SERIE PUBLICACIONES MISCELANEAS No. 136

# EL IMPACTO POTENCIAL DE LOS NUEVOS MERCADOS MAYORISTAS SOBRE LOS COSTOS DE DISTRIBUCION DE ALIMENTOS EN AREAS URBANAS



IICA

Norberto Frigerio

Oficina de Coordinación del Plan de Acción en Costa Rica, Julio de 1976

Serie Publicaciones Misceláneas No. 136

INSTITUTO INTERAMERICANO DE CIENCIAS AGRICOLAS – OEA
Programa Hemisférico de Comercialización

# EL IMPACTO POTENCIAL DE LOS NUEVOS MERCADOS MAYORISTAS SOBRE LOS COSTOS DE DISTRIBUCION DE ALIMENTOS EN AREAS URBANAS

Econ. Agr. Norberto Frigerio

Trabajo preparado con motivo de la II Reunión Nacional
sobre Instrumentos de Comercialización:
Centrales de Abastecimiento
Barquisimeto, Venezuela, 20 al 23 de mayo de 1975

San José, Costa Rica, Julio de 1976

CONTENIDO

# 1. INTRODUCCION

## 1.1 PROBLEMATICA

Conviene dilucidar claramente desde un principio cuál es la problemática a la cual nos enfrentamos, distinguiendo los aspectos socioeconómicos de los comerciales y urbanísticos.

En los países subdesarrollados, en general prevalece una mentalidad "anti-intermediario". Ello hace que mayoristas y minoristas sean acusados de los graves problemas de abastecimiento urbano de alimentos, que en realidad resultan de que la demanda urbana crece a un ritmo superior al de la oferta.

La mentalidad "anti-intermediario" a que hemos hecho referencia conduce, sin problemas de conciencia, a formular la hipótesis de que los problemas de abastecimiento de alimentos son resultado de la conducta inescrupulosa de los comerciantes, que se aprovechan de productores y consumidores al operar con beneficios económicos excesivamente altos. Dicha hipótesis conduce casi inexorablemente a la acción de policía por parte de los organismos del Estado, que fijarán precios máximos o márgenes fijos de intermediación y tratarán de fiscalizar su cumplimiento, aunque por cierto sin éxito, por carecer de los recursos técnicos y económicos necesarios para un efectivo control.

Alternativamente, se puede plantear la hipótesis de que la estructura comercial no ha evolucionado suficientemente para hacer frente a las nuevas necesidades de abastecimiento de alimentos. El comportamiento de los comerciantes, según esta hipótesis, resulta de condiciones estructurales propias de un sistema tradicional de distribución de alimentos y, como consecuencia de dicho diagnóstico, la acción remedial propone la introducción de reformas en los sistemas de distribución de alimentos, a fin de realizar o promover los cambios estructurales que permitirán lograr un mejor desempeño del sector comercial [1/].

El mejor desempeño del sector comercial se alcanzará en el nuevo enfoque por medio de:

a) La reducción de los costos de distribución de alimentos; y

b) una mayor competencia entre los comerciantes que resulte en menores precios de los alimentos y/o más y/o mejores servicios prestados a los consumidores, o en mayores precios pagados a los productores agropecuarios.

---

1/ L.J. Chiodo, C.A. Desmery y E.L. Kornreich, "Reestructuración del Abastecimiento. Un Modelo de Competencia Intertipo para la Comercialización Masiva de Alimentos en el Area Metropolitana de Buenos Aires", Buenos Aires, julio de 1966, impreso en mimeógrafo por el Centro de Estudiantes de Agronomía de Buenos Aires.

Las reformas que usualmente se proponen son primordialmente:

a) Creación de una nueva Central de Abastecimiento (o Mercado Mayorista Polirrúbrico o Centro de Distribución de Alimentos); y

b) promoción de cadenas de comercios detallistas de venta por autoservicio, principalmente cadenas de supermercados y subsecuentemente cadenas voluntarias o cooperativas.

Estas reformas se complementan con una serie de programas auxiliares, como por ejemplo:

- Mejoramiento de los sistemas de normas y medidas y tipificación de productos y envases;

- mejoramiento de los sistemas de información de mercado;

- establecimiento de líneas especiales de crédito para comerciantes mayoristas y minoristas de alimentos;

- capacitación de dichos comerciantes para que realicen una mejor gestión empresarial; y

- capacitación de funcionarios públicos y estudiantes universitarios en el análisis y solución de los problemas de comercialización.

Dado que los cambios propuestos no surgen espontáneamente sino que requieren de la acción correctiva del Estado, también hace falta la

adecuación institucional del sector público para que pueda hacer frente a las nuevas funciones que debe cumplir.

Tanto la reforma de la función de distribución mayorista de alimentos como la de distribución minorista se enfrentan con problemas de desarrollo urbano. El mercado mayorista tradicional, como consecuencia del crecimiento de las ciudades, generalmente queda ubicado en o cerca del centro urbano. La necesidad de expandir las operaciones comerciales obliga a los comerciantes a operar en construcciones residenciales que no han sido diseñadas para este tipo de operación. Tanto estas construcciones como el mercado tradicional carecen de un diseño que posibilite la adopción de formas de manipuleo de la mercadería que permitan aumentar la productividad en el aprovechamiento del espacio. La ubicación del mercado tradicional en zonas céntricas, de calles estrechas, con facilidades escasas o nulas para el estacionamiento de vehículos, genera serios problemas de tráfico que constituyen un costo social que paga la comunidad para mantener un servicio ineficiente. Los desperdicios de mercadería, que resultan del mal manejo de los productos o del exceso de oferta, se acumulan en las calles, creando un problema estético y un problema sanitario. El traslado del mercado plantea el problema de conseguir un terreno suficientemente amplio para atender las necesidades presentes y futuras y adecuadamente ubicado en relación a la red vial existente y proyectada.

La promoción de supermercados también se enfrenta con el problema de conseguir lotes suficientemente grandes y bien ubicados dados los equipos urbanos densos y el subdesarrollo de la infraestructura vial que caracterizan a las ciudades latinoamericanas.

## 1.2 OBJETIVOS

La creación de nuevos mercados mayoristas donde se comercia exclusivamente a nivel mayorista una amplia línea de productos, destacándose los más perecederos, se justifica generalmente en base a los siguientes beneficios a alcanzar en relación a la situación preexistente, a saber:

a) Se eliminan los problemas de congestión del tránsito, reduciendo los costos de abastecimiento a los mayoristas, los costos de abastecimiento de los detallistas y los altos costos de transporte que resultan de la congestión y que constituyen un costo social que paga la comunidad.

b) Reducción de pérdidas por manipuleo excesivo e inadecuado.

c) Acceso de los productores agrícolas al mercado.

d) Reducción de las actividades de intermediación.

e) Mejor formación de precios.

f) Mayor y mejor información de mercado, de la cual se benefician todos los usuarios potenciales y en particular los productores agrícolas.

En base a los beneficios económicos esperados, se elaboran proyectos de factibilidad económica-financiera que muestran que la renta que producirá el nuevo mercado mayorista permitirá cubrir los gastos de operación del mismo y los servicios financieros emergentes de la inversión realizada.

Este esquema elude un análisis económico más profundo y puede conducir a situaciones indeseables. Cuando la autoridad a cargo de la administración del nuevo mercado central está en condiciones de vender monopolísticamente los derechos a operar en la misma, se pueden fijar rentas y tasas suficientemente altas como para cubrir los costos[1/]. Sin embargo, ello implica una asignación incorrecta de recursos económicos, genera una gran resistencia por parte de los mayoristas a trasladarse a las nuevas instalaciones, crea incentivos muy fuertes para generar operaciones de mayoreo fuera del mercado y se abstrae de considerar el posible impacto económico sobre los demás participantes en el sistema de distribución. En su versión más simple, con criterio exclusivamente urbanista, se trata de trasladar a los mayoristas de un local viejo a un local nuevo, más cómodo y más caro. Las ganancias que se pueden obtener en el mejoramiento

---

1/ Hyde, Martín. "Análisis Económico y Financiero para Estudios de Factibilidad de Proyectos de Mercados Mayoristas". Trabajo presentado en la Conferencia Técnica Sobre la Planificación y Operación de Mercados Mayoristas en América Latina, Brasilia, 18 - 22 de octubre de 1971.

de los sistemas de manipuleo de la mercadería a nivel del mercado mayorista se ven anuladas, a veces con creces, por las mayores rentas y tasas.

Las preguntas que debemos formularnos en un análisis más exhaustivo son las siguientes[1/]:

- Reducirá el nuevo mercado mayorista los costos de comercialización?

- Constituye el nuevo mercado mayorista la solución de menor costo para los problemas existentes?

- Si, en efecto, el nuevo mercado mayorista reduce los costos de distribución de los alimentos, quién o quiénes van a obtener los beneficios?

- Cómo afectará la operación del nuevo mercado mayorista a los demás participantes en el mercado?

Más importante aún, será el nuevo mercado mayorista construído sólo con el propósito de hacer frente a los problemas surgidos de la evolución natural de la estructura comercial o será utilizado como

---

1/ Frigerio, Norberto, "Alternative Wholesale Facility Arrengements for Fresh Fruits and Vegetables in the Buenos Aires Metropolitan Region", Tesis Doctoral, Departamento de Economía Agrícola, Michigan State University, E. Lansing, Mich., U.S.A., 1973.

instrumento de política dentro de un programa más amplio, de más largo plazo, con miras a influir la dirección del cambio de la estructura comercial con la finalidad de alcanzar algunos objetivos de desarrollo?

Al tratar de contestar algunas de estas preguntas, el presente trabajo se centrará en los objetivos siguientes:

a) Demostrar la conveniencia de considerar el impacto de los proyectos inicialmente seleccionados sobre los costos de distribución urbana y no sólo los costos a nivel de la propia central.

b) Demostrar la necesidad de considerar proyectos alternativos como solución a los problemas detectados.

c) Presentar algunas consideraciones sobre la necesidad de formular objetivos realistas para justificar la construcción de mercados mayoristas, o de diseñar programas de mejoramiento de los sistemas de comercialización que permitan alcanzar los objetivos planteados.

## 1.3 DESARROLLO DEL TRABAJO

En la sección siguiente se presenta un marco de referencia para el análisis de las relaciones funcionales básicas que afectan los costos de distribución urbana, enfocadas desde el punto de vista de las posibilidades que ofrece el mejoramiento del sistema de distribución mayorista de alimentos perecederos.

En la tercera sección se presentan los resultados de un análisis realizado por el autor en relación a la factibilidad económica de un proyecto de Mercado Central Mayorista para servir el Area Metropolitana de Buenos Aires.

En la última sección se presentan las conclusiones generales del trabajo y se formulan algunos comentarios adicionales en relación a la perspectiva con que se debe enfocar la reforma del sistema de distribución mayorista de alimentos y a la necesidad de formular programas de comercialización más amplios.

## 2. UN MARCO ANALITICO SIMPLE PARA CONSIDERAR EL EFECTO POTENCIAL DE UN NUEVO MERCADO MAYORISTA SOBRE LOS COSTOS DE DISTRIBUCION URBANA DE ALIMENTOS

El marco analítico que se presenta a continuación pretende mostrar las relaciones funcionales básicas entre las diferentes variables que afectan directamente o indirectamente los costos de distribución urbana de productos perecederos, enfocadas a partir de las posibilidades que ofrece el mejoramiento del sistema de distribución mayorista. Este marco analítico es lo suficiente flexible para ajustarse a las diversas situaciones de desarrollo socioeconómico y urbano prevalecientes en la América Latina. Puede resultar sumamente útil como instrumento de análisis de diferentes situaciones y como marco de referencia para ubicar el análisis descriptivo de las diferentes variables en un contexto más amplio.

Los costos de distribución urbana de los alimentos a comerciar en las nuevas instalaciones (Cd), definidos como los costos de comercialización desde que los productos llegan a la planta urbana hasta que son entregados en los comercios detallistas, incluyen los costos directos de uso de las instalaciones (Od), los costos operativos indirectos (Oi), que son influidos por las características estructurales del comercio mayorista de alimentos, y los costos sociales (Cs), que son causados por la localización de las instalaciones dentro de la planta urbana (Ecuación 1).

$$Cd = f(Od, Oi, Cs) \qquad (1)$$

Los costos directos imputados al uso de las instalaciones están constituídos por las rentas y otros gastos fijos que pagan los mayoristas y son función del monto de la inversión en el mercado mayorista (I) y de la tasa de interés que refleja el valor social del capital (i) (Ecuación 2).

$$Od= f(I, i) \qquad (2)$$

El monto de la inversión en instalaciones de comercio al por mayor dependerá del volumen de alimentos que pasará por los mercados a nivel mayorista (V) y del grado de desarrollo tecnológico en el diseño, construcción, y operación de las nuevas instalaciones (Z) (Ecuación 3).

$$I= f(V, Z) \qquad (3)$$

El volumen de alimentos que pasará por los mercados a nivel mayorista depende de los niveles de consumo per cápita de los distintos alimentos (C/N), del tamaño de la población en el área servida por el sistema de distribución mayorista (N) y de las características estructurales del comercio minorista de alimentos (Rs) (Ecuación 4).

$$V= f(C/N, N, Rs) \qquad (4)$$

El nivel de consumo per cápita de los alimentos a comerciar en el mercado mayorista es una función del precio de los demás alimentos (P), del nivel de ingreso per cápita (Y/N) de la población en el área de influencia del mercado mayorista y de la estructura de empleo en dicha área (E) (Ecuación 5).

$$C/N= f(P, Y/N, E) \qquad (5)$$

El monto de los costos operativos indirectos dependerá de la manera en que el diseño de las nuevas instalaciones y la organización del sistema de distribución mayorista van a afectar los costos de abastecimiento de los detallistas (Rp), los costos de manipuleo de la mercadería (Ch), el costo imputado al tiempo que los camiones de abasto emplean en descargar la mercadería (Tu) y los costos de transporte intraurbano entre comerciantes mayoristas (Ti) (Ecuación 6).

$$Oi = f(Rp, Ch, Tu, Ti) \qquad (6)$$

Los costos de transporte de los detallistas dependen de las características estructurales del comercio detallista (Rs), del número de mercados mayoristas (Wmn), de la adecuación de la localización a las necesidades del tráfico (Wlt) [1/] y del modo de transportar las compras de mercaderías realizadas por los detallistas (Tm) (Ecuación 7).

$$Rp = f(Rs, Wmn, Wlt, Tm) \qquad (7)$$

Los costos de manipuleo son función del grado de desarrollo y flexibilidad de las instalaciones (Wcf) [2/], que puede constituir una restricción

---

1/ La adecuación de la localización a las necesidades del tráfico dependen de: (1) el grado de accesibilidad a las carreteras y la disponibilidad de accesos ferroviarios; y (2) de la facilidad en el acceso a los tramos y en la salida del mercado.

2/ El criterio de grado de desarrollo y flexibilidad de las instalaciones tiene en cuenta la disponibilidad de espacio para estacionamiento de vehículos, exhibición de la mercadería, descarga de vehículos, almacenamiento de los productos y expansión de las instalaciones en el futuro.

en el uso de algunas técnicas de manipuleo, y del nivel de los salarios (w) y de la tasa de interés (i), que deben ser tenidos en cuenta a fin de adoptar técnicas de manipuleo que empleen los factores de producción en proporciones que reflejen sus costos relativos, aunque con las restricciones que imponga el diseño de las instalaciones (Ecuación 8).

$$Ch= f(Wcf, w, i) \qquad (8)$$

El costo imputado al tiempo que los camiones de abastecimiento emplean en descargar la mercadería (Tu) depende de la adecuación de la localización de las instalaciones a las necesidades del tráfico (Wlt), que incide sobre el tiempo que los camiones emplean en llegar al mercado y en entrar al mismo; y del grado de desarrollo y flexibilidad de las instalaciones (Wcf), que influyen sobre el tiempo necesario para realizar la descarga propiamente dicha, en forma directa a través de la disponibilidad de espacio e instalaciones de descarga, e indirectamente a través de las restricciones que el diseño impone en relación a las técnicas de manipuleo que pueden ser adoptadas (Ecuación 9).

$$Tu= f(Wlt, Wcf) \qquad (9)$$

Los costos de transporte intraurbano que resultan de transacciones entre mayoristas son función del número de mercados mayoristas (y de otras instalaciones de comercio al por mayor) de alimentos (Wmn) y de la adecuación de la localización a las necesidades del tráfico (Wlt) (Ecuación 10).

$$Ti= f(Wmn, Wlt) \qquad (10)$$

El número de mercados mayoristas depende del tamaño del área a ser servida por el sistema de distribución mayorista de alimentos (A), la distribución espacial de la población en el área (Nl) y las características estructurales del comercio detallista (Rs) (Ecuación 11).

$$Wmn = f(A, Nl, Rs) \qquad (11)$$

Los costos sociales son función del número de mercados mayoristas (Wmn), que afectará el proceso de formación de precios, y de la adecuación de la localización a las necesidades del tráfico (Wlt), que afectará no sólo a los participantes en el mercado sino también a aquellos que habitan en la zona y a los que transitan por la misma (Ecuación 12).

$$Cs = f(Wmn, Wlt) \qquad (12)$$

En resumen, las variables que afectan los costos de distribución urbana de alimentos, son las siguientes (Ecuación 13).

$$Cd = f(P, Y/N, E, N, Nl, A, Rs, Tm, Wmn, Wlt, Z, w, i) \qquad (13)$$

La mayoría de estas variables independientes son predeterminadas. Interesa estimar sus valores, así como los cambios que se pueden esperar en el futuro. Algunas de las variables que pueden ser utilizadas como instrumentos de política para influir sobre los costos de distribución y la evolución de la estructura comercial son las características estructurales del comercio minorista (Rs), la forma de transporte de las compras realizadas por los detallistas (Tm), el número de mercados mayoristas (Wmn),

la adecuación de la localización a las necesidades del tráfico (Wlt), el grado de desarrollo y flexibilidad de las instalaciones de los mercados mayoristas (Wcf) y el grado de desarrollo tecnológico en el diseño, construcción y operación de la central (Z).

Diferentes combinaciones de estas variables pueden ser empleadas para afectar la organización de la distribución mayorista de alimentos dependiendo de los objetivos de política, el alcance del programa y los objetivos de más largo plazo de la sociedad que encuadran la acción del gobierno.

## 3. UN ANALISIS CRITICO DEL PROYECTO DEL NUEVO MERCADO CENTRAL PARA EL AREA METROPOLITANA DE BUENOS AIRES

En esta sección se analiza el proyecto de mercado mayorista para el Area Metropolitana de Buenos Aires, comparándolo con sistemas alternativos de distribución. El análisis se ha restringido al comercio de las frutas y hortalizas frescas, que constituyen los principales productos que se comercian en los mercados centrales del área, ya que los demás, que ofrecen un alto grado de tipificación y estandarización de envases, no requieren de la concentración como un medio de facilitar las transacciones, negociándose por descripción.

### 3.1 EL SISTEMA ACTUAL DE DISTRIBUCION MAYORISTA DE FRUTAS Y HORTALIZAS FRESCAS EN EL AREA METROPOLITANA DE BUENOS AIRES

Buenos Aires es uno de los más grandes conglomerados urbanos en el mundo. La población, 8.350.000 habitantes en 1970, ha crecido rápidamente, particularmente desde 1947, debido a que el crecimiento vegetativo natural de la población se combinó con movimientos migratorios internos que tendieron a concentrar la población en la Capital Federal y en sus alrededores.

El aumento de la demanda por alimentos y por los servicios de comercialización de alimentos resultante del rápido incremento de la población, del aumento de los niveles de ingreso per cápita y de la expansión del área del mercado, exigió la adición de un número considerable de comercios detallistas de alimentos. Esto creó la

necesidad de contar con nuevos mercados mayoristas de frutas y hortalizas frescas que, siguiendo las puntas de los asentamientos humanos, fueron construídos en el llamado Gran Buenos Aires, constituyendo una corona de mercados mayoristas alrededor del Distrito Federal.

Sin embargo, los mercados mayoristas ubicados en el centro de la ciudad carecían de espacio para una expansión planeada y ordenada de las actividades comerciales que permitiera satisfacer el aumento en la demanda de frutas y hortalizas frescas en el Distrito Federal. Debido a ello, las actividades de los mercados y otras actividades comerciales conexas, se expandieron en las áreas vecinas a los mercados, que sufrieron una creciente congestión comercial y de tránsito automotor. Esta situación se agravó aún más en la década de los años 60, en que el parque automotor de vehículos particulares creció rápidamente mientras que la infraestructura vial permanecía sin ampliaciones significativas. Como consecuencia de ello, la operación de esos mercados mayoristas impone sustanciales costos sociales sobre los barrios céntricos de más alta densidad de población. Asimismo, en la medida en que los costos operativos de dichos mercados aumentan, los costos de comercialización de frutas y hortalizas frescas en el Area Metropolitana de Buenos Aires deben ir aumentando con el tiempo.

El comercio minorista se caracteriza por un gran número de pequeños detallistas que efectúan compras de frutas y hortalizas frescas varios días a la semana en el mercado central polirrúbrico más próximo a su negocio. Muchos detallistas usan vehículos propios para transportar la mercadería que compran. También existe un reducido número de comercios detallistas de alimentos de venta por autoservicio que enfrentan serios problemas de abastecimiento en sus secciones de frutas y hortalizas frescas.

El sistema de distribución mayorista de frutas y hortalizas frescas es sumamente complejo. Existen cuatro mercados de concentración especializados por producto o grupo de productos y diecinueve mercados mayoristas polirrúbricos. Asimismo, hay un reducido número de grandes mayoristas introductores ubicados en su mayoría fuera de las áreas de los mercados mayoristas, y un número importante de pequeños mayoristas que operan en los tramos de los mercados o en antiguas residencias contiguas a los mercados. Estas características estructurales han producido dos consecuencias indeseables: (1) hay un volumen sustancial de transacciones entre mayoristas introductores y mayoristas revendedores, que supuestamente debe resultar en costos de distribución más altos que los que tendrían lugar en un sistema de distribución mejor organizado; y (2) hay poca transparencia en las transacciones para la mayor parte de los productos.

La Corporación del Mercado Central de Buenos Aires ha proyectado concentrar todas las transacciones en un solo mercado. Dicho proyecto

implica que las características estructurales y de localización del comercio mayorista de frutas y hortalizas frescas, a saber: el número de mercados mayoristas (Wmn), la adecuación de la localización a las necesidades del tráfico (Wlt) y el grado de desarrollo y flexibilidad del diseño (Wcf) constituyen los instrumentos de política para resolver los problemas antes mencionados. Dicha solución supone implícitamente que los cambios estructurales en el comercio detallista de frutas y hortalizas frescas (Rs) tendrán lugar independientemente de los cambios a operar en la estructura mayorista y que el modo de transporte de las compras efectuadas por los detallistas (Tm) se ajustará espontáneamente a la nueva situación.

En relación a dicho proyecto hay tres cuestiones sumamente importantes que discutir. Primero, la amplitud del análisis de los costos y beneficios a realizar para determinar la factibilidad económica del Proyecto. Segundo, si los objetivos señalados para justificar el proyecto pueden ser alcanzados mediante la construcción y operación de un mercado central mayorista. Tercero, la consideración de proyectos alternativos como requisito para determinar si el proyecto identificado constituye la opción de menor costo.

## 3.2 EL PROYECTO 1/

La responsabilidad de la creación de un nuevo mercado central para la Región Metropolitana de Buenos Aires fue asignada a la Corporación del Mercado Central de Buenos Aires, un organismo público autónomo, resultante de un acuerdo de acción conjunta por parte del Gobierno Nacional, la Provincia de Buenos Aires y la Municipalidad de la Ciudad de Buenos Aires. Las instalaciones del nuevo Mercado Central se construirán en el Gran Buenos Aires en las proximidades del límite con el Distrito Federal (Figura 1). El área total del terreno es de 549 hectáreas, de las cuales 210 serán destinadas al mercado mayorista y el resto, 339 hectáreas, serán mantenidas en reserva para la futura expansión del mercado y de otras actividades relacionadas con la operación del mercado.

En la primer etapa de desarrollo del Proyecto, el mercado comercializará frutas y hortalizas frescas en una zona comercial de 18,5 hectáreas, y pescado (0,9 hectáreas). El Centro Administrativo tendrá 2 hectáreas, el espacio destinado a estacionamiento de vehículos cubriría 39 hectáreas, las calles 24 hectáreas; y la parrilla

---

1/ Se presenta aquí una breve descripción del Proyecto en el estado en que se encontraba a la fecha del cambio de gobierno ocurrido en mayo de 1973. Dicha situación no había variado significativamente a la fecha del cambio de gobierno de marzo de 1976.

ferroviaria 30 hectáreas. En una segunda etapa de desarrollo se agregarían un frigorífico, instalaciones para la maduración de bananas, e instalaciones para la comercialización de flores y huevos.

Los principales costos directos del nuevo mercado mayorista son costos de capital (inversión en tierra, instalaciones y equipo) y costos operativos. Los principales beneficios directos son los ingresos generados en concepto de rentas y tasas y las reducciones en la pérdida de productos que los nuevos métodos de manipuleo e instalaciones de almacenamiento deben hacer posible.

Los ingresos del mercado provendrían de las siguientes fuentes: (1) rentas del alquiler de 1.200 tramos de frutas y hortalizas frescas y de 50 tramos de pescado, 4,3 millones de dólares por año; y en concepto de concesiones para la operación de bancos, playas de estacionamiento de vehículos, restaurantes y cafeterías, estaciones de servicio de automotores y otros negocios, un millón de dólares por año; (2) tasas sobre servicios generales de perfecta divisibilidad (como almacenamiento); y (3) una tasa sobre servicios generales de imperfecta divisibilidad, principalmente gastos en servicios generales (limpieza, vigilancia, etc.) y los salarios pagados a la Junta de Directores, al administrador del mercado, al personal técnico y al personal auxiliar de varios departamentos del mercado.

El enfoque conceptual del proyecto revela una mentalidad "anti-intermediario" y ciertas creencias particulares acerca de la forma en que

opera el sistema de mercadeo. Las principales reducciones de costo previstas por el proyecto provendrían de la eliminación de la mayoría de los mayoristas revendedores y de la adopción de técnicas de manipuleo de producto que hacen uso intensivo de equipo de manipuleo, lo cual haría posible una reducción significativa del número de changadores. El enfoque del proyecto es pues el de que los servicios de los mayoristas revendedores constituyen un costo innecesario en el proceso de distribución. Asimismo, muestra despreocupación por los problemas de desempleo que el proyecto generará. Se conceptualiza que la transparencia de transacciones se logrará mediante la concentración física de la mercadería, de los compradores y de los vendedores en un mercado mayorista. Dicha concentración sería obligatoria en virtud de la legislación [1/] que permite declarar ilegales las transacciones mayoristas fuera del recinto del mercado. Estas disposiciones tendrían fuerza legal en un área definida por el llamado "perímetro de defensa" del mercado.

La decisión de construir y operar un sólo mercado mayorista para la comercialización de frutas y hortalizas frescas y las creencias implícitas en el enfoque expuesto acerca de como opera el sistema de mercadeo plantean varias cuestiones que es importante y útil dicutir.

---

1/ Ley de Mercados de Interés Nacional, 1971.

## 3.3 LA FACTIBILIDAD ECONOMICA DEL PROYECTO

La determinación de la factibilidad económica del Proyecto puede enfocarse de dos maneras:

1) Por un simple análisis de rentabilidad, comparando los costos e ingresos internos del proyecto, sin intentar la cuantificación de los efectos de las nuevas instalaciones y forma de operación tanto sobre las personas que participan en las actividades del mercado como sobre las que no participan en ellas; y

2) extendiendo el análisis de los costos e ingresos internos de modo de incluir también los costos y beneficios indirectos y los costos y beneficios sociales que el proyecto generará.

Siguiendo el primer enfoque, al determinar la factibilidad del Proyecto, las rentas y las tasas por servicios generales que pagarán los mayoristas por usar las nuevas instalaciones, constituyen los beneficios que se espera obtener.

Sin embargo, el monto a pagar en concepto de rentas y tasas puede resultar más alto en el Proyecto que en la situación actual. Si este fuera el caso, al emplear el segundo enfoque de determinación de factibilidad económica, la diferencia (entre los montos a pagar en rentas y tasas en las situaciones futura y presente) se convierte en un costo que recae sobre los mayoristas en primer término, pero que puede ser fácilmente pasado a los detallistas y luego a los consumidores

en forma de precios de venta de frutas y hortalizas más elevados, o, alternativamente, dicho costo puede ser pasado a los productores mediante el simple procedimiento de pagarles precios más bajos por sus productos. Por lo tanto, dicha diferencia constituye un costo marginal que se le cargará al sistema de distribución de alimentos y que en definitiva será pagado por los consumidores o por los productores o por ambos.

La posibilidad de que los costos fijos resulten más altos en el Proyecto que en el sistema actual, constituye una de las cuestiones más críticas que el Proyecto plantea. Dado que se propone establecer la ilegalidad de las transacciones mayoristas que se realicen fuera del nuevo mercado mayorista en un área que abarca la mayor parte de la Región Metropolitana de Buenos Aires, la Administración del Mercado Central de Buenos Aires estará en la posición de poder fijar en forma monopolística las rentas y tasas necesarias para pagar los costos aún de una administración ineficiente del mercado.

Sin embargo, aún cuando las rentas y otros costos fijos resulten superiores en el Nuevo Mercado Central a dichos costos en el sistema actual, empleando el criterio más amplio de determinación de factibilidad económica, el Proyecto aún puede constituir una alternativa de más bajo costo de distribución que el sistema actual, si permite obtener una reducción de los costos indirectos y/o de los costos sociales. De modo que el criterio más amplio de determinación de

factibilidad económica tiene en cuenta los efectos externos que producirá el Proyecto, haciendo que algunos participantes en el mercado mejoren su posición y que otros resulten perjudicados en relación a la situación actual.

Los costos operativos indirectos que deben ser considerados son:

1) Costos de manipuleo del producto;
2) costos de transporte intraurbano, resultantes de las transacciones entre mayoristas en frutas y hortalizas frescas;
3) costos de transporte de los detallistas que realizan compras en el nuevo mercado central; y
4) costo de transporte para los camioneros que llegan al mercado para descargar.

La sustitución de los métodos de manipuleo intensivos en el empleo de mano de obra por métodos intensivos en el uso de capital, plantea una cuestión de índole no sólo económica sino también social. Aunque el diseño de las nuevas instalaciones permitirá el empleo de métodos de manipuleo que hacen uso intensivo de bienes de capital, su adopción puede no reducir los costos de manipuleo porque los precios de los factores de producción en Buenos Aires difieren de los precios de dichos factores en los países donde esa tecnología está siendo usada. Dado que existe una gama amplia de alternativas para mejorar la eficiencia en el manipuleo de los productos, deberían realizarse los estudios necesarios para determinar qué técnicas de manipuleo combinan

los factores de producción en proporciones óptimas, dados los precios de dichos factores en el área. A menos que dichos estudios sean realizados, un número importante de changadores podría perder su trabajo, y verse por ello perjudicados, sin que exista justificación económica para tomar una decisión de ese tipo.

Un volumen importante de frutas y hortalizas frescas, estimado en 1.150.000 toneladas en 1970, se mueve a través de un sistema de distribución de dos niveles mayoristas. Se encontró que 876.000 toneladas, equivalentes al 40% del volumen introducido en la Región, sufrían un proceso de reventa mayorista, debido a que eran recibidas en mercados mayoristas especializados o por grandes mayoristas introductores especializados en un producto o grupo de productos, que operan en locales ubicados fuera de las áreas de los mercados mayoristas, y que tienen como clientes habituales a otros mayoristas. La solución propuesta por la Corporación del Mercado Central de Buenos Aires para resolver el problema de alto porcentaje de reventa mayorista, consiste no sólo en la drástica reducción del número de los mercados mayoristas, sino también en la eliminación de los mayoristas revendedores [1/]. Este punto de vista puede ser analizado considerando alternativamente la función de los mayoristas introductores

---

1/ SCET INTERNATIONAL/MERCASA/INTECSA/SIE, "Estudio de los Costos de Desabastecimiento", Informe no publicado, Buenos Aires, julio 1971.

y de los mayoristas revendedores. El negocio de los grandes mayoristas introductores, de los productores, de los empacadores y de los importadores es operar en grandes partidas. Los mayoristas introductores proveen un mercado de acceso fácil e inmediato para los productores, los acopiadores y mayoristas rurales y dedican su capacidad económica, financiera y empresarial a coordinar verticalmente el sistema hacia atrás. La venta de un gran número de pequeñas partidas a los detallistas modificaría sustancialmente el carácter de sus operaciones, podría aumentar sus costos operativos y afectar negativamehte su papel de agentes de coordinación del mercado.

Sin embargo, una cuestión aún más crítica es si realmente los mayoristas revendedores pueden ser eliminados. Existen 1.900 firmas mayoristas revendedoras, que representan el 68% del número total de firmas mayoristas en frutas y hortalizas frescas. La firma mayorista de reventa promedio se compone de dos propietarios y 0,6 empleados. Cabe preguntarse si un grupo tan importante de firmas mayoristas puede ser eliminado de golpe sin crear un problema social o político. Pero restringiéndonos exclusivamente a un análisis económico, podemos afirmar que aun cuando las firmas mayoristas revendedoras pueden ser eliminadas en su forma tradicional de operar, alguien en el mercado tendrá que realizar las funciones y proveer los servicios que ellas están ofreciendo actualmente. Las principales funciones que los mayoristas revendedores cumplen son: la ruptura de carga (fraccionamiento de la oferta) y acercar la mercadería al

negocio detallista. Dado que los grandes mayoristas introductores pueden no tener interés en hacerse cargo de las funciones que cumplen los mayoristas revendedores o la capacidad para hacerlo sin introducir cambios importantes en su forma actual de operar, existe una alta probabilidad que los mayoristas revendedores continúen prestando las mismas funciones como mayoristas-camioneros. Ellos podrían realizar compras en el nuevo mercado central en nombre de detallistas registrados y facturar sus servicios en concepto de fletes. Por lo tanto, aunque muchos mayoristas revendedores podrían ser eliminados (viéndose en consecuencia perjudicados por el Proyecto), los mayoristas revendedores no podrían ser completamente eliminados porque, debido al tamaño del Area Metropolitana de Buenos Aires y la estructura del comercio detallista en frutas y hortalizas frescas, sus servicios serían requeridos por aquellos detallistas ubicados lejos del nuevo mercado central y que compran un volumen relativamente bajo de frutas y hortalizas frescas. Muchos detallistas pueden descubrir que es menos costoso ser abastecidos por mayoristas-camioneros que verse obligados a viajar mayores distancias y tener que negociar con los grandes mayoristas especializados para comprar unos pocos bultos de mercadería. En realidad, la forma en que los costos de abastecimiento de los detallistas van a ser afectados por la reducción en el número de mercados mayoristas constituye uno de los principales aspectos críticos a ser considerados.

Es muy probable que los detallistas en frutas y hortalizas frescas tengan costos de transporte más altos y empleen más tiempo viajando en un sistema de distribución mayorista de un solo mercado, que en el sistema actual, en razón de verse obligados a efectuar compras en un mercado mucho más distante. El incremento en los costos de transporte puede ser sustancial. La mayor parte de los 23.000 detallistas en frutas y hortalizas frescas, efectúan compras 4,4 veces por semana (en promedio), en el más cercano de los 19 mercados mayoristas polirrúbricos. Aun cuando la frecuencia semanal de compras de los detallistas disminuya en un sistema de un solo mercado y aun cuando el tiempo que emplean los detallistas en entrar en el mercado, encontrar lugar para estacionar el vehículo y salir del mercado, pueda reducirse sensiblemente en las nuevas instalaciones, la drástica reducción en el número de mercados centrales polirrúbricos de 19 a sólo uno, debe tener un gran impacto en los costos de abastecimiento de los detallistas. Además, debe tenerse en cuenta que en la medida en que la frecuencia semanal de compras se reduzca en la situación prevista en el Proyecto, los detallistas deberán incurrir en otros costos adicionales: necesitarán mayor capacidad de almacenamiento, vehículos de transporte más grandes y más capital circulante. Así mismo, estarán mejor dispuestos a ser abastecidos por mayoristas-camioneros, cuyos costos operativos también deben ser incluidos en una estimación comprensiva de los costos del Proyecto.

Por lo tanto, un gran número de pequeños detallistas se verá perjudicado, ya sea porque sus costos de abastecimiento aumentarán o porque deberán depender de mayoristas-camioneros para abastecerse de frutas y hortalizas frescas. Sin embargo, los detallistas más grandes pueden verse favorecidos al encontrar en un solo lugar un grupo de mayoristas grandes con capacidad para ofrecer mayor variedad de productos de calidad.

Los propietarios de los camiones que abastecen el Area Metropolitana de Buenos Aires en frutas y hortalizas frescas, también pueden beneficiarse con las nuevas instalaciones, debido a una reducción en los costos de transporte por menor congestión de tránsito y menor tiempo de espera para descargar[1/].

Los beneficios sociales que pueden mejorar la situación de participantes y no participantes en el mercado son:

1) Reducción en la congestión del tránsito y en la acumulación de desperdicios en las calles en el área de los mercados mayoristas que dejarán de operar;

2) mejoramiento de las condiciones sanitarias; y

---

1/ El tiempo de espera de los camiones se redujo en 50% en el Nine Elms Market en el Area Metropolitana de Londres en comparación con el tiempo que empleaban en el área del antiguo Covent Garden Market. Véase J.H. Kirk, "The Economics of Moving Covent Garden: A Reply", Journal of Agricultural Economics, XXII, N° 2 (1972).

3) mayor transparencia de precios en las transacciones.

Beneficios sociales adicionales podrían obtenerse en el caso de que los objetivos del Proyecto pudieran ser alcanzados y se lograra una reducción en el precio de frutas y hortalizas frescas que pagan los consumidores(sin que dicha reducción sea trasladada al precio pagado a los productores agrícolas). Sin embargo, cabe preguntarse si los objetivos establecidos para justificar el Proyecto pueden ser alcanzados mediante la sola operación de un nuevo mercado central mayorista y si la legislación que forzaría la concentración de las transacciones mayoristas en frutas y hortalizas frescas en el nuevo mercado central puede ser realmente implementada.

## 3.4 LA CONSECUCION DE LOS OBJETIVOS DEL PROYECTO

Los objetivos que se había fijado la Corporación del Mercado Central de Buenos Aires en 1972 eran los siguientes:

1) Beneficiar a los consumidores por medio de la facilitación de la competencia;

2) hacer posible que los productores abastecieran en forma directa el Area Metropolitana de Buenos Aires; y

3) crear un sistema de distribución y formación de precios más eficiente 1/.

---

1/ Corporación del Mercado Central, "Concurso de Antecedentes y Propuestas de Evaluación Económica y Programación Financiera", Buenos Aires, 1972.

Sin embargo, dichos objetivos, para ser alcanzados, requieren no sólo la construcción de un nuevo mercado central, sino también la realización de programas de mercadeo complementarios. El costo de los programas complementarios debería ser incluido dentro de los costos del Proyecto, o más correctamente, el análisis debería ser ampliado para incluir los costos y beneficios de todo el programa de mercadeo.

Del lado de la oferta, se requiere una mayor y mejor organización por parte de los productores de un número significativo de productos, a fin de organizar las actividades de acopio, acondicionamiento y despacho de mercadería, aumentar su poder de negociación para discutir con los mayoristas los términos de las transacciones y cuando el conocimiento del mercado y la capacidad empresarial lo permitan, asumir directamente la función mayorista. Este programa, que por su amplitud tendría carácter nacional, va mucho más allá de lo que puede ser logrado por la operación de un nuevo mercado central mayorista.

Del lado de la demanda, los consumidores se pueden beneficiar del mejoramiento del sistema de distribución de frutas y hortalizas frescas, ya sea mediante precios detallistas más bajos o mediante la oferta de un conjunto más deseable de servicios (sin modificación de los precios), o mediante una combinación de las alternativas que se acaban de mencionar. Aunque un pequeño segmento del mercado puede requerir entrega a domicilio y un segmento creciente puede estar dispuesto a pagar servicios adicionales, tales como el lavado de papas,

la necesidad más imperiosa es la de reducir el precio de los productos. Las condiciones necesarias para reducir el precio que los consumidores pagan por las frutas y hortalizas frescas son:

1) Reducir los costos de distribución urbana; y
2) estimular la competencia de precios, tanto a nivel mayorista como a nivel detallista, de modo que la reducción en los costos de distribución no sea internalizada por los mayoristas o los detallistas, sino que sea pasada a los consumidores en forma de menores precios.

De modo que la consecución del objetivo de reducir los precios detallistas impone una restricción sumamente importante al Proyecto. Este debe reducir los costos directos e indirectos de comercialización de frutas y hortalizas frescas en el Area Metropolitana de Buenos Aires como condición necesaria, aunque no suficiente, para reducir los precios detallistas de dichos productos. En consecuencia, la factibilidad económica del Proyecto no debería ser determinada por un simple análisis de rentabilidad interna.

Sin embargo, conviene señalar que cuando todos los efectos externos son tenidos en cuenta, es posible que los costos directos e indirectos de comercialización de frutas y hortalizas frescas permanezcan al mismo nivel o aún aumenten ligeramente en el corto plazo, y el Proyecto aún sea factible. En este caso, los beneficios principales resultarían de una disminución de los costos sociales que la operación

de los mercados mayoristas en barrios densamente poblados hace recaer sobre los que participan y sobre los que no participan en las actividades del mercado. Así mismo, es importante destacar que en un análisis de los efectos del Proyecto a más largo plazo, es posible que los costos de comercialización en el nuevo sistema de distribución aumenten menos rápidamente que lo que aumentarían en el sistema actual a medida que las condiciones de operación empeoren.

Otro de los aspectos que merecen comentarse es el de los medios y costos de implementar la legislación que hace compulsiva la comercialización de frutas y hortalizas frescas en el Nuevo Mercado Central. Aun cuando mayoristas, detallistas y transportistas tuvieran que operar en un sistema de concesiones públicas, sería sumamente difícil controlar a los 23,000 detallistas en frutas y hortalizas frescas para determinar en dónde y a quién le compran el producto. En el caso hipotético de que resultara posible evitar las transacciones mayoristas fuera del Nuevo Mercado Central (dentro del "perímetro de defensa" del mismo), el costo de hacer cumplir una ley diseñada para hacer frente a esta situación particular debería ser agregado a los demás costos del proyecto.

## 3.5 SISTEMAS ALTERNATIVOS DE DISTRIBUCION MAYORISTA

El estudio de la factibilidad del proyecto debería incluir la comparación con sistemas alternativos de distribución mayorista. Tal procedimiento de determinación de la factibilidad del proyecto es muy

recomendable, en razón del monto de la inversión, de casi 43 millones de dólares, en la construcción del Nuevo Mercado Central.

En el caso de Buenos Aires, el proyecto se propone utilizar el número de mercados mayoristas (Wmn), la adecuación de la localización a las necesidades del tráfico (Wlt) y el grado de desarrollo y flexibilidad en el diseño de las instalaciones (Wcf) como variables instrumentales para alcanzar sus objetivos. Sin embargo, aún dentro de la gama de soluciones potenciales que el empleo de esas variables permite, sólo una alternativa, la del mercado único, ha sido considerada. Es posible diseñar un número relativamente grande de sistemas de distribución mayorista capaces de resolver los problemas que han surgido en el pasado y hacer frente a la futura demanda por servicios de comercialización mayorista de frutas y hortalizas frescas. Las soluciones potenciales pueden ser incluidas dentro de alguno de los siguientes sistemas de distribución mayorista:

1) Concentración y distribución centralizadas, tal como ha sido planeado en el proyecto;

2) concentración centralizada en un mercado principal (tal como el que ha sido concebido en el proyecto) y distribución descentralizada a través de varios mercados mayoristas; y

3) concentración y distribución descentralizadas en un sistema de varios mercados que realicen ambas funciones, recibiendo y distribuyendo frutas y hortalizas frescas.

Dentro del sistema descentralizado de distribución mayorista se pueden identificar varias alternativas:

1) Continuar sin un mercado nuevo y expandir y mejorar la operación de los existentes;

2) clausurar el principal mercado concentrador (Abasto Mayorista S.A.), que se haya ubicado en el centro del Distrito Federal, así como los mercados especializados, y construir un nuevo mercado central, dejando los demás mercados en operación;

3) clausurar la mayoría de los mercados mayoristas, dejando sólo unos pocos en operación, y construir un nuevo mercado central;

4) las mismas alternativas 2 ó 3, pero con el requisito adicional que los mayoristas en frutas y hortalizas frescas estén ubicados dentro de los mercados mayoristas.

Los principales factores que deben ser tenidos en cuenta a fin de seleccionar los sistemas de distribución mayorista alternativos, que se compararán con el proyecto y el sistema actual son:

1) Las características de la Región Metropolitana de Buenos Aires, o sea, la dimensión del área (A), el tamaño de la población (N) y su distribución espacial dentro del área (N1), y los factores externos al sistema de distribución de alimentos que afectarán la demanda futura de frutas y hortalizas frescas. Se deben considerar los cambios esperados en la población (N) y en

la localización de la población (Nl), en los niveles de ingreso per cápita (Y/N), y en la estructura del empleo (E);

2) la estructura del comercio detallista (Rs), los costos de abastecimiento de los detallistas (Rp) y el modo de transporte de las compras de frutas y hortalizas realizadas por los detallistas (Tm);

3) la magnitud de la inversión (I); y

4) los costos sociales que se derivan de los problemas de formación de precios y falta de transparencia de las transacciones (Cs).

Las proyecciones realizadas muestran que la población de la Región Metropolitana de Buenos Aires, que era de 8.350.000 habitantes en 1970, casi se duplicará en el período de 1970-2000. Las tendencias en el crecimiento de la población y los cambios esperados en los niveles de ingreso y en la estructura del empleo sugieren que el aumento de la demanda de frutas y hortalizas frescas se localizará en el futuro en el área del Gran Buenos Aires antes que en el Distrito Federal.

La Región Metropolitana de Buenos Aires constituye un área sumamente extensa, con un diámetro promedio de casi 60 kilómetros. La congestión del tránsito hace dificultosa la operación de grandes mercados mayoristas en el interior de la ciudad y aumenta el tiempo de transporte y los costos operativos de los detallistas y de los abastecedores de los mercados.

Los detallistas constituyen la gran mayoría de los clientes que efectúan compras en los mercados mayoristas. Por lo tanto, la forma en que los distintos sistemas de distribución podrían afectar sus costos de abastecimiento merece particular atención. El costo de abastecimiento de los detallistas por unidad comprada es una función directa de la distancia recorrida para efectuar compras en un determinado mercado mayorista y una función inversa del volumen comprado. Hay una gran cantidad de detallistas que realizan pequeñas compras de frutas y hortalizas frescas por viaje. Aun cuando un mercado mayorista único pueda ofrecer las ventajas de vender a menores precios y ofrecer una línea de productos más amplia, dichas ventajas podrían resultar insuficientes para anular el aumento en los costos de abastecimiento de muchos detallistas que tendrían que realizar sus compras en un mercado mayorista mucho más alejado de sus negocios, considerando los pequeños volúmenes de compra y los altos costos de transporte que se derivan de la congestión del tránsito.

Teniendo en cuenta el tamaño de la región, el aumento esperado en la demanda de frutas y hortalizas frescas en el Gran Buenos Aires, la estructura del comercio detallista y los altos costos de transporte que resultan de la congestión del tránsito, podríamos sentirnos inclinados a concluir que, dentro de límites razonables, los costos de distribución de frutas y hortalizas deben ser una función inversa del número de mercados mayoristas. Sin embargo, el número de mercados mayoristas debe ser mantenido dentro de ciertos límites

porque la concentración de las transacciones también tiene ventajas. El número de mercados mayoristas debe ser reducido para satisfacer las necesidades de abastecimiento de los grandes minoristas y de compradores de otras ciudades, para eliminar o reducir en forma significativa los costos sociales que resultan de la operación de mercados mayoristas en barrios con alta densidad de población, para facilitar el proceso de formación de precios y para reducir el costo de instituir un sistema efectivo de comunicaciones.

La magnitud de la inversión y el impacto potencial sobre los costos de abastecimiento de los detallistas de distintos sistemas de distribución mayorista pueden ser los criterios más importantes para seleccionar las alternativas a comparar con el proyecto y con el sistema actual, cuando el número de mercados mayoristas (Wmn), el grado de adecuación de la localización de los mercados a las necesidades del tráfico (Wlt) y el grado de desarrollo y flexibilidad de las instalaciones (Wcf) constituyen las únicas variables que se piensa utilizar como instrumento de política. Algunos mercados mayoristas que no enfrentan problemas demasiados serios de congestión de tráfico y cuya forma de operar podría ser mejorada con inversiones marginales podrían continuar en funcionamiento en un sistema descentralizado de distribución mayorista. Esta solución haría posible reducir en forma significativa la inversión en un nuevo mercado mayorista.

A continuación se presentará una comparación de costos operativos seleccionados entre el sistema actual, el proyecto y un sistema de distribución mayorista que mantendría en operación algunos de los mercados mayoristas existentes.

## 3.6 RESULTADOS DE UNA COMPARACION PRELIMINAR DE COSTOS ENTRE SISTEMAS ALTERNATIVOS DE DISTRIBUCION MAYORISTA

El autor procedió a realizar, en 1972, una comparación de costos operativos seleccionados de distribución mayorista y montos de inversión en instalaciones de mayoreo entre el sistema actual, el Proyecto y un sistema descentralizado de distribución mayorista de cuatro o cinco mercados mayoristas (Alternativas I y II, respectivamente).

La selección de los mercados mayoristas que serían incluidos en las alternativas fue enfocada de la siguiente manera:

1) Se realizó una evaluación de los mercados mayoristas existentes a fin de determinar cuáles podrían ser seleccionados para continuar en operación;

2) se supuso que el nuevo mercado mayorista tendría que atender la demanda que excediera la capacidad combinada de los mercados mayoristas de frutas y hortalizas frescas existentes que continuarían funcionando y además serviría como mercado especializado en la introducción de productos, operando como el principal centro de ruptura de cargas del sistema; y

3) se consideró que como primera aproximación para determinar el número "óptimo" de mercados mayoristas, un sistema de cuatro o cinco mercados podría ser examinado para analizar la sensibilidad de los costos directos e indirectos estimados a cambios en el número de mercados mayoristas.

En base a dichos criterios, se procedió a seleccionar aquellos mercados que mediante inversiones marginales podrían llenar requisitos mínimos en relación a la adecuación de los mismos a las necesidades del tráfico (Wlt) y al grado de desarrollo y flexibilidad de diseño (Wcf). La alternativa I, incluye los mercados Dorrego, 3 de Febrero y Beccar, y un nuevo mercado central mayorista, cuya capacidad se estimó en la mitad de la capacidad del mercado proyectado por la Corporación del Mercado Central de Buenos Aires (el Proyecto). La alternativa II incluye, en adición a dichos mercados, el mercado Saldías, que sería convertido de mercado especializado en mercado polirrúbrico. La localización de dichos mercados se presenta en la figura 1.

### 3.6.1 Comparación de Costos Operativos Entre Distintos Sistemas de Distribución Mayorista

La comparación de costos entre diferentes sistemas de distribución mayorista de frutas y hortalizas frescas fue realizado mediante simples procedimientos de análisis presupuestario, basados en la información producida por varias firmas

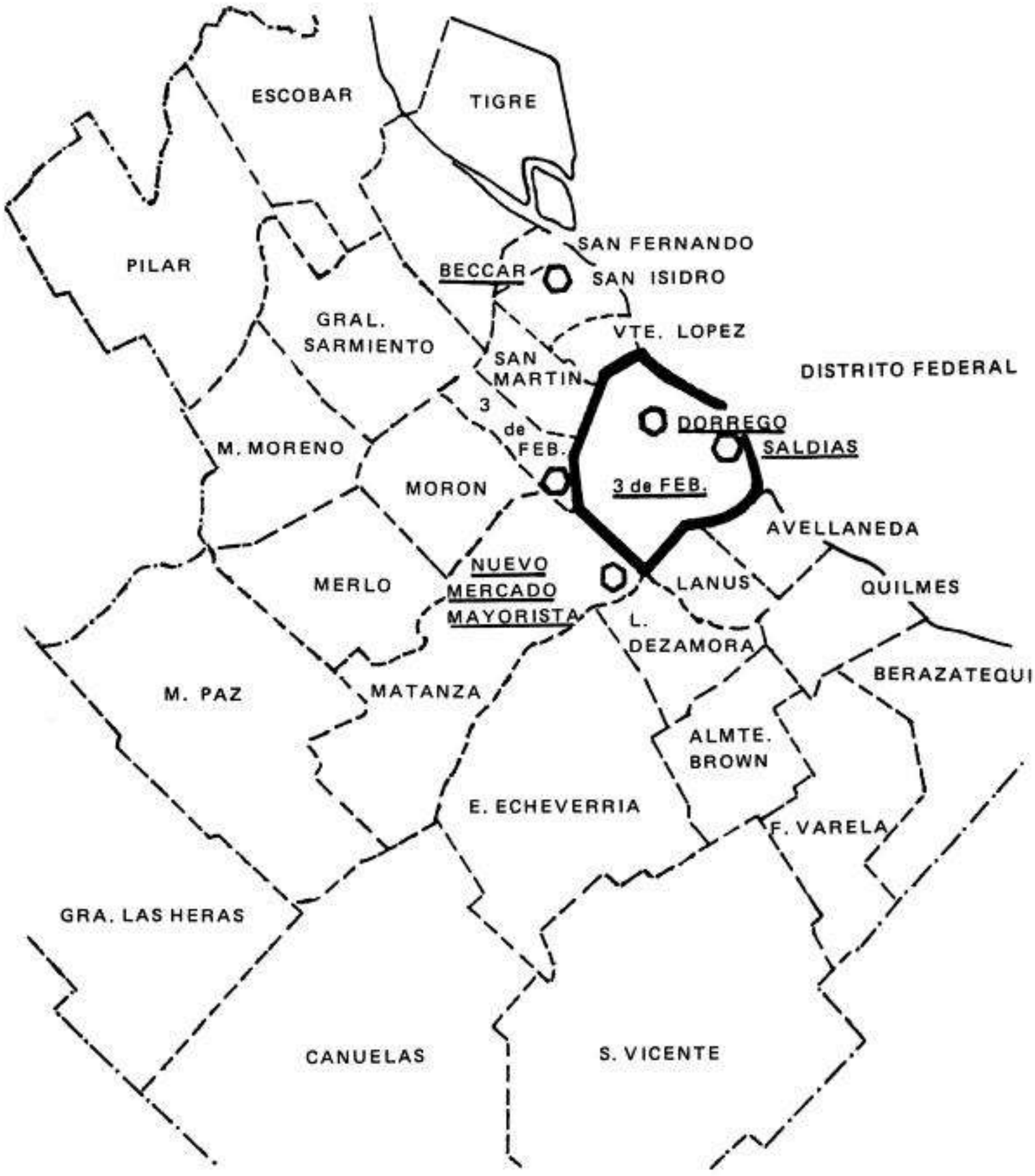


**FIGURA 1:** UBICACION DE LOS MERCADOS MAYORISTAS DE FRUTAS Y HORTALIZAS FRESCAS EN EL PROYECTO Y EN LAS ALTERNATIVAS I Y II

**FUENTE:** CMCBA, LOS MERCADOS MAYORISTAS DE FRUTAS Y HORTALIZAS DEL AREA METROPOLITANA, BUENOS AIRES, 1971

consultoras contratadas por la Corporación del Mercado Central de Buenos Aires, por organismos del gobierno y por una firma privada especializada en la compra y venta de propiedades.

La diferencia de costos operativos entre los distintos sistemas de distribución mayoristas seleccionados para el estudio resultó altamente significativa (Cuadro 1). El Sistema Actual aparece como el sistema de distribución mayorista de más bajo costo y el Proyecto como el de mayor costo. Las diferentes alternativas consideradas implican el siguiente aumento en los costos de distribución en relación al Sistema Actual: el Proyecto: +87% y la Alternativa I: +38%.

Sin embargo, es preciso reconocer que sólo se han medido algunos costos operativos seleccionados. El diseño de las nuevas instalaciones mayoristas pueden hacer posible la adopción de técnicas capaces de reducir los costos de manipuleo y obtener una reducción en el tiempo que emplean los camiones de abastecimiento para descargar y los detallistas para comprar y cargar sus vehículos.

Los costos operativos indirectos pueden afectar significativamente los costos de distribución urbana. Los costos de manipuleo, que fueron estimados en el Sistema Actual en 8.962.000

CUADRO 1
COMPARACION ENTRE LOS COSTOS OPERATIVOS DE SISTEMAS DE DISTRIBUCION MAYORISTA SELECCIONADOS

| | Sistema Actual (23 mercados) US$ | El Proyecto (Mercado único) US$ | Alternativa I (4 mercados) US$ |
|---|---|---|---|
| Costos operativos directos | 4.784.691 | 5.333.029 | 4.785.482 |
| Costos de Transporte de los Detallistas | 10.530.000[a] | 23.816.000[b] | 16.605.841[c] |
| Costo imputado al tiempo de viaje de los detallistas | 1.225.876 | 1.729.689 | 1.513.148 |
| Total | 16.540.567 | 30.878.718 | 22.904.471 |

FUENTES: Municipalidad de la Ciudad de Buenos Aires; Administraciones de los Mercados Beccar y 3 de Febrero; estimaciones propias de las rentas y otros costos fijos en el Nuevo Mercado Central, según información disponible en Adolfo E. Buscaglia, "Análisis de la Factibilidad Financiera. Proyecto Mercado Central de Buenos Aires", Informe Preliminar. Buenos Aires, 1969. SCET INTERNATIONAL/MERCASA/INTESA/SIE. "Estudio de los Costos de Desabastecimiento", obra citada, para determinación de los costos de transporte de los detallistas en Sistema Actual y en el Proyecto; estimaciones propias de los costos de transporte en la Alternativa I; estimación propia del costo imputado al tiempo de viaje de los detallistas. Los tiempos de viaje dentro de la Región Metropolitana de Buenos Aires fueron estimados por el Ministerio de Obras Públicas de la Nación.

a= Frecuencia de compras estimadas en 4,4 veces por semana.

b= Frecuencia de compras estimadas en 3,0 veces por semana.

c= Frecuencia de compras estimadas en 4,0 veces por semana.

dólares por año (3.112.500 dólares para descargar y 5.850.000 dólares para cargar los vehículos de los detallistas) representan casi el doble de los costos directos en el Sistema Actual, indicando que si las técnicas de manipuleo que el diseño de las nuevas instalaciones permitirá utilizar contribuyen realmente a reducir los costos de manipuleo, los costos totales en la Alternativa I pueden llegar a ser menores que en el Sistema Actual. Asimismo, la menor congestión en el nuevo mercado debería reducir significativamente el tiempo de descarga de los camiones de abastecimiento y evitar que equipo de mucho valor permanezca ocioso. Lamentablemente a la fecha del estudio no había información disponible sobre dichos costos.

La diferencia en los costos de transporte de los detallistas entre el Sistema Actual y el Proyecto es sustancial. Aun así puede haber sido subestimada. La drástica reducción en la frecuencia promedio de compras de 4.4 veces por semana en el Sistema Actual a solo 3 veces por semana en el Proyecto puede producir dos efectos a tener en cuenta:

1) Obligar a los detallistas a incurrir en otros costos debido a la necesidad de ampliar su capacidad de almacenamiento y transporte y su capital de trabajo.

2) Generar una actividad mucho mayor por parte de los mayoristas-camioneros, cuyos costos operativos también deberían ser adicionados a los costos operativos del Proyecto.

El tiempo de viaje de los detallistas fue estimado por medio de un mapa de líneas isócronas. Los tiempos que aparecen en el mapa de líneas isócronas fueron estimados por medio de vehículos que midieron tiempos reales de viaje de diferentes puntos de la ciudad al centro de Buenos Aires. El tiempo de transporte de los detallistas ha sido probablemente subestimado en el Sistema Actual en razón de que el exceso de tiempo que emplean los detallistas en encontrar lugar para estacionar sus vehículos y en conseguir acercarlos suficientemente al mercado para cargarlos no aparece cuando se usa un mapa de líneas isócronas para realizar dicha estimación. Por ello se procedió a realizar una nueva estimación en base a la información generada por medio de una encuesta a los detallistas en frutas y hortalizas frescas[1/]. La nueva estimación, 1.872.352 dólares, basada en las declaraciones de los detallistas sobre el tiempo que emplean en efectuar compras, muestra un incremento del 53% sobre la estimación anterior, haciendo que el Sistema Actual resulte el más caro en términos del

1/ Guillermo Bravo, et. al., "Encuesta a Comerciantes Minoristas de Frutas y Hortalizas", Buenos Aires, enero-febrero, 1971.

tiempo que los detallistas emplean en viajar para efectuar compras de frutas y hortalizas frescas.

### 3.6.2 Monto de la Inversión en el Proyecto y en la Alternativa I

Antes de sacar conclusiones de la comparación de costos operativos seleccionados que se acaba de presentar, conviene realizar una comparación entre las necesidades de inversión en el Proyecto y en la Alternativa I.

Se ha hecho una distinción entre la nueva inversión requerida por cada una de las soluciones propuestas, y la inversión neta, estimada como la diferencia entre la nueva inversión y el valor de los mercados mayoristas que quedarían libres para otros usos. El Proyecto liberaría para usos alternativos la totalidad de los mercados mayoristas en frutas y hortalizas frescas, y la Alternativa I la casi totalidad de los mismos excepto aquellos que seguirían operando.

El valor de la tierra más el valor residual de las instalaciones que se pueden disponer para otros usos es significativamente mayor en el Proyecto que en la Alternativa I (Cuadro 2). Sin embargo, como la nueva inversión es 75% mayor en el Proyecto que en la Alternativa I, la inversión neta en la Alternativa I (US$4.600.855) es mucho menor que en el Proyecto (US$14.127.170), alcanzando la diferencia a 9,5 millones de dólares.

CUADRO 2. INVERSION NUEVA Y NETA A EFECTUAR EN EL PROYECTO Y EN LA ALTERNATIVA I

| | Proyecto (Mercado único) | Alternativa I (Cuatro mercados) |
|---|---|---|
| | Dólares Americanos | |
| Nueva inversión | 42.800.000 | 24.400.000 |
| Valor de la tierra liberada para otros usos | 23.104.060 | 17.723.500 |
| Valor despreciado de las instalaciones | 5.568.770 | 2.075.645 |
| Valor de la tierra más el valor depreciado de las instalaciones disponibles para otros usos | 28.672.830 | 19.799.145 |
| Inversión neta | 14.127.170 | 4.600.855 |

FUENTE: Estimación propia en base a información de la Municipalidad de Buenos Aires sobre valores de la tierra en el Distrito Federal, de una firma inmobiliaria sobre valores de la tierra en el Gran Buenos Aires, valores de construcción del mercado 3 de Febrero y Adolfo Buscaglia et. al., "Mercado Central de Buenos Aires. Análisis Económico y Programación Financiera de la Inversión", obra citada.

### 3.6.3 Sensibilidad del Sistema de Distribución Mayorista Descentralizado a la Adición o Sustracción de un Mercado

Con el objeto de evaluar cómo los costos directos e indirectos y el monto de la inversión se ven afectados en un sistema de distribución mayorista descentralizado por la adición o sustracción de un mercado mayorista, se procedió a comparar un sistema de cuatro mercados mayoristas (Alternativa I) con un sistema de distribución de cinco mercados (Alternativa II), que incluye el mercado Saldías (Figura 1).

El Cuadro 3 presenta la estimación de costos operativos seleccionados y del monto de la inversión en las Alternativas I y II. Aumentando el número de mercados mayoristas de cuatro en la Alternativa I, a cinco en la Alternativa II, se incrementa la inversión neta en 40% (US$1.822.050) y se reducen los costos operativos estimados en sólo el uno por ciento (US$239.197). En consecuencia, el sistema de distribución mayorista de los cuatro mercados seleccionados resulta ser una alternativa de menor costo que el sistema de cinco mercados, ya que al agregar un mercado más se aumenta significativamente la inversión neta sin reducir significativamente los costos operativos.

CUADRO 3. UNA COMPARACION DE COSTOS OPERATIVOS Y MONTO DE LA INVERSION EN SISTEMAS DE DISTRIBUCION MAYORISTA SELECCIONADOS

| | Alternativa I (Cuatro Mercados) US$ | Alternativa II (Cinco Mercados) US$ |
|---|---|---|
| Costos Operativos Directos | 4.785.482 | 4.950.082 |
| Costo de transporte de los detallistas | 16.605.841 | 16.232.672 |
| Costo imputado al tiempo de viaje de los detallistas | 1.513.148 | 1.482.520 |
| Total de los Costos Operativos Estimados | 22.904.471 | 22.665.274 |
| Inversión Nueva | 24.400.000 | 24.400.000 |
| Valor de la tierra más valor depreciado de las instalaciones mayoristas disponibles para otros usos | 19.799.145 | 17.977.095 |
| Inversión Neta | 4.600.855 | 6.422.905 |

FUENTE: Idem Cuadros 1 y 2

## 3.7 CONCLUSIONES DE LA COMPARACION EFECTUADA ENTRE EL SISTEMA ACTUAL DE DISTRIBUCION MAYORISTA DE FRUTAS Y HORTALIZAS FRESCAS, EL PROYECTO DEL NUEVO MERCADO CENTRAL Y UN SISTEMA ALTERNATIVO DE DISTRIBUCION

En base a la estimación de costos operativos seleccionados, a los montos de la inversión requerida en los sistemas de distribución mayorista que se han comparado (resumidos en el Cuadro 4) y a la calificación que dichas estimaciones merecen, se pueden alcanzar las siguientes conclusiones:

1) El Sistema Actual parece constituir el sistema de distribución de frutas y hortalizas de menor costo cuando se consideran solamente los costos directos de utilización de las instalaciones y los costos de transporte de los detallistas, incluyendo el costo imputado al tiempo que los detallistas emplean en viajar. Sin embargo, los costos de la distribución en el Sistema Actual son más altos que los costos operativos estimados. Los siguientes costos directos y sociales deben ser tenidos en cuenta en una determinación exhaustiva de los costos de distribución de frutas y hortalizas frescas:

a) La congestión del tránsito en las áreas en que operan los mercados mayoristas de frutas y hortalizas frescas constituyen un costo social, ya que las demoras ocasionadas por los problemas de tránsito afectan a miembros de la comunidad que no participan en el mercado.

CUADRO 4. COMPARACION DE ALGUNOS COSTOS OPERATIVOS Y DEL MONTO DE LA INVERSION EN SISTEMAS DE DISTRIBUCION MAYORISTA SELECCIONADOS

| | Sistema Actual (23 mercados) US$ | El Proyecto (Mercado único) US$ | Alternativa I (4 mercados) US$ |
|---|---|---|---|
| Costos Operativos Directos | 4.784.691 | 5.333.029 | 4.785.482 |
| Costos de transporte de los detallistas | 10.530.000 | 23.816.000 | 16.605.841 |
| Costo imputado al tiempo de viaje de los detallistas | 1.872.352 | 1.729.689 | 1.513.148 |
| Total de los Costos Operativos Estimados | 17.187.043 | 30.878.718 | 22.904.471 |
| Inversión Bruta | 28.672.832 | 42.800.000 | 33.273.685 |
| Nueva Inversión | - | 42.800.000 | 24.400.000 |
| Inversión Neta | - | 14.127.170 | 4.600.855 |

FUENTE: Idem Cuadros 1, 2 y 3

b) Los costos de manipuleo en el Sistema Actual probablemente son más altos que los que se pueden alcanzar con los mejores diseños de las instalaciones nuevas y remodeladas mediante la utilización de técnicas de manipuleo que combinen los factores de producción en proporciones óptimas, dados los precios de los mismos en la región, y mediante una mejor organización de los flujos de tráfico. El diseño de las instalaciones actuales restringe aún la adopción de técnicas de manipuleo que hacen un uso poco intensivo de bienes de capital.

c) Las pérdidas de productos ocasionadas por los métodos tradicionales de manipuleo.

d) El costo social de tener mercados mayoristas ubicados en zonas con alta densidad de población, impidiendo destinar la tierra ocupada por los mercados a otros usos con mayor valor social.

e) Hay un volumen sustancial de frutas y hortalizas frescas que se mueven a través de canales de comercialización con dos niveles mayoristas, uno de introducción y otro de distribución, dando lugar a manipuleo adicional y a costos intraurbanos de transporte. Algunos de estos costos pueden ser pasados a los detallistas y productores en forma de

precios más altos y más bajos, respectivamente. Sin embargo, hasta que un estudio determine qué proporción de dichos costos son realmente pasados a los detallistas y productores, es imposible conocer cuál es el costo neto de las transacciones entre mayoristas.

2) La diferencia de costos operativos estimados entre el proyecto y el Sistema Actual es tan grande, que lleva a pensar que aun cuando se le agreguen al Sistema Actual otros costos indirectos y los costos sociales, el Proyecto o bien constituirá todavía una alternativa de mayor costo o, en el mejor caso, no ofrecerá ventajas claras por su nivel de costos operativos en relación al Sistema Actual. Esa perspectiva hace difícil justificar una inversión de casi 43 millones de dólares sin un análisis más amplio del efecto sobre los costos de distribución.

3) Un sistema mayorista descentralizado merece seria consideración por las siguientes razones:

a) Los costos de transporte de los detallistas aumentan mucho menos en la Alternativa I que en el Proyecto, aun cuando se ha supuesto que la frecuencia de compras de los detallistas sería de cuatro veces por semana en la Alternativa I y de sólo tres veces por semana en el Proyecto.
Los costos de transporte de los detallistas representarán una proporción grande de los costos de distribución total

en cualquier sistema que reduzca drásticamente el número de mercados mayoristas y al mismo tiempo considere las formas actuales de transporte como dadas.

b) El tiempo de viaje que emplean los detallistas para efectuar sus compras es menor en el sistema descentralizado de distribución de cuatro mercados que se ha propuesto que en el Sistema Actual o en el Proyecto.

c) El costo directo de utilización de las instalaciones en la Alternativa I es similar a dicho costo en el Sistema Actual y menor que en el Proyecto.

d) La nueva inversión y la inversión neta en la Alternativa I, un sistema de distribución que mantiene algunos de los mercados existentes en funcionamiento, son sustancialmente más bajas que las requeridas por el Proyecto.

e) Aun cuando algún volumen de frutas y hortalizas frescas podría continuar moviéndose a través de canales de comercialización de dos niveles mayoristas, los costos de reventa de mercadería en un sistema de unos pocos mercados que realicen la doble función de introducir y distribuir los productos serían probablemente muchos más bajos que en el Sistema Actual.

f) Cuando se analizan con mayor profundidad los costos operativos estimados de los tres sistemas de distribución mayorista seleccionados, y se consideran los costos sociales y el posible costo neto de reventa en el Sistema Actual, un sistema descentralizado de concentración de frutas y hortalizas de unos pocos mercados mayoristas aparecen claramente como el sistema de distribución mayorista que podría operar a menores costos.

g) Aunque el nuevo mercado mayorista en el sistema de distribución mayorista descentralizado sería de menor tamaño que el Nuevo Mercado Central proyectado por la Corporación del Mercado Central de Buenos Aires, sería sin embargo suficientemente grande para satisfacer las necesidades de los compradores de otras ciudades, de los mayoristas revendedores y del creciente sector de cadenas de distribución minorista de alimentos, como así también las necesidades de los grandes productores que venden en mercados de subasta y de los pequeños productores que vendan en las playas para productores.

h) El sistema de distribución mayorista de cuatro mercados opera a menores costos que el sistema de cinco mercados, ya que la adición al sistema de un mercado mayorista aumenta la inversión neta sin reducir significativamente los costos operativos.

## 4. CONCLUSIONES Y COMENTARIOS FINALES

Considerando la problemática planteada en la primera parte de este trabajo y luego de aplicar el marco análitico presentado en la segunda parte a la evaluación económica y social del proyecto de mercado central mayorista para el Area Metropolitana de Buenos Aires, se puede llegar a las conclusiones siguientes:

1) La determinación de la factibilidad económico-financiera de un proyecto de mercado central mayorista por el simple procedimiento de determinación de la rentabilidad interna del mismo, no ofrece garantía alguna de que el proyecto contribuirá a reducir los costos de comercialización, y lo que es peor aún, puede contribuir a aumentarlos.

2) El procedimiento de determinación de la factibilidad del proyecto mediante un análisis de rentabilidad interna se abstrae de considerar y/o de cuantificar los costos y beneficios indirectos y los costos y beneficios sociales. Dicha determinación es necesaria para saber:

   a) Si el proyecto contribuye a reducir los costos de distribución urbana de alimentos desde que los productos llegan a la planta urbana hasta que son puestos en los negocios detallistas.

b) Quiénes se benefician y quiénes se perjudican con el proyecto.

c) Si la decisión de la adopción de determinados diseños de construcción o técnicas de manipuleo de mercadería están justificadas desde los puntos de vista económico y comercial.

3) La reducción de los costos directos e indirectos de distribución constituyen una condición necesaria, aunque no suficiente, para reducir los precios detallistas de los alimentos o aumentar el precio que reciben los agricultores por sus productos.

4) Aun cuando los costos directos de utilización de las instalaciones y los costos indirectos permanezcan al mismo nivel que en la situación preexistente al proyecto y aun cuando incluso aumenten ligeramente, el proyecto puede todavía ser económicamente factible si contribuye a reducir significativamente los costos sociales. Sin embargo, existe una alta probabilidad de que en este caso se trate de una solución exclusiva o principalmente urbanística. Desde el punto de vista económico la principal contribución potencial del proyecto podría ser la de facilitar una más eficiente formación de precios.

5) A fin de tener cierto grado de seguridad en que mediante el proyecto se va a realizar una correcta asignación de recursos y

que el mismo constituye una solución óptima o altamente satisfactoria para resolver los problemas planteados, el proyecto debe compararse con soluciones alternativas para resolver los mismos problemas.

6) Los objetivos que se mencionan para justificar proyectos de nuevos mercados mayoristas, muchas veces no guardan relación con las mejoras que son factibles de realizar en los proceso de comercialización mediante la operación de un nuevo mercado central mayorista. Si ese fuera el caso, corresponde limitar los objetivos de modo de ajustarlos a la realidad, o, alternativamente, diseñar un programa de mejoramiento de los procesos de comercialización que permita alcanzar los objetivos que se ha fijado el gobierno.

Esta última conclusión impone la necesidad de señalar las limitaciones de los nuevos mercados centrales mayoristas en la consecución de algunos objetivos, obliga a un enfoque más amplio en el proceso de reforma de las funciones de mayoreo y sugiere la necesidad de programas de comercialización más amplios que contemplen la relación mayorista-minorista, la relación productor-mayorista y la necesidad de mejorar la coordinación de las actividades económicas.

En la primera parte de este trabajo, mencionamos las mejoras que usualmente se espera lograr mediante la operación de un nuevo mercado

central. Corresponde ahora señalar qué es lo que no puede hacer un nuevo mercado mayorista.

El nuevo mercado mayorista no puede remover las deficiencias estructurales de los mercados urbanos de alimentos, principalmente:

1) Reducir el poder de negociación de los mayoristas, el sector comercial que normalmente detenta poder de mercado en la situación tradicional en que predominan los productores agropecuarios y minoristas tradicionales.

2) El mercado mayorista tampoco puede promover la competencia de precios y por prestación de nuevos servicios a nivel del comercio detallista, y

3) no puede realizar presión en forma orgánica sobre los productores para imponer tipificación de mercancías y envases (aunque sí puede realizar por sí mismo tareas de clasificación y envase de productos).

En este contexto, la construcción y operación de un nuevo mercado central mayorista debería ser complementada con otros proyectos o programas tendientes a reducir los costos de comercialización mediante una mejor coordinación de mercado, a promover la competencia de precios a nivel mayorista y detallista y a aumentar el poder de negociación de detallistas y productores agrícolas.

La experiencia muestra que las nuevas instalaciones de mercadeo no son capaces de producir por sí solas los cambios que llevan a mejorar el sistema de comercialización. El mejor desempeño del sistema de comercialización en el proceso de desarrollo parece surgir de la mutua interacción de innovaciones en tecnología, en la organización institucional y en la organización y administración de las empresas comerciales [1/].

Los siguientes comentarios parecen pertinentes:

1) Es sumamente importante comprender que el nuevo mercado mayorista, más que un conjunto de instalaciones físicas, debe ser una institución de coordinación de las actividades de mercadeo y para ello requerirá una participación comprometida de los que intervienen en el mercado. Deberían generarse incentivos para que los mayoristas desarrollen un sentido de participación y pertenencia y encuentren deseable trasladarse al nuevo mercado mayorista.

Si se quiere introducir modificaciones importantes en la organización y operación de las empresas mayoristas, se requerirán programas públicos de crédito, asistencia técnica y capacitación administrativa.

---

1/ Kelly Harrison, "Development, Unemployment and Marketing in Latin America" (Trabajo presentado en el Agricultural Development Council Workshop, Palo Alto, California, abril 13-15, 1972).

Dichos programas no tendrán éxito a menos que se genere y mantenga una atmósfera de entendimiento y cooperación entre los funcionarios públicos y los mayoristas.

2) La acción pública debe promover aquellos cambios que parezcan más deseables y necesarios en la organización y administración de las empresas comerciales.

La promoción de cadenas de supermercados, cadenas voluntarias y cadenas cooperativas de detallistas debe permitir generar la competencia de precios y por prestación de mejores servicios a nivel detallista[1/]. El desarrollo potencial de dichas cadenas y la medida en que pueden dejar de lado los mercados mayoristas merece especial consideración.

Las empresas mayoristas más progresistas pueden jugar un papel fundamental como agentes de coordinación del mercado, contribuyendo a transmitir correcta información y los incentivos necesarios para que los consumidores reciban la combinación de productos y servicios que mejor reflejen sus preferencias.

---

1/ L.J. Chiodo, C.A. Desmery y E.L. Kornreich, "Reestructuración del Abastecimiento. Un Modelo de Competencia Intertipo para la Comercialización Masiva de Alimentos en el Area Metropolitana de Buenos Aires", obra citada.

El impacto potencial de una mayor y mejor coordinación mayorista-minorista sobre los costos de distribución debe recibir atención prioritaria. Mayoristas de línea amplia de productos, capaces de ofrecer, entre otros servicios, el de entrega de la mercadería a domicilio, pueden contribuir a reducir drásticamente los costos de transporte de las compras efectuadas por los detallistas y el tiempo que éstos emplean en efectuar las compras.

El transporte de las compras realizadas por los detallistas, como lo indica expresamente Lasuén, constituye una variable instrumental a utilizar en la reducción de los costos de distribución de alimentos, abriéndose la posibilidad de organizar empresas especializadas para transportar la mercadería comprada por los detallistas 1/.

3) A fin de facilitar las transacciones deben desarrollarse programas de tipificación de productos y estandarización de envases. Un servicio de información de mercado que disemine rápidamente información correcta puede realizar una contribución

---

1/ J.R. Lasuén, "Criterios Generales de Planeación de los Nuevos Mercados Mayoristas", Trabajo presentado en la Conferencia Técnica Sobre la Planificación y Operación de Mercados Mayoristas en América Latina, Brasilia, 18-22 de octubre de 1971.

importante para reducir la incertidumbre en cuanto a las condiciones de mercado.

4) El mejoramiento de los procesos de comercialización puede beneficiar exclusiva o principalmente a los productores agrícolas comerciales.

Para mejorar la situación de los más pequeños productores es necesario no sólo facilitarles el acceso al mercado sino proceder a organizarlos para que puedan aprovechar las oportunidades generadas por las reformas realizadas.

5) El nuevo mercado central debe ser considerado no como "la" solución sino un instrumento, entre otros, para mejorar la eficiencia en la distribución de alimentos, dentro de un programa de comercialización más amplio.

## BIBLIOGRAFIA


Barreiro, M. y Limongelli, J.C. "Análisis de Aprovisionamiento Hortícola de la Ciudad de Buenos Aires". Tecnología Alimentaria, 28-29 (Julio-Octubre, 1971) y 30 (Noviembre-Diciembre, 1971).

Bravo, Guillermo y Asociados. "Encuesta a Comerciantes Minoristas de Frutas y Hortalizas". Buenos Aires (Enero-Febrero, 1971).

Buscaglia, Adolfo E. "Análisis de la Factibilidad Financiera. Proyecto Mercado Central de Buenos Aires", Informe Preliminar, Buenos Aires (marzo, 1969).

_____ et. al. "Mercado Central de Buenos Aires. Análisis Económico y Programación Financiera de la Inversión". Vol. I. Buenos Aires (Enero, 1970).

Consejo Nacional de Desarrollo. "Encuesta de Consumo de Alimentos en la Capital Federal y Gran Buenos Aires". Buenos Aires, 1968.

_____. "Informe sobre las Condiciones de Comercialización de Productos Alimenticios en la Capital Federal y Gran Buenos Aires". Buenos Aires, 1965.

_____. "Organización del Espacio de la Región Metropolitana. Esquema Director Año 2000". Buenos Aires, 1969.

Corporación del Mercado Central de Buenos Aires. "Análisis de la Producción de Frutas, Hortalizas y Pescado con Destino al Mercado Central". Informe Preliminar no Publicado. Buenos Aires, 1971.

_____. Concurso de Antecedentes y Propuestas de Evaluación Económica y Programación Financiera. Buenos Aires, 1972.

_____. Descripción del Proyecto del Mercado Central de Buenos Aires, mayo, 1970.

_____. El Censo Mayorista. Buenos Aires, 1971.

_____. El Consumo de Frutas, Hortalizas y Pescado en el Area Metropolitana. Buenos Aires, 1970.

_____. "Estudios de Nivel Comprador". Informe no publicado, 1971.

Corporación del Mercado Central de Buenos Aires. "Estudios del Nivel Mayorista". Informe no publicado, 1970-71.

_____. "Estudio de los Mayoristas de Reventa". Informe no publicado.

_____. "Estudios y Observaciones Sobre los Mercados". Informe no publicado, 1970-71.

_____. Informe Preliminar Sobre Comercialización de Frutas y Hortalizas en Pública Subasta. Buenos Aires, 1971.

_____. Los Mercados Mayoristas de Frutas y Hortalizas del Area Metropolitana. Buenos Aires, 1971.

D. K. C. Comercialización. "Un Modelo de Competencia Intertipo Para la Comercialización Masiva de Alimentos en el Area Metropolitana de Buenos Aires". Buenos Aires, 1968.

Frigerio, Norberto. "Alternative Wholesale Facility Arrangements For Fresh Fruits and Vegetables in the Buenos Aires Metropolitan Region". Tesis Doctoral no publicada, Universidad del Estado de Michigan, 1973.

Harrison, Kelly. "Development, Unemployment and Marketing in Latin America". Trabajo presentado en el Agricultural Development Council Workshop, Palo Alto, California, 13-15 de abril de 1972.

Hyde, Martín. "Análisis Económico y Financiero para Estudios de Factibilidad de Proyectos de Mercados Mayoristas". Trabajo presentado en la Conferencia Técnica Sobre la Planificación y Operación de Mercados Mayoristas en América Latina, Brasilia, 18-22 de octubre de 1971.

Kirk, J.H. "The Economics of Moving Covent Garden Market: A Reply". Journal of Agricultural Economics, XXIII, N° 2 (1972).

Lasuén, J.R. "Criterios Generales de Planeación de los Nuevos Mercados Mayoristas". Trabajo presentado en la Conferencia Técnica Sobre la Planificación y Operación de Mercados Mayoristas en América Latina, Brasilia, 18-22 de octubre de 1971.

Riley, Harold. "Improving Internal Marketing Systems as Part of National Development Programs". Trabajo presentado en la Primera Conferencia Interamericana Sobre Mercadeo y Desarrollo Económico Social en Latinoamérica, Cali, Colombia, 2-5 de mayo de 1972.

SCET-COOP-MERCASA. "Evaluación del Consumo de la Zona de Influencia del Mercado Central". Documento BH. Informe no publicado. Buenos Aires, 1970.

_____. "Resultado de una Encuesta Parcial a los Mayoristas de Frutas y Hortalizas". Documento BK. Informe no publicado (Junio 15, 1970).

SCET-MERCASA-INTECSA-SIE. "Estudio de la Mecánica de la Formación del Precio". Vol. II. Informe no publicado. Buenos Aires, junio de 1971.

SCET-MERCASA-INTECSA-SIE. "Mecánica de la Formación del Precio. El Impacto de la Creación del Mercado Central de Buenos Aires sobre los Precios de Distribución Hortifrutícola". Informe no publicado, Buenos Aires, Junio de 1971.

_____. "Estudio de los Costos de Desabastecimiento". Informe no publicado. Buenos Aires, Julio de 1971.

Slater, Charles; Riley, Harold et. al. Market Processes in the Recife Area of Northeast Brazil. Research Report N° 2. East Lansing, Michigan: Latin American Studies Center, Michigan State University, 1966.

Trigo, Eduardo. "Structural Changes in the Food Retailing Market in the Buenos Aires Metropolitan Region of Argentina During the 1960-1970 Decade". Tesis Doctoral no publicada, Departamento de Economía Agrícola, Universidad de Wisconsin, 1972.