

RESUMEN DE PRECIOS PROMEDIO SEMANALES EN EL MERCADO MODELO

PERIODO : Lunes 02/06/97 al Jueves 06/06/97

	U	ESPECIAL			PRIMERA			SEGUNDA			VARIACION
		MAX.	MIN.	COM	MAX.	MIN.	COM	MAX.	MIN.	COM	
HORTALIZAS											
ACELGA	D				24,3	20,0	20,9	18,0	14,5	16,1	
ESPINACA	D				28,0	23,3	25,0	20,3	15,5	18,3	
LECHUGA	C18				104,6	87,0	93,5	65,0	50,0	57,5	
AJO, COLORADO	U	1,6	1,4	1,4	1,2	1,0	1,0	0,6	0,4	0,5	
BONIATO, CRIOLLO	K				2,8	2,3	2,6	1,8	1,4	1,6	
BONIATO, MORADA	K	4,2	3,7	3,9	3,6	3,1	3,3	2,5	2,0	2,2	
CEBOLLA, SECA	K				8,5	7,7	8,0	6,2	4,6	5,6	
PAPA, BCA, LVDA, NVA	K	4,6	4,5	4,5	4,3	4,0	4,2	3,5	3,1	3,2	
PAPA, BCA, SCIA, NVA	K				3,6	3,3	3,4	3,0	2,4	2,8	
PAPA, RDA, LVDA, NVA	K	4,7	4,5	4,5	4,4	4,1	4,2	3,6	3,0	3,4	
REMOLACHA	D				35,3	30,0	30,6	25,3	20,0	21,4	
ZANAHORIA, SEM, EXTR	K	5,2	4,5	4,7	3,9	3,3	3,5	2,4	1,8	2,0	
ZAPALLO, CRIOLLO	K				2,5	2,2	2,4	1,7	1,4	1,5	
ZAPALLO, KABUTIA	K				1,8	1,5	1,6	1,3	1,0	1,2	
BERENJENA INVERCLO	K	14,5	12,9	13,6	12,9	11,8	12,3	8,3	6,7	7,5	
CHAUCHA	K	15,4	13,7	14,1	12,6	10,9	11,7	10,0	8,3	9,3	
FRUTILLA	K				38,9	33,8	36,5	23,3	18,3	20,4	
MORRON, RIO, AMR, NTE	K	17,0	15,0	15,7	15,2	13,8	14,5	12,8	11,0	12,2	
MORRON, VDE, AMR, NTE	K	7,0	6,2	6,6	6,1	5,5	5,7	5,1	4,3	4,8	
TOMATE, AMER, INV	K	6,9	6,1	6,5	5,9	5,2	5,6	4,3	3,4	3,9	
TOMATE, LARGA VIDA	K	8,0	7,2	7,5	6,9	6,4	6,7	5,6	4,4	5,0	
ZAPALITO, NORTE	K	9,3	8,5	8,8	7,8	7,1	7,4	6,2	5,0	5,6	
FRUTAS											
MANZANA, R, DELICIOUS	K	7,2	6,5	6,7	6,0	5,3	5,6	4,4	3,7	4,1	
MANZANA, GR, SMITH	K	4,4	3,9	4,0	3,5	3,0	3,3	2,9	2,3	2,6	
PERA, WILLIAMS	K	7,3	6,7	6,9	6,4	5,7	6,2				
PERA, PACKAMS	K	7,7	6,9	7,1	6,8	6,2	6,4	4,8	3,9	4,4	
LIMON	K	3,2	2,8	3,0	2,7	2,4	2,6	1,8	1,5	1,6	
MANDARINA, COMUN	K	4,1	3,6	3,9	3,3	2,9	3,2	2,4	1,9	2,2	
MANDARINA, SATSUMA	K				2,4	2,1	2,3	1,7	1,3	1,5	
NARANJA, NAVEL	K	3,0	2,6	2,7	2,4	2,2	2,3	1,7	1,4	1,6	
POMELO, BLANCO	K	2,7	2,4	2,6	2,4	2,1	2,3	1,6	1,4	1,5	

UNIDADES : K = KILO, D = DOCENA, C = CAJON, U = UNIDAD
 Los cuadros en blanco representan la no disponibilidad de precios
 Variación semanal calculada a partir de los promedios semanales de los valores más comunes de primera calidad
 Columna variación E: estable, B: a la baja, A: al alza.
 FUENTE: CAMM-Unidad de Información Comercial

MERCADO Modelo

BOICE S.R.L. - GABOTO 1384 - Telefax: 48 52 07 - D.L. 3531



COMISION ADMINISTRADORA DEL MERCADO MODELO - OFICINA DE PRENSA

Boletín Semanal Informativo a Usuarios del Mercado Modelo.
 Distribución Gratuita - Número 6 - 16 AL 22 de junio de 1997

Por un Mercado para todos

La función de los centros concentradores en la cadena de comercialización es vital para la formación de precios de referencia. Este aspecto, tal vez obvio, es uno de los más sobresalientes a la hora de evaluar la incidencia de cada factor en el resultado económico final de las empresas proveedoras de productos hortofrutícolas. Cuando los Mercados pierden terreno, los únicos beneficiados por tal situación son las grandes cadenas y empresas acopiadoras multinacionales. Para sostener esta afirmación basta mencionar el caso chileno, donde 10 gigantes del comercio hortofrutícola vendieron mercaderías por valor de 3500 millones de dólares, de los cuales le liquidaron a los productores sólo 350 millones, según fuentes parlamentarias. Ese es parte del "milagro chileno". La alternativa parece clara: revitalizemos nuestro Mercado o la tajada grande del pastel se la comerán

perjudicados. Si se profundiza sobre el tema tal alternativa es desechada, ya que ninguno de ellos, por importante que sea, podría fijar precios. Al momento de enfrentar la demanda, no tendría otra opción que vender a lo poco que le quieran pagar por sus productos siempre perdederos. Cuando los Mercados pierden terreno, los únicos beneficiados por tal situación son las grandes cadenas y empresas acopiadoras multinacionales. Para sostener esta afirmación basta mencionar el caso chileno, donde 10 gigantes del comercio hortofrutícola vendieron mercaderías por valor de 3500 millones de dólares, de los cuales le liquidaron a los productores sólo 350 millones, según fuentes parlamentarias. Ese es parte del "milagro chileno". La alternativa parece clara: revitalizemos nuestro Mercado o la tajada grande del pastel se la comerán

otros. La Administración se ha propuesto ejecutar una serie de proyectos que incluyen, entre otras cosas, la rehabilitación del subsuelo. Allí deberán funcionar climatizadoras de frutas, cámaras de frío e instalaciones de packing. Asimismo, es necesario culminar las obras de reconstrucción edilicia. De esta manera, nuestra tradicional plaza mayorista continuará siendo la alternativa por excelencia para la comercialización de productos de granja. Para esto la IMM deberá contar con los recursos que el Poder Ejecutivo debe destinar para tal fin, según el mandato unánime de los legisladores, continuando con su política de apoyo al Mercado, como hasta ahora. Pero también es indispensable el activo compromiso de cada operador. Sin Usted no habrá milagro, un milagro auténtico, para beneficio del sector.

No se nos mueve el piso

La Comisión Administradora del Mercado Modelo no aumentará el valor de las tarifas de locación, a pesar del reajuste previsto a partir del 1 de junio. El costo del "piso" debería sufrir una suba cercana al 7 por ciento, según el incremento del índice de Precios al Consumo (IPC) en el último cuatrimestre, que en virtud del compromiso de la Administración por volver a las tarifas históricas, se dispuso dejar sin efecto. De esta forma, pese al sacrificio económico que tal medida implica para el Mercado Modelo, paulatinamente el porcentaje de incremento superior al IPC que se fijó para el metro cuadrado, a partir de la acción generada por el incendio.

NORMATIVA GENERAL

Se recuerda que el uso de montacargas sobre las plazas de venta está absolutamente prohibido. Según el estudio terminante de Facultad de Ingeniería, las losas en esa área están construidas para soportar peso estático, pero no la circulación de vehículos. Se solicita el estricto cumplimiento de esta disposición. ■



¿QUÉ IMPORTA, DON!

Se ha constatado en la

plaza el ingreso de lechuga de procedencia argentina y brasileña. Tal situación no sería llamativa, en el marco de la integración comercial instituida a partir de la entrada en vigencia del Mercosur. Lo que se destaca en esta oportunidad son las características de la mercadería y su presentación. La lechuga argentina ha venido en los cajones de 28 plantas, de madera descartable que se utilizan en ese país, lo que no favorece su conservación post-cosecha. La misma presenta evidente signos de deterioro en la calidad. En el caso de la brasileña se constataron problemas de marchitamiento y podredum-

bre. Las preguntas de quienes se interesan por la buena salud de la granja nacional son las mismas de siempre: ¿Por qué y cómo suceden estas cosas? ¿No es ésta una práctica desleal de comercio? ¿Quién autoriza o permite la importación de descartes? Situaciones de este tipo atentan directamente contra la producción nacional y la transparencia de la comercialización hortifrutícola. ■



FRUTICULTORES BRASILEÑOS ESTAFADOS

El presidente de la Associação dos Fruticultores, Luis Shimidt, ha manifestado su disgusto por el resultado del acuerdo suscrito por productores brasileños y empresas chilenas para la exportación de frutas norteñas en el mercado internacional. Según el dirigente gremial, los productores que aceptaron a los chilenos como intermediarios sólo han recibido el 10 por ciento del valor alcanzado por las frutas en Europa. Por tal situación, los

fruticultores han tratado de vender aproximadamente el 30 por ciento de sus tierras que casualmente fueron adquiridas por las propias empresas comercializadoras transandinas. ■

VENEZUELA PIDE CONDICIONES ESPECIALES PARA INGRESAR AL MERCOSUR

Los productores venezolanos se han mostrado temerosos de la relación al posible ingreso de su país al Mercosur.

El presidente de la Federación de Productores Agrícolas (Fedagro), Hiram Gavina, afirmó que Venezuela debe asumir el compromiso de regularizar la situación. "con prudencia y equilibrio, sin presionarse". Sostuvo que su gobierno no debe pedir dos cláusulas específicas en el acuerdo para integrarse al Mercado que clarifique más el método para resolver controversias entre países miembros y otra que estipule un tratamiento especial para los productores venezolanos. ■

FORME ESPECIAL

Citrus, a la entrada del invierno, la importancia de su consumo.

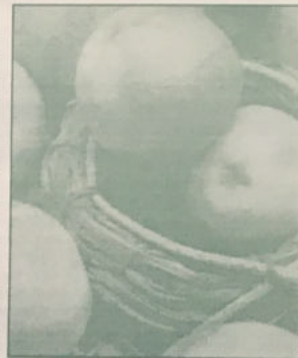


POMELOS

En esta edición haremos hincapié en 2 de las tantas variedades que se cultivan en nuestro país, la Star Ruby y la Ruby Red. El pomelo Star Ruby es una variedad obtenida por irradiación de la variedad Hudson, en Texas. Sus frutas desarrollan una coloración exterior amarillo subido con áreas rojizas.

La pulpa es de color rojo a rojo intenso, muy alto contenido de jugo. Su sabor es dulce, menos amargo que el Marsh.

No presenta casi semillas, la corteza es delgada y lisa. Se produce desde mediados de mayo a fines de setiembre. Por su parte, el pomelo Ruby Red es originario de Florida, EEUU. Su fruta es de tamaño medio a



grande, con muy pocas semillas y de alto contenido de jugo. Su temporada de cosecha se extiende desde mediados de mayo a mediados de agosto.

El pomelo, al igual que otros citrus, contienen elementos fundamentales para el mantenimiento de la salud. Son una importante fuente de vitamina C, que aumenta el rendimiento físico e intelectual. También aportan vitaminas A y B. Su consumo promueve la salud del tracto digestivo y previene la ocurrencia de determinado tipo de enfermedades. No contiene colesterol ni elementos grasos. Sus virtudes tónicas y digestivas justifican su consumo diario. ■



Carnet de Salud

A partir del 16 de junio hasta el 1 de agosto, los usuarios del Mercado Modelo podrán obtener su Carnet de Salud en la Policlínica Municipal enclavada en la planta alta del edificio central del Mercado.

El período de inscripción para acceder al mismo se realizarán hasta el 28 de junio, entre las 7 y las 12 horas, en la Policlínica.

Se otorgarán 50 carnets por día, los lunes, miércoles, jueves y viernes. Para acceder a este documento, los interesados recibirán un curso gratuito sobre manipulación de alimentos. ■

RESUMEN DE PRECIOS PROMEDIO SEMANALES EN EL MERCADO MODELO

PERIODO: Lunes 09/06/97 al Jueves 12/06/97

U	ESPECIAL			PRIMERA			SEGUNDA			VARIACIÓN
	MAX.	MIN.	COM.	MAX.	MIN.	COM.	MAX.	MIN.	COM.	
HORTALIZAS										
ACELGA	D			24,0	19,5	20,6	17,4	13,8	15,5	
ESPINACA	D			30,0	24,4	26,4	20,8	15,8	18,6	
LECHUGA	C			121,6	100,0	106,5	80,0	61,8	70,0	
AVO, COLORADO	U	1,9	1,5	1,6	1,3	1,0	1,1	0,7	0,4	0,5
BONIATO, CRIOLLO	K				2,4	2,0	2,2	1,6	1,3	1,4
BONIATO, MORADA	K	4,0	3,6	3,7	3,3	3,0	3,1	2,1	1,7	1,9
CEBOLLA, SECA	K				10,7	9,4	9,7	8,5	7,2	7,7
PAPA, BCA, LVDA, NVA	K	4,4	4,2	4,3	4,1	3,8	3,9	3,4	3,0	3,2
PAPA, BCA, SCIA, NVA	K				3,6	3,2	3,4	2,8	2,3	2,5
PAPA, RDA, LVDA, NVA	K	4,6	4,4	4,5	4,3	4,1	4,2	3,5	3,0	3,3
REMOLACHA	D				34,4	30,0	30,6	24,0	19,0	21,5
ZANAHORIA, SEM, EXTR	K	5,4	4,9	5,0	4,6	4,0	4,4	2,3	1,7	1,9
ZAPALLO, CRIOLLO	K				2,7	2,3	2,4	1,9	1,5	1,5
ZAPALLO, KABUTIA	K				1,9	1,6	1,7	1,3	1,0	1,1
BERENJENA INVERCLO	K	15,0	13,4	14,2	12,7	11,4	12,2	8,4	7,0	7,6
CHAUCHA	K				18,1	16,4	16,9	15,0	13,4	14,5
FRUTILLA	K				30,6	25,0	26,9	19,8	15,0	16,5
MORRON, RIO, AMR, NTE	K	14,2	12,1	12,7	13,0	11,4	12,1	11,4	10,1	10,8
MORRON, VDE, AMR, NTE	K	8,6	7,6	8,0	8,0	7,0	7,5	6,2	5,1	5,7
TOMATE, AMER, INV.	K	6,2	5,5	5,6	5,4	4,5	5,0	3,9	2,9	3,5
TOMATE, LARGA VIDA	K	7,6	6,6	7,2	7,0	6,4	6,5	5,3	4,3	4,9
ZAPALLO, NORTE	K	10,4	9,5	9,8	8,9	8,1	8,6	6,7	5,2	6,0
FRUTAS										
MANZANA, R, DELICIOS	K	7,2	6,4	6,8	5,9	5,1	5,5	4,1	3,5	3,8
MANZANA, GR, SMITH	K	5,0	4,3	4,6	4,0	3,4	3,7	3,0	2,3	2,7
PERA, PACKAMS	K	7,3	6,6	6,8	6,2	5,6	5,9	4,9	4,0	4,4
LIMON	K	3,3	2,8	3,0	2,7	2,4	2,5	2,0	1,7	1,9
MANDARINA, COMUN	K	3,6	3,2	3,4	3,0	2,6	2,8	2,1	1,7	1,9
NARANJA, NAVEL	K	3,1	2,8	2,9	2,5	2,2	2,3	1,8	1,5	1,7
POMELO, BLANCO	K	2,9	2,6	2,7	2,6	2,3	2,5	1,9	1,6	1,7

UNIDADES: K = KILO, D = DOCENA, C = CAJON, U = UNIDAD

Los cuadros en blanco representan la no disponibilidad de precios

Variación semanal calculada a partir de los promedios semanales de los valores más comunes de precios

Columna variación: E: estable, B: a la baja, A: al alza.

FUENTE: CAMM-Unidad de Información Comercial

INDICE S.R.L. - GABOTO 1384 - Telefax: 48 52 07 - D.L.



MISION ADMINISTRADORA DEL MERCADO MODELO - OFICINA DE PRENSA

Boletín Semanal Informativo a Usuarios del Mercado Modelo.
Distribución Gratuita - Número 7 - 25 AL 29 de junio de 1997

Objetivo 1: Vender más

Reconquistar y ampliar la "cartera de clientes" de todos los operadores del Mercado Modelo es una prioridad, que merece los próximos desvelos. En varias las acciones que para lanzar tal fin deben asumirse. En una breve reseña se pueden citar la promoción, la presentación y la concentración como las más urgentes.

Lo que hace a la promoción, no avanza con el esfuerzo de la Administración por divulgar entre el verso de probables compradores las ventajas de adquirir la mercadería en la principal plaza maestra del país, y a nivel de la población en general, pen-

de los negocios en el Mercado Modelo. Paralelamente, el propósito de la Comuna por trasladar a este centro concentrador a los operadores mayoristas del Mercado Agrícola, cuando se concrete, dará como resultado una única y exclusiva boca de salida de la producción hortifrutícola al por mayor en Montevideo. Claro que aquí también es necesario el compromiso de productores y operadores en el sentido de canalizar su oferta a través del Mercado Modelo.

Seguramente se requieren condiciones más atractivas para que esto se consolide. En eso se está trabajando. Se va reduciendo paulatinamente el costo de piso, se iniciarán trabajos para mejorar aspectos estéticos en el Mercado Modelo y la ejecución de los proyectos de construcción de cámaras climatizadas, de frío y la planta de packing, donde los operadores podrán acondicionar la mercadería para la venta, incluso en supermercados, son nuestro compromiso.

Estas medidas harán del Mercado Modelo una plaza más atractiva, aunque eso no es el remedio exclusivo.

Todos sabemos que si no mejora la situación económica de la mayoría de los uruguayos, no habrán grandes cambios.

Ese debería ser el compromiso de otros administradores.

Nemo

Carnet de Salud

Hasta el 1 de agosto, los usuarios del Mercado Modelo podrán obtener su Carnet de Salud en la Policlínica Municipal enclavada en la planta alta del edificio central del Mercado.

El periodo de inscripción para acceder al mismo finaliza el 28 de junio. Se otorgarán 50 carnets por día, los lunes, miércoles, jueves y viernes, en horario matutino.

Para acceder a este documento, los interesados recibirán un curso gratuito sobre manipulación de alimentos.

mente en las ventas, al brindarle a quien compra un producto más protegido de la manipulación, bien clasificado y con la garantía de una marca. El último aspecto, la concentración, es el factor decisivo. En este sentido, la Intendencia capitalina ha dispuesto la normativa que reglamenta el comercio mayorista hortifrutícola en el departamento. Las zonas de restricción y exclusión son por sí mismas un importante apoyo al incremento