17
Rabanito	3.000		3.000	25,00	75,00	0,00				25	75	0
Remolacha	9.180	6.000	3.180	37,50	52,50	0,00	25	75	0	50	50	0
Nabo	1.110		1.110	25,00	75,00	0,00				25	75	0
Ajo ( * )	82.005	28.125	53.880	6,00	78,50	15,50	0	75	25	12	82	6
Arveja	300		300	50,00	50,00	0,00				50	50	0
Haba												
Ruibarbo												
Frutilla	3.300	1.500	1.800	25,00	62,50	12,50	25	50	25	25	75	0
Tomate	195.543	118.080	77.463	13,00	45,00	42,00	20	40	40	6	50	44
Fruta Fina	31.830		31.830	50,00	0,00	50,00	0	0	0	50	0	50
Pimiento	22.815	14.820	7.995	16,50	58,50	25,00	25	50	25	8	67	25
Pepino	22.564	11.500	11.064	19,00	74,50	6,50	25	75	0	13	74	13
Brócoli	3.870	3.000	870	25,00	37,50	37,50	50	50	0	0	25	75
Otros	9.100	4.000	5.100	25,00	37,50	37,50	50	50	0	0	25	75

(\*) Los valores están referidos a unidades: cabezas de ajos.  
Espacios en blanco: productos que no se comercializan.

## COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS FRUTI-HORTÍCOLAS EN MERCADOS Y VERDULERÍAS

	PRECIOS ( Promedio anual )						MEDIO DE TRANSPORTE			PERDIDAS					
	TOTAL		USHUAIA		RIO GRANDE		TOTAL	USHUAIA	RIO GRANDE	TOTAL		USHUAIA		RIO GRANDE	
	\$ COMPRA	\$ VENTA	\$ COMPRA	\$ VENTA	\$ COMPRA	\$ VENTA		Terrestre	Terrestre	% Trans.	% Local	% Trans.	% Local	% Trans.	% Local
	kg/Año	kg/Año	Kg/Año	Kg/Año	Kg/Año	Kg/Año									
Lechuga	1,75	2,60	1,84	2,96	1,66	2,25	100	100	100	9,08	18,38	16,00	20,00	2,17	16,76
Acelga	1,43	2,30	1,22	2,80	1,65	1,80	100	100	100	8,00	19,28	16,00	10,00	0,00	28,57
Espinaca	1,97	2,87	1,92	2,88	2,02	2,86	100	100	100	0,00	21,66	0,00	20,00	0,00	23,33
Espárrago	3,15	5,00			3,15	5,00	100		100	0,00	25,00			0,00	25,00
Aplo	3,07	4,58	4,12	6,16	2,02	3,00	100	100	100	0,00	18,75	0,00	12,50	0,00	25,00
Apollo	1,15	1,64	0,97	1,89	1,34	1,39	100	100	100	6,50	9,75	12,50	10,50	0,50	9,00
Perejil	3,13	4,20	3,54	3,46	2,73	4,95	100	100	100	0,50	12,50	0,00	8,50	1,00	16,50
Cebollín	2,71	3,99	3,33	5,33	2,09	2,66	100	100	100	0,50	14,00	0,00	10,00	1,00	18,00
Cilantro															
Papa	0,50	0,73	0,60	0,86	0,40	0,60	100	100	100	1,25	4,95	2,00	4,40	0,50	5,50
Zanahoria	0,95	1,48	1,08	1,72	0,83	1,25	100	100	100	3,74	6,68	6,66	6,66	0,83	7,10
Rabanito	1,72	2,43			1,72	2,43	100		100	0,00	20,00			0,00	20,00
Remolacha	1,36	1,91	0,83	1,58	1,89	2,25	100	100	100	0,00	14,37	0,00	10,00	0,00	18,75
Nabo	1,30	1,69			1,30	1,69	100		100	0,00	16,50			0,00	16,50
Ajo (*)	0,49	0,87	0,63	0,87	0,36	0,48	100	100	100	3,35	3,76	5,00	2,50	1,70	5,02
Arveja	2,20	3,10			2,20	3,10	100		100	0,00	10,00			0,00	10,00
Haba															
Ruibarbo															
Frutilla	6,60	8,46	7,20	8,80	6,00	8,12	100	100	100	0,00	10,62	0,00	0,00	0,00	21,25
Tomate	1,63	2,37	1,56	2,39	1,70	2,35	100	100	100	4,15	14,25	6,00	14,00	2,30	14,50
Fruta fina	3,87	4,77			3,87	4,77	100		100	0,00	25,00			0,00	25,00
Pimiento	2,66	3,72	2,64	3,97	2,69	3,48	100	100	100	3,12	11,87	5,00	11,25	1,25	12,50
Pepino	1,45	2,17	1,58	2,43	1,33	1,92	100	100	100	1,25	8,12	0,00	5,00	2,50	11,25
Brócoli	1,95	3,38	1,66	3,50	2,25	3,26	100	100	100	0,00	14,16	0,00	10,00	0,00	18,33
Otros	0,80	1,30	0,90	1,40	0,70	1,20	100	100	100	3,75	10,00	2,50	10,00	5,00	10,00

(\*) Los valores están referidos a unidades: cabezas de ajos.

Espacios en blanco: productos que no se comercializan.

COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS FRUTI-HORTICOLAS EN MERCADOS Y VERDULERIAS															
	EPOCA DE MAYOR DEMANDA												VENTA DE PROD. LOCALES ( % )		
	TOTAL				USHUAIA				RIO GRANDE				TOTAL %	TOTAL USHUAIA	TOTAL RIO GRANDE
	Otoñ	Inv.	Prim.	Ver.	Otoñ	Inv.	Prim.	Ver.	Otoñ	Inv.	Prim.	Ver.			
Lechuga	10	10	14	66	5	5	5	85	15	15	23	47	7,50	9	6
Acelga	12	35	18	35	8	42	8	42	16	28	28	28	1,00	0	2
Espinaca	16	34	16	34	25	25	25	25	8	42	8	42	1,50	0	3
Espárrago	12	12	38	38					12	12	38	38	0,00		0
Apio	10	19	19	52	12	12	12	64	8	25	25	42	1,00	0	2
Repollo	14	45	14	27	6	56	6	32	22	34	22	22	4,50	0	9
Perejil	12	40	18	30	8	42	8	42	18	37	27	18	0,50	0	1
Cebollín	16	28	28	28	25	25	25	25	10	30	30	30	0,50	0	1
Cilandro															
Papa	11	57	16	16	5	85	5	5	17	30	26	27	1,50	0	3
Zanahoria	12	31	25	32	4	37	21	38	19	25	28	28	0,50	0	1
Rabanito	8	42	8	42					8	42	8	42	1,50		3
Remolacha	22	34	22	22	25	25	25	25	19	43	19	19	1,50	0	3
Nabo	17	49	17	17					17	49	17	17	1,50		3
Ajo (*)	16	52	16	16	12	64	12	12	19	43	19	19	0,00	0	0
Arveja	25	25	25	25					25	25	25	25	0,00		0
Haba															
Ruibarbo															
Frutilla	3	3	47	47	0	0	50	50	6	6	44	44	36,50	70	3
Tomate	8	14	26	52	5	5	25	65	11	23	27	39	0,00	0	0
Fruta Fina	6	6	31	57					6	6	31	57	0,00		0
Pimiento	13	29	31	27	7	31	31	31	19	27	31	23	0,00	0	0
Pepino	8	14	23	55	12	12	12	64	3	16	34	47	0,00	0	0
Brócoli	21	37	21	21	25	25	25	25	16	52	16	16	0,00	0	0
Otros	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	0,00	0	0

(\*) Los valores están referidos a unidades: cabezas de ajos.  
Espacios en blanco: productos que no se comercializan.



## COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS FLORALES

	CANTIDAD: Gr / Año ; Unidad / Año.									CALIDAD DE RECEPCIÓN ( % )								
	TOTAL			USHUAIA			RIO GRANDE			TOTAL			USHUAIA			RIO GRANDE		
	Semil.	Plant.	Corte	Sem.	Plant.	Cort.	Sem.	Plant.	Cort.	MB	B	M	MB	B	M	MB	B	M
	gr/Año	U/Año	U/Año	gr/Año	U/Año	U/Año	gr/Año	U/Año	U/Año									
Alelí	100	700					100	700		50	50	0				50	50	0
Aliso	60	200					60	200		50	50	0				50	50	0
Caléndula	200	1.200					200	1.200		100	0	0				100	0	0
Clavelina	920	6.100		720			200	6.100		75	25	0	100	0	0	50	50	0
Claveles	60	500	30.400			14.400	60	500	16.000	75	25	0	100	0	0	50	50	0
Conejitos	60	300					60	300		50	50	0				50	50	0
Coqueta	100	600					100	600		50	50	0				50	50	0
Ficoides	600	3.000					600	3.000		50	50	0				50	50	0
Flox	20						20			50	50	0				50	50	0
Godetia	100	100					100	100		50	50	0				50	50	0
Iberis																		
Lobelia	100	200					100	200		50	50	0				50	50	0
Nemesia	60						60			50	50	0				50	50	0
Pensamiento	500	2.200					500	2.200		100	0	0				100	0	0
Margarita	60	500					60	500		50	50	0				50	50	0
Rosa			33264			22.464			10.800	75	25	0	100	0	0	50	50	0
Lupino	600	500					600	500		75	25	0	100	0	0	50	50	0
Otras (*)			7.776			7.776				100	0	0	100	0	0			

(\*) Otras: Gladiolos, Liliun, Crisantemos

Espacios en blanco: productos que no se comercializan.

COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS FLORALES																		
	PRECIOS ( Promedio anual )																	
	TOTAL						USHUAIA						RIO GRANDE					
	\$ COMPRA			\$ VENTA			\$ COMPRA			\$ VENTA			\$ COMPRA			\$ VENTA		
	Semil.	Plant.	Corte	Semil.	Plant.	Corte	Semil.	Plant.	Corte	Semil.	Plant.	Corte	Semil.	Plant.	Corte	Semil.	Plant.	Corte
Alfeli	1,10	0,30		2,00	0,60								1,10	0,30		2,00	0,60	
Aliso	1,10	0,30		2,00	0,60								1,10	0,30		2,00	0,60	
Caléndula	1,10	0,30		2,00	0,80								1,10	0,30		2,00	0,80	
Clavelina	1,10	0,30		2,00	1,00								1,10	0,30		2,00	1,00	
Claveles	1,15	0,30		2,20	0,60		1,20			2,40			1,10	0,30		2,00	0,60	
Conejitos	1,10	0,30	0,57	2,00	0,60	1,48			0,75			1,66	1,10	0,30	0,39	2,00	0,60	1,30
Coqueta	1,10	0,30		2,00	0,60								1,10	0,30		2,00	0,60	
Ficoides	1,10	0,30		2,00	0,60								1,10	0,30		2,00	0,60	
Flox	1,10	0,30		2,00	0,60								1,10	0,30		2,00	0,60	
Godetia	1,10	0,30		2,00	0,60								1,10	0,30		2,00	0,60	
Iberis	1,10	0,30		2,00	0,60								1,10	0,30		2,00	0,60	
Lobelia																		
Nemesia	1,10	0,30		2,00	0,60								1,10	0,30		2,00	0,60	
Pensamiento	1,10	0,30		2,00	0,60								1,10	0,30		2,00	0,60	
Margarita	1,10	0,30		2,00	0,60								1,10	0,30		2,00	0,60	
Rosa	1,10	0,30		2,00	0,60								1,10	0,30		2,00	0,60	
Lupino	1,10	0,30	1,37	2,00	0,60	2,55			1,45			2,50	1,10	0,30	1,30	2,00	0,60	2,60
Otras	1,10	0,30		2,00	1,50								1,10	0,30		2,00	1,50	

( \* ) Otras: Gladiolos, Lillium, Crisantemos

Espacios en blanco: productos que no se comercializan.

\$ Plantines enraizados y Florales de corte: por unidad.

\$ Semillas por paquete

	MEDIO DE TRANSPORTE						PÉRDIDAS					
	TOTAL		USHUAIA		RIO GRANDE		TOTAL		USHUAIA		RIO GRANDE	
	Aéreo	Terrestre	Aéreo	Terrest.	Aéreo	Terrest.	% Trans.	% Local	% Trans.	% Local	% Trans.	% Local
Alfalfa	0	100				100	0,00	18,00			0	18
Aliso	0	100				100	0,00	0,00			0	0
Caléndula	0	100				100	0,00	39,00			0	39
Clavelina	75	25	100	0	50	50	5,00	35,00			5	35
Claveles	75	25	100	0	50	50	1,50	10,50	0	0	3	21
Conejitos	0	100				100	1,50	14,00	3	10	0	18
Coqueta	0	100				100	0,00	34,00			0	34
Ficoides	0	100				100	0,00	39,00			0	39
Flox	0	100				100	0,00	0,00			0	0
Godetia	0	100				100	0,00	0,00			0	0
Iberis												
Lobelia	0	100				100	0,00	49,00			0	49
Nemesia	0	100				100		0,00				0
Pensamiento	0	100				100	0,00	24,00			0	24
Margarita	0	100				100	0,00	35,00			0	35
Rosa	100	0	100	0	100	0	5,00	30,00			5	30
Lupino	0	100				100	2,00	15,00	4	10	0	20
Otras (*)	100	0	100	0			3,00	10,00	3	10		

(\*) Otras: Gladiolos, Liliun, Crisantemos

Espacios en blanco: productos que no se comercializan.

COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS FLORALES															
	EPOCA DE MAYOR DEMANDA												VENTA DE PROD. LOCALES (%)		
	TOTAL				USHUAIA				RIO GRANDE				TOTAL	USHUAIA	RIO GRANDE
	Otoñ	Inv.	Prim.	Ver.	Otoñ	Inv.	Prim.	Ver.	Otoñ	Inv.	Prim.	Ver.	%	%	%
Alfeli	0	0	50	50					0	0	50	50	50		50
Aliso	0	0	50	50					0	0	50	50	50		50
Caléndula	0	0	50	50					0	0	50	50	66		66
Clavelina	0	0	50	50	0	0	50	50	0	0	50	50	25	0	50
Claveles	12,5	12,5	37,5	37,5	0	0	50	50	25	25	25	25	12,5	0	25
Conejitos	0	0	50	50					0	0	50	50	50		50
Ficoide	0	0	50	50					0	0	50	50	50		50
Flox	0	0	50	50					0	0	50	50	0		0
Godetia	0	0	50	50					0	0	50	50	50		50
Iberis															
Lobelia	0	0	50	50					0	0	50	50	50		50
Nemesia	0	0	50	50					0	0	50	50	0		0
Pensamiento	0	0	50	50					0	0	50	50	66		66
Margarita	0	0	50	50					0	0	50	50	50		50
Rosa	12,5	12,5	37,5	37,5	0	0	50	50	25	25	25	25	0	0	0
Lupino	0	0	50	50					0	0	50	50	50		50
Otras (*)	0	0	50	50	0	0	50	50						0	

(\*) Otras: Gladiolos, Liliun, Crisantemos

Espacios en blanco: productos que no se comercializan.