

IV.- Comparación de las respuestas en los distintos grupos de barrios de las variables más significativas en nuestro sondeo, p. 73.

MAPAS:

Badalona por distritos, p. 48.

Badalona por barrios, p. 42.

Situación de los mercados municipales y galerías alimenticias, p. 45.

Los transportes en Badalona, p. 59.

INDICE GENERAL

INDICEINTRODUCCIONI- El Estado y sus funciones, p. 5.

- A) El Estado como asociación.
- B) El Estado es una institución.
- C) Las funciones del Estado en una sociedad compleja.
 - a) funciones que son peculiares del Estado.
 - b) funciones que cuadran bien al Estado.
 - 1. La conservación de los recursos naturales
 - 2. La regulación general de la enseñanza
 - 3. Apoyar y estimular a otros organismos
 - c) funciones a las que no se acomoda bien el Estado.
 - d) funciones que el Estado es incapaz de ejecutar.
 - 1. Controlar las opiniones del pueblo
 - 2. Controlar la moralidad
- D) El Municipio, instrumento de la Administración
 - 1. La cooperación indirecta
 - 2. El predominio de las relaciones contractuales
 - 3. La impersonalidad

II- El complejo institucional político-económico, pag. 13.

- A) Las asociaciones económicas,
- B) La peculiar importancia del capitalismo.
- C) El mercado como foco.
- D) Los tipos de mercado.
- E) El interés económico y la función social.
- F) La integración político-económica.
- G) Las actitudes y los intereses.

III- Situación demográfica de Badalona, p. 19

- A) Evolución y provisiones de futuro para la población de Badalona.
- B) Crecimiento vegetativo y migratorio.
 - 1. El crecimiento vegetativo.
 - 2. El crecimiento migratorio
- C) La población por distritos y barrios.
 - 1. Los distritos municipales de Badalona
 - 2. Los barrios o unidades de vida de Badalona

IV- Los mercados en Badalona, p. 49.

- A) Los mercados municipales: su situación e importancia.
 - 1. El mercado Maignon
 - 2. El mercado Torner
 - 3. El mercadillo de Nuestra Señora de La Salud
- B) Los mercados no municipales o galerías alimenticias.
- C) Las tiendas o detallistas incluidos los mercadillos no municipales.
- D) El nivel del consumo en alimentación en España;
- E) Las comunicaciones o transportes, factor de ligámenes relacionales.

V- Sondeo de opinión entre las amas de casa, p.60.

- A) Planteamiento del problema.
- B) ¿Cómo se ha elegido la muestra?
- C) Interpretación de los resultados.
 - 1. Para el conjunto de la población de Badalona
 - a) Naturaleza de las amas de casa y sus cónyuges
 - b) Amas de casa que trabajan fuera del hogar
 - c) ¿Dónde compran habitualmente las amas de casa en Badalona?
 - d) Motivos de la compra en un lugar determinado
 - 2. Según el área de realización del sondeo

Conclusiones, p. 79

Apéndice I - Cuestionario del sondeo, p. 85.

Apéndice II- Resultados de nuestro sondeo según el lugar en que se ha practicado, p. 86.

Bibliografía y Fuentes de información, p. 88.

Indice de cuadros, gráficos y mapas, p. 90.

Indice general, p. 92.



LA CARESTIA DE LA ALIMENTACION
EN BADALONA



JOSE MARIA HUGUET REVERTER.
MARIA DOLORES IVERN SALVA

I - DESCRIPCION DEL APARATO COMERCIAL DE LA CIUDAD DE BADALONA.

A - Los detallistas.

A. a. Los mercados zonales municipales.

A. a. 1 Número de establecimientos alimenticios en los mercados de Badalona. Comparación con los mercados de Barcelona. Relación con el número óptimo de puestos.

A. a. 2 Distribución por barrios y clientela potencial. Número de habitantes en Badalona y por mercado. Comparación con el número de habitantes por mercado en Barcelona. Relación con el volumen mínimo óptimo.

A. a. 3 Derechos y tasas a pagar en los mercados municipales de Badalona. Comparación con los derechos y tasas a pagar en los mercados de Barcelona.

A. b. Establecimientos detallistas excluidos los mercados.

A. c. Importancia relativa de los mercados municipales respecto los establecimientos detallistas en Badalona: comparación del número de establecimientos.

B - Los Mayoristas proveedores de la ciudad de Badalona.

B. a. Carne.

B. b. Frutas y verduras.

B. c. Pescado.

B. d. Leche.

II - LOS CANALES DE COMERCIALIZACION.

A - Canales de comercialización de la carne.

A. a. Esquema teórico de los canales de comercialización de la carne.

A. b. Esquema de los canales de comercialización de la carne en Badalona.

B - Canales de comercialización de la leche.

B. a. Esquema teórico de los canales de comercialización de la leche.

- B. b. Esquema de los canales de comercialización de la leche en Badalona.

- C - Canales de comercialización de frutas y verduras.
 - C. a. Esquema teórico de los canales de comercialización de frutas y verduras.
 - C. b. Esquema de los canales de comercialización de frutas y verduras en Badalona.

- D - Canales de comercialización del pescado.
 - D. a. Esquema de los canales de comercialización del pescado en Badalona.

III - CALCULO DEL COSTO DE COMERCIALIZACION.

- A - Concepto de costo de comercialización.

- B - Cálculo del costo de comercialización en Badalona.
 - B. a. Indices de precios al mayor.
 - B. b. Indices de precios al detall en los mercados municipales de Badalona.
 - B. c. Costo de comercialización a nivel de detallista en Badalona.

IV - LA CARESTIA DE LA ALIMENTACION EN LOS MERCADOS DE BADALONA.

- A - Comparación de precios al detall en los mercados zonales municipales de Barcelona y Badalona.
 - A. a. Indices de precios al detall en los mercados zonales municipales de Badalona.
 - A. b. Indices de precios al detall en los mercados de Barcelona.
 - A. c. ¿Son superiores los precios en los mercados de Badalona?

V - CONCLUSIONES.

VI - POLITICA DE ABASTECIMIENTOS.

VII - BIBLIOGRAFIA CONSULTADA.

VIII - PERSONAS Y ORGANISMOS CONSULTADOS.

I - DESCRIPCION DEL APARATO COMERCIAL DE LA CIUDAD DE BADALONA.

A - Los detallistas.

Para conocer el aparato detallista de una ciudad se precisa ante todo una cuantificación exacta del número de establecimientos existentes, y también del número de unidades de venta, en la medida en que, cada vez más, los establecimientos alimenticios no sólo se "pluriespecializan", sino que reúnen además en una superficie única varias unidades de venta autónomas (supermercados y autoservicios). Una vez reconocida esa variable fundamental, debe poder contarse con elaboraciones adicionales: así, es muy importante conocer la "dimensión" del establecimiento, es decir, su cifra de ventas por un lado y su superficie por otro; también la distribución por barrios de los establecimientos y su clientela potencial (en número de habitantes u hogares). Es muy conveniente poder contar con datos de este tipo para diferentes puntos temporales, lo que permite delimitar tendencias para poder corregirlas cuando sea preciso y para encuadrar la evolución del aparato comercial estudiado, respecto a otros más maduros y conocidos.

Una segunda serie de datos ha de referirse a la cuantificación del peso de las diferentes formas de comercio, tanto desde el punto de vista de las técnicas de venta (autoservicio o no, por ejemplo), como las características jurídicas y de la propiedad (cadenas voluntarias, sucursalismo, etc.). Es en este campo, como veremos, donde el vacío es mayor y en cambio poco costaría contar con buenos datos. El peso del comercio concentrado es de preveer sea cada vez mayor, al menor eso parece ser lo deseable, y sería conveniente conocer su desarrollo desde el principio (1).

Los detallistas del ramo de la alimentación en Badalona comprenden los establecimientos detallistas de los mercados zonales municipales y los que comercializan sus productos en tiendas o almacenes propios.

(1) Ayuntamiento de Barcelona, Gabinete Técnico de Programación: "El consumo y la distribución de alimentos en Barcelona". Barcelona, 1965, pág. 93-94.

A. a. Los mercados zonales municipales.

En Badalona existen tres: el mercado Torner, el mercado Maignon y el mercadillo de Ntra. Sra. de la Salud. Su situación dentro de la ciudad es la siguiente: el mercado Torner está delimitado por las calles Torner, Alfonso XII, Providencia y Güell y Ferrer. El mercado Maignon está delimitado por las calles Arnús, León, Pasaje Maignon y Soledad. El mercadillo de Ntra. Sra. de la Salud es un mercado semimunicipalizado y está situado en el barrio de la Salud.

A. a. 1 Número de establecimientos alimenticios en los mercados de Badalona.

La relación del número de establecimientos detallistas, bajo sus diferentes epígrafes, dentro del ramo de la alimentación, del mercado Torner queda expresado en cuadro nº 1.

Cuadro
nº 1

Relación de los puestos del mercado Torner, Septiembre de 1969

CONCEPTO	Nº DE PUESTOS
Verduras	67
Colmado	16
Aceites y Jabones	2
Conservas	21
Volatería	21
Huevos	2
Tocino	34
Despojos	14
Buey	5
Carnero	9
Ternera	7
Gallina	1
Mariscos	3
Bacalao	4
Pescado	38
Refrescos	3
EXTERIOR	
Verduras	108

Fuente: Negociado de Servicios Municipales.

Ayuntamiento de Badalona.

Elaborando dichos datos y englobándolos bajo epígrafes más homogéneos que incluyan a varios de los anteriores, tendremos el cuadro nº 1 bis.

Cuadro nº 1 bis

Relación de los puestos del mercado Torner	
CONCEPTO	Nº DE PUESTOS
Frutas y verduras	175
Colmados	39
Carne y Volatería	93
Pescaderías	45
Refrescos	3
Nº total de p uestos	355

Fuente: Negociado de Servicios Municipales.

Ayuntamiento de Badalona.

La relación de puestos de los mercados Torner y Maignon, proporcionada por el Negociado de Servicios Municipales del Ayuntamiento de Badalona es del mes de Septiembre de 1969. Nos han asegurado en dicho Negociado que la relación de puestos en los mercados no ha variado actualmente.

La distribución del número de establecimientos alimenticios detallistas del mercado Maignon, bajo sus diferentes epígrafes, queda expresado en el cuadro nº 2:

Cuadro nº 2

Relación de los puestos del mercado Maignon, Septiembre 1969	
CONCEPTO	Nº DE PUESTOS
Verduras	45
Colmado	7
Conservas	5
Ternera	15
Tocino	21
Gallina	10
Carnero	13
Despojos	10
Buey	2
Volatería	1
Huevos	2
Bacalao	8
Pescado	40
Mariscos	3
Refrescos	2
EXTERIOR	
Verduras	81

Fuente: Negociado de Servicios Municipales.

Ayuntamiento de Badalona.

Elaborando dichos datos, como hemos hecho para el mercado Torner, agrupando los establecimientos bajo epígrafes más homogéneos, tendremos el cuadro 2 bis:

Cuadro nº 2 bis

Relación de puestos en el mercado Maignon	
CONCEPTO	Nº DE PUESTOS
Frutas y Verduras	126
Colmados	12
Carne y Volatería	74
Pescaderías	51
Refrescos	2
Nº total de puestos	265

Fuente: Negociado de Servicios Municipales.

Ayuntamiento de Badalona.

La relación de establecimientos detallistas del mercado de Ntra. Sra. de la Salud, bajo sus diferentes epígrafes, queda expresado en el cuadro nº 3:

Cuadro nº 3

Relación de puestos del mercado N.º S. Salud

CONCEPTO	Nº DE PUESTOS
Tocinería	17
Tupinambas	1
Pescadería	8
Pollería y Huevos	5
Carnicería	6
Comestibles	8
Pesca salada	5
Mariscos	1
Legumbres	1
Mercería	2
Despojos	1
Bar	1
Frutas y Verduras	65

Fuente: Administración del mercado de Ntra. Sra. de la Salud, Badalona.

Elaborando dichos datos y agrupándolos bajo los mismos epígrafes que en los mercados anteriores, tendremos el cuadro nº 3 bis:

Cuadro nº 3 bis

Relación de puestos del mercado de N.S. de la Salud	
CONCEPTO	Nº DE PUESTOS
Frutas y Verduras	66
Colmados	14
Carne y Volatería	29
Pescadería y Marisco	9
Mercería	2
Bar	1
Nº total de puestos	121

Fuente: Administración del mercado de Ntra. Sra. de la Salud, Badalona.

Estos datos que hemos obtenido para los mercados de Badalona, los com-
pararemos con el número de establecimientos que incluimos bajo los dife-
rentes epígrafes, en los mercados zonales municipales de Barcelona.

Estos últimos datos los explicitamos en el cuadro nº 4:

Cuadro nº 4

MERCADOS ZONALES MUNICIPALES					
Localización	Frutas y Verduras	Colmados	Carne y Volatería	Pescaderías	Nº de establecimientos alimenticios
Barceloneta	142	28	131	59	360
V. Carmen	216	5	16	65	302
S. Antonio	309	42	282	86	719
S. Gervasio	26	3	25	14	68
Galvany	134	25	99	41	299
Tres Torres	7	6	17	8	38
Sarriá	97	8	65	19	189
Concepción	247	22	220	66	555
Sta. Catalina	376	49	243	122	790
S. José	519	48	398	177	1.142
Porvenir	185	27	201	66	479
Hostafranchs	195	15	85	31	326
Sants	239	39	104	59	441
Libertad	272	7	165	58	502
V. Estrella	65	14	53	34	166
Abacería Cent.	248	28	167	63	506
Sagrera	34	2	19	9	64
S. Andrés	112	7	61	38	218
V. Merced	90	23	96	38	247
V. Montserrat	70	16	63	26	175
B. Pastor	26	10	45	21	102

(continúa)

Cuadro nº 4 (continuación)

Localización	Frutas y Verduras	Colmados	Carne y Volatería	Pescaderías	Nº de establecimientos alimenticios
Clot	87	7	101	56	251
La Unión	58	15	77	51	201
Las Corts	111	22	80	29	242
S. Familia	261	15	85	37	398
Guinardó	123	14	44	29	210
Horta	59	12	64	21	156
TOTAL	4.332	514	3.021	1.340	

Fuente: Ayuntamiento de Barcelona, Gabinete Técnico de Programación:
 "El consumo y la distribución de alimentos en Barcelona",
 Barcelona, 1965.

No trabajaremos con la totalidad de datos del cuadro nº 4, por ser muy grande el número de mercados zonales municipales en Barcelona y - por variar muchísimo tanto el número total de establecimientos, como el número de establecimientos incluidos bajo cada epígrafe. Al momento de seleccionar algunos mercados, tendremos en cuenta aquellos siete que el Ayuntamiento de Barcelona selecciona como representativos de todos los de la ciudad.

Así, pues, siguiendo dicho criterio el cuadro nº 4 quedaría convertido en el cuadro nº 4 bis:

Cuadro nº 4 bis

MERCADOS ZONALES MUNICIPALES					
Localización	Frutas y Verduras	Colmados	Carne y Volatería	Pescaderías	Nº establecimientos alimenticios
S. Antonio	309	42	282	86	719
S. José	519	48	398	177	1.142
Sans	239	39	104	59	441
A. Central	2 48	28	167	63	506
S. Andrés	112	7	61	38	218
La Unión	58	15	77	51	201
S. Familia	261	15	85	37	398

Una de las condiciones básicas del detallismo barcelonés son los mercados zonales municipales. Barcelona cuenta con algunos de ellos demasiado grandes - así se reconoce en las declaraciones oficiales y por los interesados - , cuyo origen se debe a un planteamiento de mercado único, para una zona amplia, cuando las condiciones de transporte y trabajo de la mujer eran diferentes a las de hoy, o bien por la anexión a Barcelona de mercados centrales como consecuencia de núcleos de población absorbidos (2).

Así pues, en la misma obra se plantea la hipótesis de que, a nivel de coeficientes, se supone que un mercado ha de tener un número óptimo de 200 puestos, cifra que garantiza para cada subsector un nivel de competencia y un nivel mínimo de ventas.

Como podemos ver en el cuadro nº 4 bis, los siete mercados zonales municipales de Barcelona en su mayoría rebasan la cifra óptima de 200 puestos. Solamente los mercados de San Andrés y de La Unión bordean dicha cifra óptima, rebasándola todos los demás mercados zonales municipales.

(2) A. de B., pág. 108.

En Badalona, el mercado Torner tiene un total de 355 establecimientos detallistas, el mercado Maignon tiene un total de 265 y el mercado de Ntra. Sra. de la Salud tiene 121 puestos.

Como podemos observar, tanto el mercado Torner como el mercado Maignon están más cerca de la cifra óptima de 200 puestos que muchos mercados zonales de Barcelona. Sin embargo, el mercado de Ntra. Sra. de la Salud tiene su estructura comercial totalmente alejada de dicha cifra óptima.

A. a. 2 Distribución por barrios y clientela potencial. Número de habitantes en Badalona y por mercado.

Esa cifra óptima de 200 puestos en los mercados zonales municipales han de servir como mínimo una población de unas 30.000 personas, de modo que no se decide una localización si no se ha demostrado antes la existencia de esa población en un radio de unos 750 a 1.000 metros alrededor del mercado (3).

La superficie de Badalona es de 22'17 Km². y la población de hecho es de 125.002 habitantes (4), aunque el artículo aparecido en Tele-Expres, sobre "Establecimientos y mercados" en Badalona, el día 14 de diciembre de 1971 cifra el número de habitantes de la población de Badalona en 170.000.

Teniendo una población de hecho de 125.002 habitantes y con 3 mercados para abastecer dicha población, corresponde una población de 41.666 habitantes por mercado. Como hemos señalado, cada mercado zonal municipal debe abastecer a una población mínima de 30.000 personas. Así pues, si no tuviéramos en cuenta ninguna circunstancia más, la población que corresponde por mercado en Badalona sería correcta. Pero debemos tener en cuenta dos circunstancias. Primera, la poca importancia del mercado de Ntra. Sra. de la Salud, tiene un número reducido de puestos, una mala organización y podemos considerar que sólo abastece al barrio de la

(3) Ayuntamiento de Barcelona, Gabinete Técnico de Programación, o.c. pág. 109.

(4) Banesto, Anuario del mercado español, 1971, Banco Español de Crédito, pág. 224.

Salud y algún barrio vecino (el barrio Sistrells, por ejemplo). Segundo, debemos tener en cuenta la mala distribución geográfica de los mercados zonales. Los mercados Torner y Maignon están emplazados en dos puntos de Badalona donde la densidad de población es mayor, pero se encuentran demasiado cerca el uno del otro teniendo en cuenta la extensión de la ciudad de Badalona. Así pues, la distancia entre el mercado Torner y Maignon es muy pequeña teniendo en cuenta la distancia que hay entre el mercado Torner y el término municipal de San Adrián del Besós y la que hay entre el mercado Maignon y el término municipal de Montgat. Por otra parte, los barrios extremos no tienen mercados próximos para suministrar alimentos a sus habitantes. Así pues, los habitantes que viven en los barrios de Llefíá, Artigas, Ntra. Sra. del Remedio, Sistrells, de la Colina, de Lloreda, del Santo Cristo, de Bufala, de Canyet y de Pomar (U.V.A.S.), se encuentran a una distancia notable de los mercados zonales, teniendo que realizar importantes desplazamientos o debiéndose abastecer en establecimientos detallistas fuera de los mercados.

Así pues, podemos concluir señalando la poca importancia del mercado de Ntra. Sra. de la Salud en cuanto al número de establecimientos - por mercado, la mala distribución geográfica de los tres mercados zonales municipales, siendo la densidad de población que corresponde a cada mercado correcta.

La localización de un mercado es correcta si existe esta población mínima de 30.000 personas en un radio de unos 750 a 1.000 metros alrededor del mercado, distancia máxima de traslado que parece aceptar el ama de casa (5).

Si cada mercado de Badalona abasteciera a un radio aproximado de 1.000 metros, los tres mercados abastecerían a una superficie aproximada de 9'42 Km², superficie que se aleja notablemente a la de 22'17 Km², que es la total de la ciudad de Badalona.

(5) Ayuntamiento de Barcelona, Gabinete Técnico de Programación, o.c. pág. 109.

Así pues, además de no ser correcta la densidad de habitantes por mercado, la superficie a la que debería abastecer cada mercado de Badalona supera el radio máximo de 1.000 metros aceptable para el traslado del ama de casa. Los mercados de Badalona deben abastecer a superficies con un radio mayor a 1.000 metros.

Ahora compararemos estos datos con la distribución por distritos y el número de personas atendidas en los mercados zonales municipales de Barcelona. Para ello nos fijaremos con el cuadro nº 5:

Cuadro nº 5

Localización	Distrito	Personas atendidas
Barceloneta	I	30.000
V. del Carmen	II	80.000
S. Antonio		80.000
S. Gervasio	III	5.000
Galvany		20.000
Tres Torres		1.000
Sarriá		10.000
Concepción	IV	40.000
Sta. Catalina		80.000
S. José	V	80.000
Porvenir	VI	60.000
Hostafranchs	VII	40.000
Sans		60.000
Libertad	VIII	60.000
V. Estrella		30.000
A. Central		60.000

(continúa)

Cuadro nº 5 (continuación)

Localización	Distrito	Personas atendidas
Sagrera	IX	4.000
S. Andrés		25.000
V. Merced		60.000
V. Montserrat		30.000
B. Pastor		15.000
Clot	X	30.000
Las Corts	XI	4.000
S. Familia	XII	50.000
Guinardó		20.000
Horta		30.000

Fuente: Ayuntamiento de Barcelona, Gabinete Técnico de Programación, "El consumo y la distribución de alimentos en Barcelona", Barcelona, 1965.

En los mercados zonales municipales de Barcelona, la distribución geográfica es aceptable. Cada distrito tiene como mínimo un mercado. Esto podemos observarlo fijándonos en el cuadro nº 5.

En cuanto al número de personas atendidas por cada mercado, oscila de 80.000 personas en los mercados de San José y Santa Catalina a 4.000 en los mercados de Sagrera y Las Corts, ó 1.000 en el mercado de Tres Torres. En la mayoría de mercados de Barcelona, el número de personas atendidas por mercado es mayor ó prácticamente igual a la cifra óptima mínima de 30.000 personas.

Concluyendo, podemos afirmar que la distribución geográfica de los mercados barceloneses es buena y que la densidad de habitantes abastecidos por cada mercado se acerca en gran medida a la cifra óptima o a veces la supera.

Badalona tiene una población de hecho de 125.002 habitantes que se abastece mediante tres mercados. Barcelona tiene una población de hecho de 1.655.603 habitantes, la cual se abastece mediante 28 mercados. La densidad de habitantes que corresponde a cada mercado en Barcelona y Badalona es prácticamente igual. Lo que varía en gran medida son las áreas que abastecen los mercados de Barcelona en comparación con las que abastecen los mercados de Badalona. La superficie de Barcelona es de 97'62 Km². siendo la de Badalona de 22'17 Km² (6). La primera superficie está abastecida por 28 mercados y la segunda por tres mercados. La superficie de Barcelona es algo mayor a cuatro veces la superficie de Badalona. Así pues, el radio al que abastece cada mercado de Barcelona es mucho menor al radio que abastece cada mercado de Badalona. Esta diferencia queda solventada por la diferente densidad de población. Mientras Badalona tiene 5.638'3 habitantes /Km²., Barcelona tiene 16.959'6 habitantes /Km². El problema que tiene planteado Badalona es que los habitantes de barrios extremos tienen que recorrer grandes distancias para poderse abastecer por medio de un mercado; y el único mercado que existe en un barrio extremo de dicha ciudad es el de Ntra. Sra. de la Salud, que tiene muy poca importancia en cuanto a número de puestos y volumen de comercialización.

A. a. 3 Derechos y tasas a pagar en los mercados municipales de Badalona.

En el Negociado de Servicios Municipales del Ayuntamiento de Badalona, nos han proporcionado la siguiente relación de derechos y tasas a pagar al mes por los tenedores de puestos en los mercados Torner y Maignon al Ayuntamiento de dicha ciudad.

(6) Banesto: Anuario del mercado español 1971: Banco Español de Crédito.

Cuadro nº 6	
Concepto	Importe de ingresos liquidados para su cobro
Colmado	172'50 - 225
Bacalao	270
Refrescos	172'50
Volatería	172'50
Despojos	172'50 - 225
Buey	225
Carnero	172'50 - 225
Ternera	225
Mariscos	165
Pescado	210
Conservas	150
Huevos	172'50
Verduras	112'50
Tocino	202'50

Fuente: Negociado de Servicios Municipales Ayuntamiento de Badalona.

Los derechos y tasas a pagar en los mercados municipales de Barcelona vienen reguladas por las Ordenanzas fiscales de 1970 y concretamente por la Ordenanza nº 14 referente a Mercados.

En el artículo nº 5 se clasifican los mercados en tres categorías. Dicho artículo dice: "A efectos de aplicación de esta Ordenanza y demás disposiciones fiscales, se considerarán de primera categoría los Mercados Centrales y los de San José, San Antonio, Santa Catalina, Concepción, Porvenir y Abacería Central, de segunda categoría los de Sants, Hostafranchs, Barceloneta, Sagrada Familia, Clot, Galvany y Encantes; y de tercera categoría, los demás no enumerados".

Los derechos y tasas a pagar en los mercados municipales de Barcelona son los que exponemos en el cuadro nº 7:

Cuadro nº 7

	Expedición o renovación de los permisos o autorización			Por utilización de puestos de venta, al trimestre		
	1ª	2ª	3ª	1ª	2ª	3ª
Comidas y bebidas colmados; pesca <u>sa</u> lada	4.800	3.600	3.000	1.000	750	600
Pescado y cárnicas	3.600	2.800	2.400	750	600	500
Huevos, conservas, coloniales	3.000	2.400	2.200	500	400	360
Embutidos; frutas y verduras; legumbr. cereales; plantas y flores	1.800	1.500	1.200	360	300	250
Depósitos de enseres	3.600	1.800	1.800	1.500	600	600

Ahora compararemos los derechos y tasas pagados por la utilización de puestos de venta en los mercados municipales de Barcelona y Badalona respectivamente.

En los mercados de Badalona no hay diferenciación de categoría en los mercados, siendo esto una fuente de homogenización de los derechos a pagar, sin embargo, los derechos y tasas pagados bajo los diferentes conceptos, que hemos desglosado en el cuadro nº 6, varían en mayor medida que los pagados en los mercados municipales de Barcelona.

Los derechos y tasas a pagar en los mercados municipales de Barcelona por los conceptos de "comidas y bebidas; colmados; pesca salada", oscila entre 1.000, 750 y 600 ptas. al trimestre, según que el mercado sea de primera, segunda o tercera categoría, los derechos y tasas que bajo los mismos conceptos se pagan en Badalona oscilan entre 172'50, 225 y 270 - ptas. al mes, que corresponden a 517'50; 675 y 810 ptas. al trimestre.

Por el concepto de "pescado y cárnicas", se pagan los siguientes derechos al Ayuntamiento de Barcelona: 750, 600 y 500 ptas. al trimestre. Los que se pagan al Ayuntamiento de Badalona oscilan entre 165, 172'50 y 225 ptas. al mes, que corresponden a 495, 517'50 y 675 ptas. al trimestre.

Por los conceptos "huevos, conservas, coloniales", en los mercados municipales de Barcelona se pagan los siguientes derechos: 500, 400 y 360 ptas. al trimestre. En los mercados municipales de Badalona se pagan por los mismos conceptos de 150 a 172'50 ptas. al mes, que corresponden de 450 a 517'50 ptas. al trimestre.

Por los conceptos de "embutidos, frutas y verduras; legumbres y cereales; plantas y flores" se pagan, en los mercados municipales de Barcelona, las siguientes tasas: 36 0, 300 y 250 ptas. al trimestre. Por los mismos conceptos se pagan en los mercados municipales de Badalona derechos y tasas que oscilan de 112'50 a 202'50 ptas. al mes, que corresponden de 337'50 a 6 07'50 ptas. al trimestre.

Los derechos y tasas pagados en el mercado de Ntra. Sra. de la Salud de Badalona difieren a los de los mercados Torner y Maignon. El mercado de Ntra. Sra. de la Salud es semi-municipalizado y se rige por un concierto con el Ayuntamiento. En este concierto, 117 puestos del mercado pagan al Ayuntamiento 68.000 ptas. al mes. Los cuatro puestos restantes del mercado, que no están dentro del concierto, pagan al Ayuntamiento 30 ptas. por metro y por día.

A. b. Establecimientos detallistas excluidos los mercados.

El número de establecimientos detallistas de la ciudad de Badalona, excluidos los de los mercados, vienen relacionados en el cuadro nº 8. La fuente que hemos utilizado, ha sido la matrícula del impuesto industrial (Licencia Fiscal) del año 1971.

Cuadro nº 8

Concepto	Nº de establecimientos
Minorista tocino-fiambre	38
" carne-sacrificada	23
" carnes-puesto	4
" carne no sacrificada	39
" despojos reses	1
" huevos y aves	94
Puesto huevos y aves	6
Minorista leche diversas	4
" " facultad	16
" " sin ganado	43
" " natural	14
" legumbres-fruta	13
" " frescas	60
Frutería en puesto	16
Minorista pesca y caracoles	31
Puesto pesca y mariscos	8
Minorista pan y bollos	17
Venta al menor de pan	48
Elaboración y venta dulces	20
Minorista artículos confitería	15
Puesto " "	6
Minorista aceite y comestibles	9
Venta menor ultramarinos	304
Minorista alimentos autoservicio	9
Venta menor comestibles	76

Fuente: Matrícula del Impuesto Industrial (Licencia Fiscal) Año 1971.
Ayuntamiento de Badalona.

A partir del cuadro nº 8, elaboramos los datos que tenemos, homogeneizando diversos epígrafes. Así pues, obtendremos el cuadro nº 9:

Cuadro nº 9

Concepto	Nº de establecimientos
Minorista Tocino	38
" Carnes	66
" Despojos y Reses	1
" Huevos y aves .	100
" de leche	77
" Verduras y Fruta	89
" Pesca y Marisco	39
" Pan y Bollos	65
" artículos confitería	41
Venta menor Ultramarinos	304
" " Comestibles	85
Minorista alimentos autoservicio	9

Fuente: Matrícula del Impuesto Industrial (Licencia Fiscal) Año 1971.
Ayuntamiento de Badalona.

En el cuadro nº 9 se muestra el número de establecimientos detallistas, excluidos los de los mercados, que existen en la ciudad de Badalona. Estos establecimientos los hemos agrupado bajo epígrafes homogéneos para poder comparar su número con el de establecimientos en los mercados municipales.

A. c. Importancia relativa de los mercados municipales respecto los establecimientos detallistas en Badalona.

Primeramente elaboraremos el cuadro nº 10, en el que buscaremos el número total de establecimientos en los tres mercados de Badalona que se agrupan bajo los diferentes conceptos. Así pues, para cada epígrafe (verduras, carne, pescado, etc.) sumaremos el número de puestos de cada uno de los tres mercados, para que nos dé el número total de establecimientos en los mercados municipales.

Cuadro nº 10

Concepto	Nº establecimientos en mercados municipales.	Nº total establecimientos en los mercados municipales.
Minorista Tocino	34+21+17	72
" Carnes	21+30+ 6	57
" Despojos-Reses	14+10+ 1	25
" Huevos y Aves	24+13+ 5	42
" Verduras-fruta	175+126+66	367
" Pesca-marisco	45+51+ 9	105
Venta menor comestibles	39+12+14	65

Fuente: Negociado de Servicios Municipales. Ayuntamiento de Badalona.

El número total de establecimientos detallistas en los mercados municipales de Badalona es de 814. El total de establecimientos detallistas que se encuentran fuera de los mercados asciende a 722. Debemos tener en cuenta que en esta cifra no hemos contabilizado los minoristas de leche que ascienden a 77, los minoristas de pan que ascienden a 65 y los minoristas de alimentos en autosevicio que son 9. Así pues, el número total de establecimientos detallistas de Badalona asciende a 873.

Fijándonos en estas cifras podemos concluir que la ciudad de Badalona tiene una importante estructura comercial al margen de los mercados. El número total de establecimientos detallistas, 873, sobrepasa al número de establecimientos detallistas en los mercados municipales, 814.

Analizando los diferentes ramos de la alimentación, podemos hacer las siguientes consideraciones: los establecimientos minoristas de tocino

son 38 y el total de establecimientos de tocino en los mercados municipales es 72. Los establecimientos minoristas de carnes son 66 y en los mercados municipales hay 57 establecimientos de carne. Así pues, en la ciudad de Badalona existen gran número de minoristas de tocino y carne que comercializan sus productos fuera de los mercados. Si la localización de los establecimientos estuviera uniformemente distribuida, la densidad de establecimientos de tocino sería aproximadamente poco menos de dos establecimientos por Km². En el caso de la carne correspondería a 2'5 establecimientos por Km².

Los minoristas de despojos y reses están localizados casi en su totalidad en los mercados zonales municipales.

Los establecimientos minoristas de huevos y aves son 100, y en los mercados municipales existen solamente 42 minoristas de dicho ramo. - Así pues, Badalona tiene una gran densidad de establecimientos de huevos y aves: corresponde a casi 5 establecimientos por Km².

Los establecimientos minoristas de verduras y frutas son 89. En los mercados municipales hay un total de 367 establecimientos de dicho ramo. La importancia de la comercialización en los mercados municipales se debe sobre todo al gran número de establecimientos en el exterior - (108 en el mercado Torner y 81 en el mercado Maignon), que son en su totalidad de verduras y fruta.

Los establecimientos minoristas de pesca y marisco son 39, frente a 105 que existen, en los mercados municipales. A pesar de la mayor comercialización de pescado y marisco en los mercados municipales, es importante la densidad de establecimientos minoristas de dicho ramo fuera de los mercados, que corresponde a 1'5 establecimientos por Km².

Los establecimientos que corresponden a los epígrafes de "venta al menor de ultramarinos" y "venta al menor de comestibles" los consideraremos juntamente por corresponder todos a los establecimientos llamados "colmados". El total de establecimientos minoristas de comestibles son 389, frente a 65 que existen en los mercados municipales. Como podemos observar, es muy importante el número total de minoristas de dicho ramo que existe en la ciudad de Badalona. La densidad es de 17 establecimientos por Km².

La comercialización del pan, la leche y artículos de confitería se realiza en su totalidad fuera de los mercados municipales.

A todas estas consideraciones debemos añadir que la mayor densidad de población en Badalona se encuentra en la superficie delimitada por el término municipal de San Adrián del Besós, de Santa Coloma de Gramanet, el barrio Lloreda, el barrio del Santo Cristo, la avenida de Navarra, el término municipal de Montgat y el mar. Dicha superficie corresponde aproximadamente a la mitad de la superficie total de la ciudad de Badalona. Así pues, la densidad real de establecimientos por Km². será mayor que la considerada por tener que suponer que la mayoría de establecimientos se encontrarán situados en esta superficie en que la densidad de población es mayor.

A la vista de estos datos, podemos pues concluir que la ciudad de Badalona tiene un aparato comercial importante, en lo que a número de establecimientos se refiere, fuera de los mercados municipales.

B - Los Mayoristas proveedores de la ciudad de Badalona.

Para estudiar los Mayoristas proveedores de la ciudad de Badalona nos fijaremos en los mayoristas por grupos de productos homogéneos.

B. a. Carne.

Los Mayoristas proveedores de carne son los almacenistas mayoristas de dicho producto, que se especifican en el cuadro nº 14, y que sacrifican sus reses en el matadero municipal o en los mataderos de aves. También lo son los entradores del matadero municipal, que se especifican en el cuadro nº 13, y que sacrifican en dicho matadero, comercializando allí sus reses por ser mercado central de carnes.

Mayoristas proveedores de carne de cerdo lo son también los mataderos generales frigoríficos.

B. b. Frutas y Verduras.

Los Mayoristas proveedores de frutas y verduras de Badalona son:

- 1) Agricultores que venden sus productos directamente en los mercados zonales municipales.
- 2) Asentadores del Mercado Central de Frutas y Verduras de Barcelona.

3) Almacenistas mayoristas de frutas y verduras de Badalona.

B. c. Pescado.

Los mayoristas proveedores de pescado de Badalona son:

- 1) Los asentadores del Mercado Central de Pescado de Barcelona.
- 2) Pescadores que pescan en playas vecinas a Badalona.

B. d. Leche.

Los mayoristas proveedores de leche en Badalona son:

- a) Los almacenes mayoristas de leche.
- 2) Las industrias lecheras que comercializan leche pasteurizada y esterilizada.

II - LOS CANALES DE COMERCIALIZACION.

Existen distintas formas de comercio. Los canales de comercialización tienen por objetivo describir dichas formas.

Los canales de comercialización son la descripción de todo el proceso actual de llegada de los productos de su origen a la ciudad. Es lógico que el punto de partida sea la localización y descripción de los orígenes de los productos alimenticios que consumimos. En un segundo paso, los canales de comercialización describen los "Entradores" de productos alimenticios en la ciudad y las instalaciones y procedimientos de entrada. Y para terminar reflejando la forma como dichos productos se ofrecen, en el último eslabón, a los consumidores.

En particular para nuestro esquema, se han escogido cuatro productos suficientemente importantes y tipificados: la carne, la leche, frutas y verduras, y el pescado.

En un primer aspecto se analizan los "canales de comercialización" bajo su forma completa y teórica; para terminar concretando la forma particular que toman los canales de comercialización en Badalona, para cada uno de estos productos previamente escogidos.

A - Canales de comercialización de la carne.

A. a. Esquema teórico de los canales de comercialización de la carne de vacuno, porcino y ovino.

Aunque ya ha llegado a ser un lugar común, hay que destacar, en primer lugar, el alto grado de atomización que se presenta en los dos extremos del proceso de comercialización: el escalón de producción y el minorista de comercio. El problema no es exclusivo de este sector, sino común a casi toda la producción agraria.

Esta atomización lleva a una falta de capacidad negociadora y de organización comercial del ganadero, que carece de una información adecuada sobre el mercado y tiene graves dificultades para resolver frecuentes problemas de financiación. Quienes dominan la situación son los intermediarios que tienen más conocimiento de precios y del mercado en general. Hay una ausencia importante de transparencia en el mercado y no se transmiten adecuadamente las diferencias de precio de consumo a producción.

A esto se une, por lo general, la falta de eficacia de los mercados centrales, con frecuencia mal situados urbanísticamente y anticuados, a consecuencia de lo cual no cuentan con las instalaciones y servicios deseables, ni con capacidad suficiente (posible fuente de prácticas monopolísticas en casi todos los casos), ni presentando tampoco servicios adecuados de informaciones sobre precios.

La situación ha mejorado algo en los últimos años y se han conseguido agrupaciones interesantes en el escalón productor, muy frecuentemente en forma cooperativa. Hay que señalar, también, la actuación de MERCASA para la modernización de los mercados centrales.

En el escalón minorista la atomización no es menor. En el comercio español de alimentación, en general, no están suficientemente desarrolladas ninguna de las formas de comercialización más modernas; y aún es más acusada la situación en la distribución de carnes no transformadas. Pero también aquí va mejorando la situación, con la extensión de la cadena de frío, carnes congeladas y refrigeradas, salas de despiece, etc.

La comercialización de la carne no presenta características uniformes en las distintas ciudades españolas. Para una consideración esquemática se pueden distinguir dos casos totalmente distintos, según exista

o no mercado central de carne; por otra parte, se consideran en conjunto las especies vacuna, porcina y ovina, aunque oportunamente se señalarán las matizaciones y características de cada una.

En el cuadro nº 11 se representa el esquema de comercialización en el caso más complejo, examinando los canales de suministro a una ciudad con mercado central que, como normalmente ocurre, es también aprovisionada por mataderos generales frigoríficos. Para completar el esquema, se han incluido los canales de comercialización a las industrias cárnicas y la incidencia del comercio exterior.

Como es bien sabido, hay un número de mataderos municipales en España; teóricamente es un servicio que debe ser prestado por todos los ayuntamientos de más de dos mil habitantes y, de hecho, hay en funcionamiento bastante más de tres mil mataderos municipales, muchos de ellos en condiciones bastante deficientes.

Mercados centrales de carnes hay solamente en veinte ciudades y capitales de provincia de más de 100.000 habitantes. Concretamente Madrid, Barcelona, Valencia, Zaragoza, Sevilla, Cádiz, Córdoba, Hospitalet, Sabadell, Badalona, Tarrasa, Jerez de la Frontera, Vigo, Huelva, León, Palencia, Tarragona, Palma de Mallorca, Las Palmas y Santa Cruz de Tenerife. Del volumen total manipulado en estos mercados centrales, Madrid y Barcelona comercializan algo más de las dos terceras partes y entre Valencia, Barcelona y Sevilla (los otros tres mercados de referencia de la Reglamentación legal para el control de precios) alrededor del 15 por 100. En todos los casos, el mercado central de carnes está ubicado en el matadero municipal correspondiente, prácticamente confundido con él, realizándose la comercialización en alguna de sus naves.

Los mataderos generales frigoríficos, ubicados generalmente en zonas de abundantes efectivos ganaderos, están convenientemente dotados de cámaras y túneles de frío para congelar y refrigerar carne. Pueden reexportar carne a cualquier lugar de España (a diferencia de los municipales, que solamente abastecen a su población) y siempre las canales salen del matadero congeladas o refrigeradas, siguiendo la red de frío.

Las salas de despiece han empezado a funcionar muy recientemente y suponen un canal paralelo al tradicional en la distribución de la carne en canal, suministrando cada una de las calidades y piezas en su envase

y embalaje apropiado. Trabajan fundamentalmente con ganado vacuno.

Los mataderos industriales son los utilizados por las industrias cárnicas para sus propias elaboraciones, es decir, que sacrifican el ganado que van a utilizar en la elaboración de sus productos. Algunas industrias cárnicas no tienen matadero propio, utilizando los canales de suministro que más adelante se comentan.

Hay funcionando en España treinta y cinco mataderos generales, frigoríficos y unas treinta salas de despiece. Industrias cárnicas hay más de 1.400 de las que 25 tienen más de 100 obreros y otras 25 entre 60 y 100. Hay media docena de elaboradores de productos cárnicos congelados.

Volviendo al esquema dado en el cuadro nº 11 se pueden observar en él los canales de suministro a una gran ciudad con mercado central en los casos siguientes:

- a) Reses que llegan "en pie", esto es, ganado vivo que es sacrificado en el mercado municipal y comercializado en el mercado central.

La figura central del mercado es el "entrador", como se llama en Madrid y otras plazas, también denominado "abastecedor" en Barcelona y otros mercados. Forman un "número clausus", entre otras razones por las puramente físicas de posibilidad de cabida en el mercado.

Los distintos canales representados en el esquema son:

- a. 1. Ganadero-tratante o corredor/entrador/mercado central (matadero municipal)-minorista-consumidor. Este es el canal por el que se comercializa un porcentaje más alto de carne.

- a. 2. Puede tener la pequeña variante de que el ganado se adquiere no directamente en la explotación del ganadero, sino en una feria de ganado.

- a. 3. También puede ocurrir que no intervenga el tratante o corredor, porque el entrador compre directamente, al ganadero, eventualmente, como otro posible canal, en una feria de ganado.

- a. 4. Ganadero-(mercado municipal)-minorista-consumidor; esto es, contratación directa entre ganadero y minorista, con sacrificio en el matadero municipal. Este canal es más bien teórico y su participación en la comercialización muy pequeña. En el caso concreto del matadero-mercado central de Madrid, sí que existe, y se denomina "factaje municipal"; pero no supone ni el 5 por 100 de la carne fresca que se co-

mercializa. En Barcelona, no existe teóricamente este canal; esto es, el 100 por 100 es comercializado por los "abastecedores". En cambio, en los mercados andaluces de Sevilla, Cádiz y Jerez de la Frontera la participación directa de los ganaderos es bastante alta. En el conjunto de mercados centrales de España no debe representar más del 12/15 por 100; más del 85 por 100 es comercializado por las variantes de canales a.1 a a.3 que se acaban de describir.

Del sacrificio de los animales resultan unos subproductos: todos los "caídos", llamados "quinto cuarto" en el ganado bovino, que también se comercializan. Así como las pieles y cueros y otros subproductos que se absorben por la industria. Esto ocurre en todos los casos de sacrificio de ganado, cualquiera que sea el tipo de matadero.

b) Carne congelada/refrigerada procedente de matadero general frigorífico.

Puede pasar o no por el mercado central, siguiendo los dos canales señalados en el esquema:

b. 1. Matadero general frigorífico-mercado central-minorista-consumidor.

b. 2. Matadero general frigorífico-minorista-consumidor.

Descrita la comercialización de las carnes en los grandes núcleos que cuentan con mercado central de estos productos, se comentan, a continuación, algunas características generales de estos mercados: En un porcentaje muy alto, llega el ganado al matadero/mercado central por carretera; solamente el matadero de Madrid cuenta con muelle y apartadero de ferrocarril, que prácticamente no utiliza. Los mercados en que el acceso del ganado por ferrocarril tiene mayor participación son los de Valencia (alrededor del 20 por 100) y León (alrededor del 10 por 100) y, en menor porcentaje, Zaragoza, Barcelona y Madrid.

Todos los mercados centrales trabajan exclusivamente carne no transformada; también todos ellos manipulan carne fresca y, además, cuatro (Barcelona, Tarrasa, Madrid y Zaragoza) carne congelada y cinco (Barcelona, Sabadell, Madrid, Sevilla, Zaragoza) carne refrigerada.

Como ya se ha indicado, el mercado central está situado, en todos los casos, en el mismo matadero municipal (que naturalmente es propiedad y es explotado por el Ayuntamiento respectivo). Por eso no puede

establecerse una delimitación precisa entre el matadero y mercado central, porque las mismas naves de sacrificio y oreo del matadero, se utilizan para operaciones de venta y los servicios generales y utillaje comunes.

En general, los mataderos/mercados están mal utillados, son deficientes en instalaciones de frío, transportes interiores, sistemas de carga y descarga, etc.; en ninguno existe información de precios de otros mercados.

Normalmente, los entradores trabajan con carnes de cualquiera de las especies, pero los tratantes o corredores suelen especializarse en alguna de ellas. Se comercializa simultáneamente carne que se ha comprado en firme o aquella otra con la que los entradores trabajan "a comisión". Puede estimarse que en Madrid se comercializa el 10 por 100 en firme y el 90 por 100 a comisión; en Barcelona estos porcentajes son del 20 y 80 por 100, respectivamente. Solamente en tres mercados centrales se supera la tonelada diaria comercializada por mayorista (Madrid, Barcelona y Córdoba).

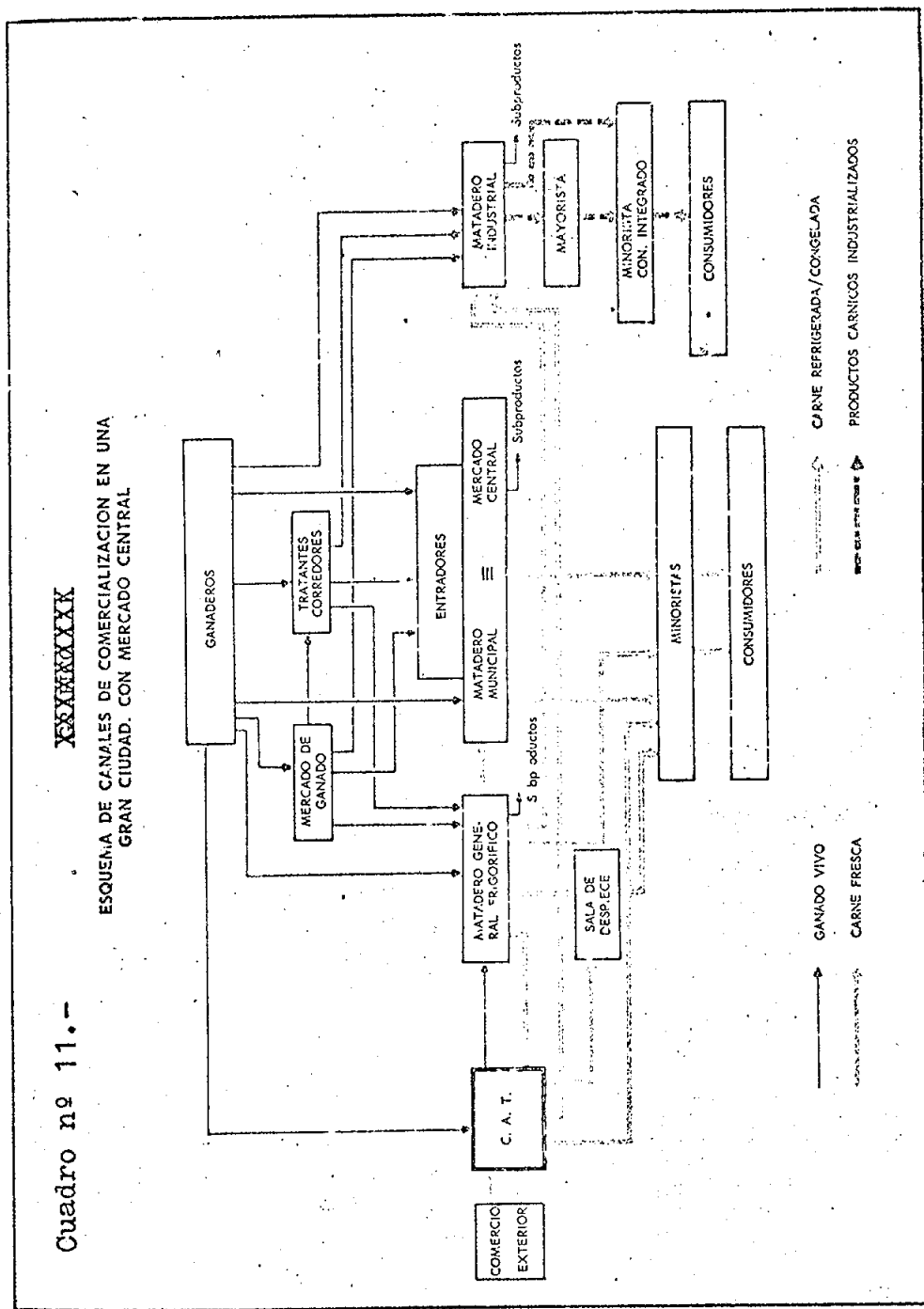
Puede estimarse que en el año 1967, entre los 20 mercados centrales, comercializaron unas 155.000 toneladas de carne fresca, de las que 67 correspondían a ganado vacuno, 46 a porcino y 42 a ovino y caprino. Por otra parte, se comercializaron unas 41.500 toneladas de carne congelada y refrigerada, de la que corresponde el porcentaje más alto a la procedente de ganado vacuno (92 por 100), suponiendo un 6 por 100 la de porcino y un 2 por 100 la de ovino. Por lo tanto, en la comercialización efectuada a través de los veinte mercados centrales, corresponde un 80 por 100 a carne fresca y un 20 por 100 a congelada/refrigerada, aproximadamente. Pero hay que tener en cuenta que no toda la carne refrigerada/congelada vendida por los minoristas se comercializa en el mercado central, puesto que éstos reciben directamente de los mataderos generales frigoríficos, de las salas de despiece (aunque sean cantidades mínimas, comparadas con el volumen total) y de las adjudicaciones de C.A.T. (7).

(7) Confederación española de las Cajas de Ahorros: La demanda de productos agropecuarios, Madrid 1969; pág. 129-134.

Cuadro nº 11.-

XXXXXXXXXX

ESQUEMA DE CANALES DE COMERCIALIZACION EN UNA GRAN CIUDAD. CON MERCADO CENTRAL



Fuente: Confederación Española de Cajas de Ahorros: "La demanda de productos agropecuarios!"- Madrid, 1969.-

A. a. Esquema teórico de los canales de comercialización de la carne de ave.

Los canales de comercialización son los que se indican en el esquema del cuadro nº 12. En el escalón de producción hay que distinguir los pequeños avicultores de las verdaderas granjas. Estas son frecuentemente auténticas explotaciones industrializadas, que están integradas con fábricas de piensos compuestos y con mataderos especializados de aves. También entre las granjas han crecido fuertemente los sistemas de asociación en forma de cooperativa y la comercialización a través de la UTECO (Unión Territorial de Cooperativas de ámbito provincial). Estas integraciones verticales, con mataderos de la propia organización, suelen disponer también de cadena distribuidora que llega hasta el minorista.

El canal granja-(matadero de aves)-cadenas distribuidoras-minoristas-consumidores es el que comercializa prácticamente toda la oferta de carne de pollo; se puede estimar en más del 95 por 100 la que sigue este canal.

El matadero de aves no es intermediario, dedicándose simplemente a realizar el sacrificio; la figura de mayorista puede identificarse aquí en las cadenas distribuidoras. En los mataderos no hay mercados al por mayor. El único mercado central de pollos que existe en España es el de Madrid, cuyas características se comentarán más adelante. Como se ha indicado, es frecuente la integración vertical de granja-matadero-distribuidor.

Prácticamente todos los mataderos de aves integrados o no, disponen de instalaciones de frío y pueden comercializar alternativamente pollos frescos o congelados y refrigerados. Claro está que estos últimos deben seguir la cadena de frío y en su mayor parte van a supermercados, en los que se venden también pollos frescos. En un porcentaje pequeño se comercializan los pollos con la marca de la organización o de la granja, esto ocurre frecuentemente en los congelados.

De la matanza de las aves en el matadero y de su preparación para ser comercializadas se obtiene un conjunto de subproductos que son vendidos a las industrias correspondientes para su aprovechamiento; así

los despojos y menudillos para las casquerías, las cabezas, patas y plumas para la fabricación de harina de carne, etc. Normalmente no se consigue el aprovechamiento de la sangre, que, sencillamente se desperdicia.

Como se indica en el esquema, hay otros dos canales de muchas menor participación, que corresponden a la comercialización de la producción obtenida por los pequeños avicultores. Aparecen aquí algunas veces como intermediarios los corredores o tratantes, que agrupan la oferta de estos pequeños avicultores para venderla a cadenas distribuidoras que realizan los sacrificios en mataderos de aves. Sin embargo, es más frecuente que los corredores vendan a minoristas, realizándose el sacrificio en las salas de aves de los mataderos municipales. También puede ocurrir que el pequeño avicultor venda directamente al minorista, sacrificando en las indicadas salas de los mataderos municipales.

Se forman, por tanto, los canales que se indican en el esquema:

- Pequeños avicultores-salas de aves en mataderos municipales-minoristas-consumidores.
- Pequeños avicultores-corredor-matadero municipal-minorista-consumidor.
- Pequeños avicultores-corredor-matadero de aves-cadena distribuidora-minorista-consumidor.

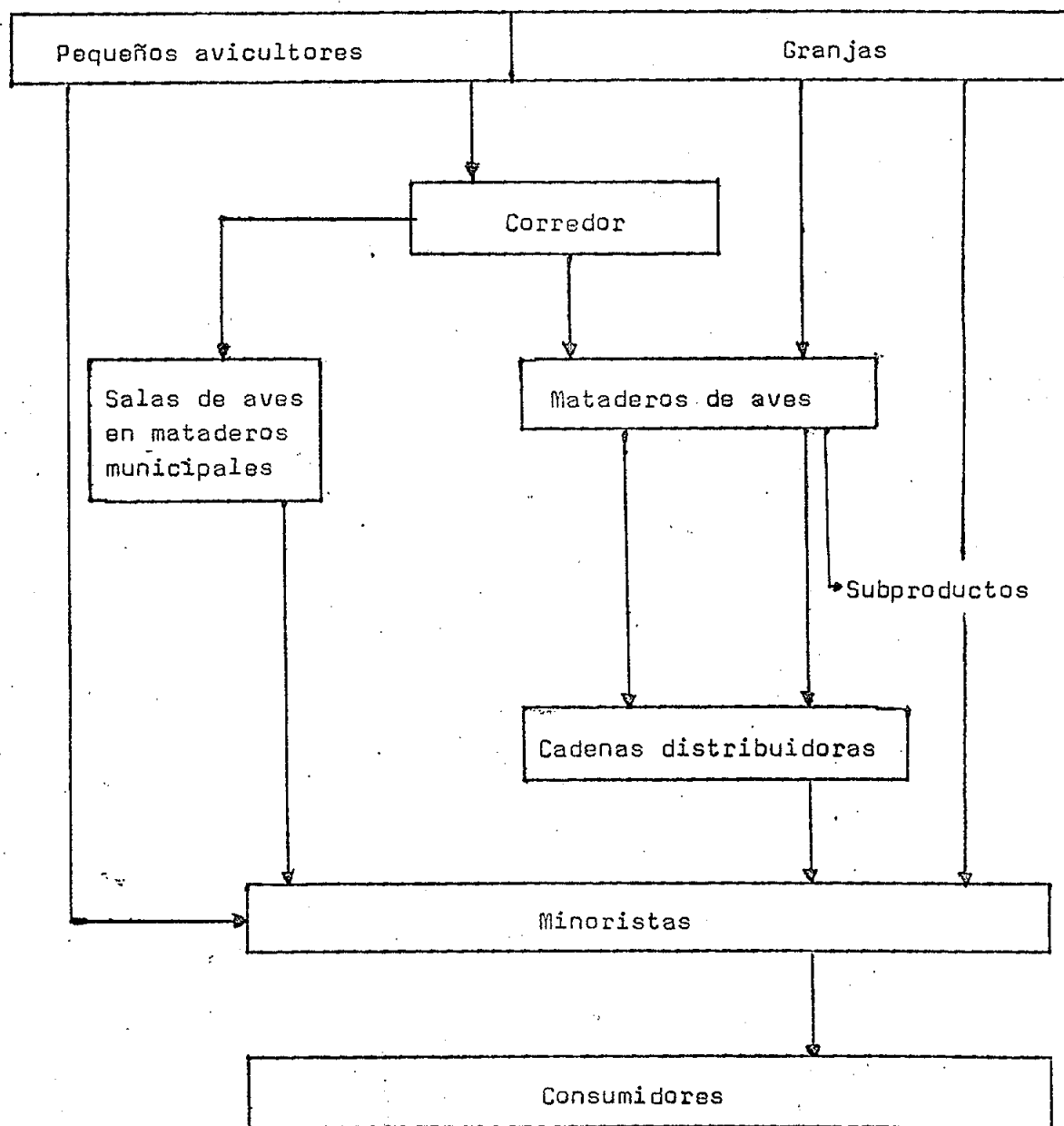
Como se ha indicado anteriormente, el único mercado central de aves de España es el de Madrid, que es común al de huevos y contiguo al matadero municipal. Sus instalaciones son muy deficientes y no dispone de cámaras frigoríficas. En el año 1966 se comercializaron unos dieciocho millones de aves sacrificadas y algo más de un millón de aves "en vivo" (8).

(8) Confederación española de Cajas de Ahorros; o.c. pág. 136-137.



Cuadro nº 12

ESQUEMA DE LOS CANALES DE COMERCIALIZACION DE CARNE DE AVE



Fuente: Confederación española de Cajas de Ahorros: "La demanda de productos agropecuarios", Madrid, 1969.

A. b. Esquema del canal de comercialización de la carne de vacuno, porcino y ovino en Badalona.

Primeramente debemos señalar que Badalona posee un Matadero municipal, es decir, que depende del Ayuntamiento. El Matadero es además - Mercado central de carnes. El matadero es un servicio municipal, en el que los mayoristas de carnes pueden sacrificar sus reses. El mercado central de carnes está ubicado en el matadero municipal correspondiente, prácticamente confundido con él, realizándose la comercialización de carnes en alguna de sus naves.

Los entradores que sacrifican en el Matadero municipal deben obtener previamente en el Ayuntamiento la debida autorización. Por dicha autorización se deben pagar los correspondientes derechos al Ayuntamiento.

El número de entradores que sacrificaron derechos al Ayuntamiento municipal de Badalona en el año 1971 viene expresado en el cuadro nº 13

Cuadro nº 13

Concepto	Nº de entradores
Entradores de ganado porcino	28
" " " equino	7
" " " vacuno	1
" " " lanar	16

Fuente: Matadero municipal de Badalona.

La carne sacrificada en el Matadero municipal de Badalona, o se comercializa en el mismo matadero, o los entradores la transportan a los almacenes mayoristas existentes para poder ser vendida allí a los minoristas.

El número de almacenes mayoristas de carne en Badalona viene expresado en el cuadro nº 14.

Cuadro nº 14

Concepto	Nº de almacenes mayoristas
Fabricantes cerdo propios	18
Mayorista Embutidos Fiambres	1
" Carne sacrificada	4
" Tripas y sebos	1
" Huevos y aves	3

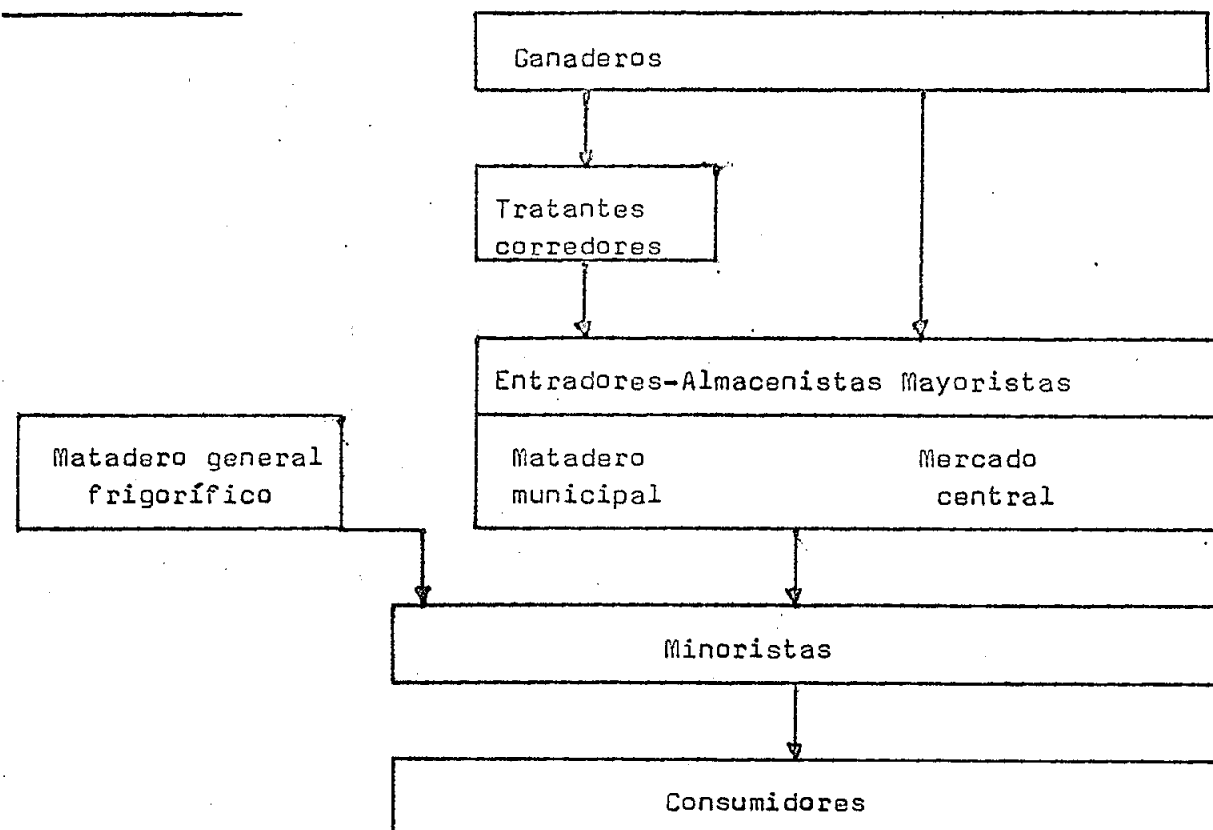
Fuente: Matrícula del Impuesto Industrial (Licencia Fiscal). Año 1971
Ayuntamiento de Badalona.

Los mayoristas de vacuno, equino y lanar sacrificad sus reses exclusivamente en el matadero. Las reses de los mayoristas de ganado porcino pueden haber sido sacrificadas en el matadero o pueden provenir de mataderos generales frigoríficos.

El matadero municipal de Badalona no incluye matadero de aves y no comercializa carne congelada o refrigerada. Así pues, la carne congelada que se comercializa en el mercado Torner debe provenir directamente de mataderos generales frigoríficos.

En el cuadro nº 15 haremos el esquema de comercialización de la carne en la ciudad de Badalona:

Cuadro nº 15

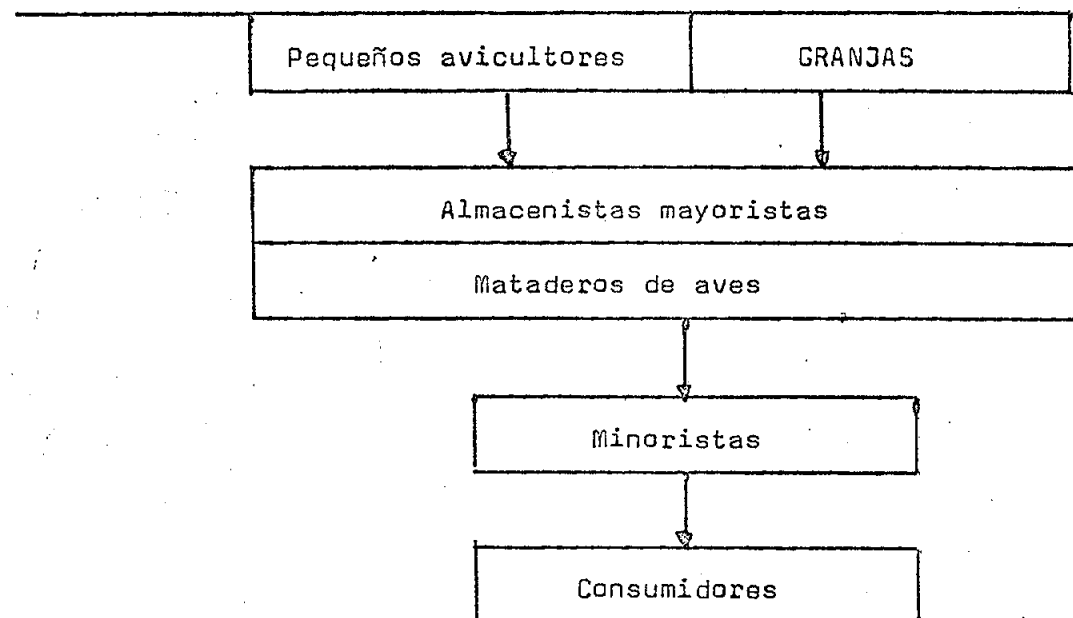


A. b. Esquema del canal de comercialización de la carne de ave en Badalona.

El Matadero municipal de Badalona no incluye matadero de aves. Así pues, los mataderos de aves de Badalona no son municipales sino que corresponden a los almacenes mayoristas de huevos y aves. Según la Matrícula del Impuesto Industrial (Licencia Fiscal) del año 1971, en Badalona existen tres mayoristas de huevos y aves. Dichos mayoristas venden sus productos a los comerciantes minoristas y éstos a los consumidores.

En el cuadro nº 16 haremos el esquema de comercialización de la carne de ave en la ciudad de Badalona.

Cuadro nº 16



B. Canales de comercialización de la leche.

B. a. Esquema teórico de los canales de comercialización de la leche.

Por ser la leche un producto perecedero, muy alterable, el consumo en fresco tiene que realizarse en un plazo muy corto, de unas horas, o en otro caso tiene que ser sometida a elaboraciones tales como de pasteurización o esterilización, o bien ser transformada en las industrias lácteas.

Un problema de gran importancia en la comercialización de la leche, es la atomización del escalón productor, constante que encontramos en todos los productos ganaderos. Por ejemplo, en Santander y Asturias puede estimarse que la media de producción por explotación es de 17/20 litros día, cifra que da idea de la magnitud del problema de recogida de la leche y de las distancias que hay que recorrer para acopiar un volumen adecuado. Esta situación ha hecho surgir la figura del "recogedor", que trabaja normalmente a comisión para la industria transformadora, y reúne la leche de un conjunto de explotaciones, actuando de intermediario. Hoy está desapareciendo esta figura del "recogedor", que está siendo sustituido por pequeños transportistas, a sueldo o a

comisión, de las industrias, que ya no actúan como intermediarios. Hay que señalar también que van tomando auge las agrupaciones cooperativas.

En el suministro a las grandes ciudades, el canal de comercialización es ganadero-central lechera o centro de higienización-distribuidores-minoristas-comsumidores. Entre el ganadero y la central lechera/centro de higienización, suele intervenir el "recogedor" que se ha indicado anteriormente y ahora con más frecuencia el pequeño transportista, también citado (Cuadro nº 17):

Por decreto de 18 de abril de 1952, se crearon las centrales lecheras, y - en teoría - para todas las ciudades de más de 25.000 habitantes toda la leche ha de ser suministrada por los centros de higienización y/o esterilización o a través de las centrales lecheras que se han ido creando.

En estos centros, la leche es sometida a un proceso de pasteurización o esterilización y envasada en botellas de uno o medio litro, bolsas de plástico de igual cabida o tetraedros de cartón cuya capacidad general es medio litro; los envases no son alterados por los minoristas, que los despachan como los han recibido.

Están actualmente en funcionamiento 31 centrales lecheras y 141 centros de higienización y/o esterilización. En el año 1966 se trataron y comercializaron por este canal 885 millones de litros (Comisión de Industrias de la Alimentación del II Plan de Desarrollo) y puede estimarse que actualmente el volumen comercializado ha aumentado a unos 1.100 millones de litros al año, lo que supone una tercera parte, aproximadamente, del volumen total de leche comercializada.

En las centrales lecheras es más frecuente el proceso de pasteurización. Como la leche esterilizada se mantiene apta para consumo durante un período de varios meses, en las grandes ciudades, concretamente en Madrid y Barcelona, se consume leche esterilizada elaborada en muy distintos puntos de nuestra geografía: Vizcaya, Guipúzcoa, León, Granada, etc.

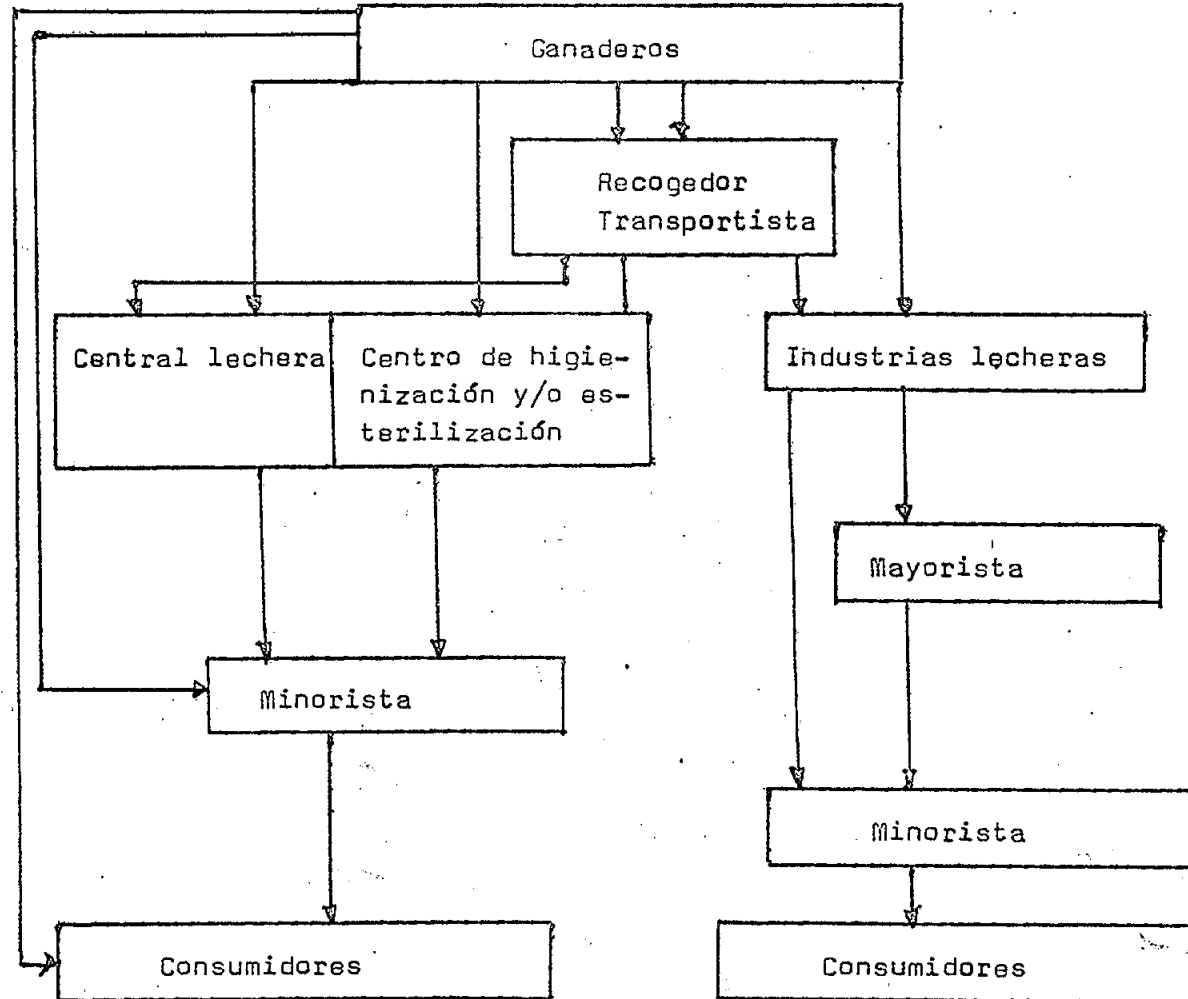
En el suministro a industrias lácteas se sigue el canal ganadero-industria láctea y como en el caso de las centrales lecheras puede intervenir el "recogedor" y casi siempre interviene el pequeño transportista.

En la comercialización de los productos de estas industrias lácteas, el canal más normal es el de fabricante-representante-detallista-consumidor. Los principales fabricantes suelen tener depósitos propios en los grandes centros de consumo.

También se utiliza el canal típico de comercio fabricante-mayorista-minorista-consumidor (9).

Cuadro nº 17

Esquema de los canales de comercialización de la leche de vaca



Fuente: Confederación española de Cajas de Ahorros: "La demanda de productos agropecuarios", Madrid, 1969.

(9) Confederación española de Cajas de Ahorros, o. c. pág. 138-140.

B. b. Esquema del canal de comercialización de la leche en Badalona.

En Badalona no existe central lechera. Sin embargo hay varios mayoristas de productos lácteos. En el cuadro nº 18 indicamos los mayoristas de leche de Badalona:

Cuadro nº 18

Concepto	Nº almacenes mayoristas
Mayorista leche diversas	1
" " sin ganado	2
" " natural	1

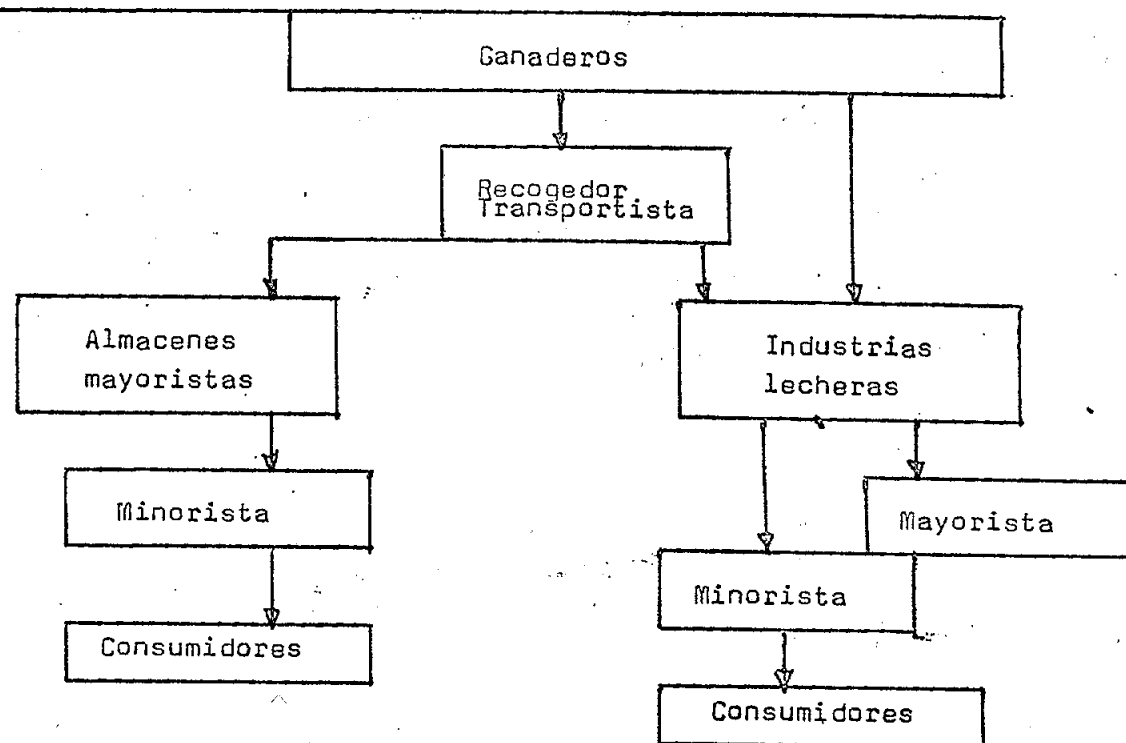
Fuente: Matrícula del Impuesto Industrial (Licencia Fiscal) Año 1971.
Ayuntamiento de Badalona.

Estos mayoristas de leche venden dicho producto a los minoristas y éstos a los consumidores.

Otro canal de mayor importancia en la comercialización de la leche es el que se realiza por medio de las industrias lecheras, comercializando leche pasteurizada o esterilizada. Estas industrias venden sus productos a mayoristas o minoristas y éstos a los consumidores.

En el cuadro nº 18 bis expondremos el canal de comercialización de la leche en Badalona:

Cuadro nº 18 bis



C. Canales de comercialización de frutas y verduras.

Para estudiar el esquema teórico de los canales de comercialización de frutas y verduras no fijaremos en el canal de comercialización de los agríos y de la patata. Dentro del epígrafe de frutas y verduras hemos escogido estos dos productos por la importancia que tienen dentro del volumen total de producción agrícola española, y por ser además, productos básicos en la alimentación de una familia española.

En la comercialización de la naranja que se dirige al mercado nacional interviene normalmente el "comerciante de mercado interior" también llamado "especialista de mercado interior", que canaliza la mercancía desde el exportador al mayorista de destino, sea o no asentador de Mercado Central.

En destino, la naranja se comercializa en un porcentaje alto en el Mercado Central de Frutas y Verduras en las ciudades en que existe. Hay en España 29 de estos mercados en capitales de provincia o en otras ciudades que tienen más de 100.000 habitantes.

Se pueden hacer los mismos comentarios sobre las condiciones deficientes de comercialización en que se encuentran los Mercados Centrales de Frutas y Verduras, a los ya señalados para los Mercados Centrales de carnes, al considerar aquellos productos. La mayoría están situados en zonas céntricas de la ciudad, como consecuencia de la antigüedad del mercado y del crecimiento experimentado por las poblaciones en los últimos años. Si bien, hay que hacer notar a partir de la creación de la Sociedad a nivel nacional MERCASA, y concretamente MERCABARNA en Barcelona, el traslado del Mercado Central de Frutas y Verduras de su antiguo lugar al actual emplazamiento en la Zona Franca. Lo cierto es que esto no se ha realizado sin innumerables problemas, que ahora no es nuestro objetivo reseñar aquí; la realidad es que la polémica sobre la eficacia de Mercabarna y de muchos de sus servicios no está todavía cerrada. Como muestra la constante alusión a estos problemas que podemos leer en la prensa de nuestra capital de provincia. (Ver Tele-Exprés, 15-18 y 19 de octubre de 1971).

C. a. Canales de comercialización de los agrios:

En general, todos los Mercados Centrales tienen unos servicios generales deficientes y tampoco disponen de utillaje adecuado. La escasa información de precios y el número limitado de asentadores en tales mercados suele implicar una falta de clarificación y un cierto grado de monopolio.

Sólo en cuatro mercados hay puestos fijos para los agricultores que deseen acudir directamente con su mercancía; en los demás, normalmente se habilita un espacio abierto, próximo al recinto de mercado, sin que en este caso puedan los agricultores utilizar los servicios generales.

En las ciudades que no hay Mercado Central, se comercializan los agrios por mayorista de destino, que normalmente reciben la mercancía del especialista de comercio interior y con menos frecuencia directamente del exportador.

Los minoristas están muy atomizados y normalmente son comerciantes especializados (en Barcelona, en cambio, se vende un alto porcentaje de esta fruta en las tiendas generales de comestibles). En los últimos años se ha desarrollado bastante en las grandes ciudades la sección de frutas de los supermercados y autoservicios.

En el esquema del cuadro nº 19 se reflejan esquemáticamente los canales de comercialización. Prácticamente toda la cosecha pasa - del productor al mayorista de origen-exportador que realiza también la labor del lavado y abrillantamiento de la naranja.

El canal más normal de la canalización interior es el de productor-mayorista de origen-exportador-especialista en comercio interior -mayorista de destino-(asentador-Mercado Central si hay en la ciudad) -detallista-consumidor.

Un porcentaje pequeño de mercancía se comercializa siguiendo el canal anterior, pero sin la intervención del especialista en comercio interior.

Hay dos canales, más bien simbólicos, de productor-Mercado Central-minorista-consumidor y el productor-consumidor en la venta directa.

La industria compra casi siempre al mayorista de origen-exportador. Los que industrializan agrios no son exportadores (solamente - hay un caso de coincidencia).

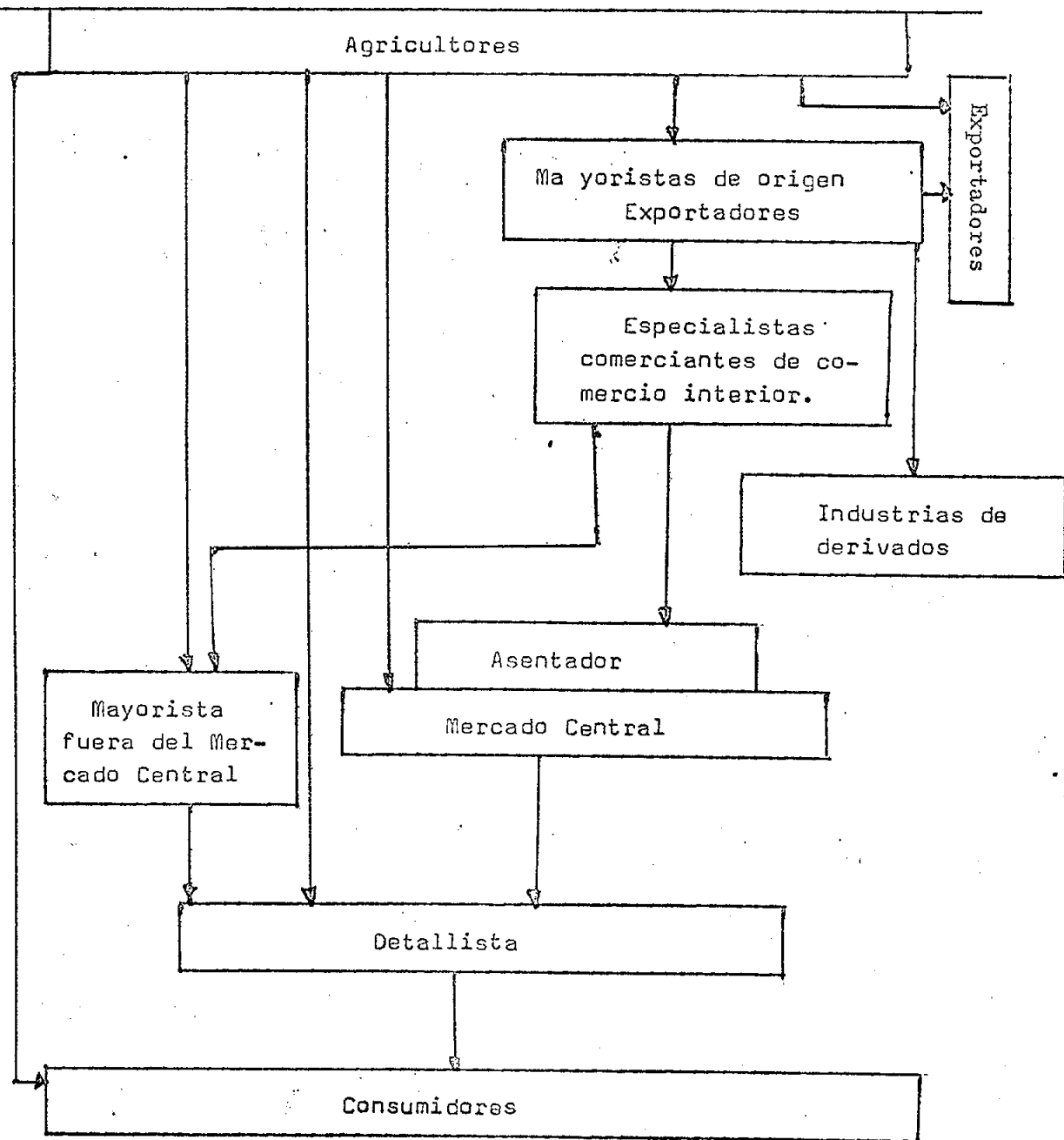
Este mismo mayorista de origen-exportador es el que comercializa casi toda la exportación, aunque algunos agricultores realizan directamente pequeñas exportaciones de su cosecha.

Por último, la comercialización del limón y la mandarina se realiza utilizando los mismos canales ya citados de la naranja (10).

(10) Confederación española de Cajas de Ahorro; o. c. pág. 961-962

Cuadro nº 19

ESQUEMA DE LOS CANALES DE COMERCIALIZACION DE LOS AGRIOS



Fuente: Confederación española de Cajas de Ahorros: "La demanda de productos agropecuarios", Madrid, 1969.

C. a. Canales de comercialización de la patata.

Hay que distinguir la patata que se cultiva para obtener semilla (patata de siembra), de la patata de consumo, que en realidad son productos distintos desde el punto de vista de la comercialización. Se comentarán los aspectos de la comercialización de la patata de consumo.

La patata se comercializa en condiciones muy deficientes. Se presenta al consumidor a granel, sin normalizar, tal como se recoge en el campo, falta de limpieza. Hay mezcla de variedades, incluso de las que corresponden a estaciones distintas y hasta en algunos casos algún pequeño porcentaje de tubérculos no son aptos para consumo.

El escalón almacenista no es eficaz, no dispone de medios de conservación, con acondicionamientos de frío y humedad, y no realiza normalización ni selección de calidades.

Hay una deficiencia absoluta de embalaje en la comercialización de la patata; esto justifica el alto porcentaje de mermas, que puede estimarse entre el 8 y el 10 por 100, desde que es recogida por el agricultor, hasta que se vende por el detallista.

Comparando los precios medios y estacionales en el campo y al consumidor se parecían unos márgenes de comercialización desproporcionados, aún teniendo en cuenta el elevado porcentaje de mermas que se acaba de señalar. Es frecuente que rebase el 60 por 100 y aún se acerquen al 100 por 100.

El agricultor no tiene información de precios ni del mercado y una escasa o nula participación en el tráfico comercial. Este fenómeno, que es frecuente en todos los mercados agrícolas, se acentúa de una manera especial en el caso de la patata.

Los canales de comercialización de la patata son bastante simples, como puede observarse en el esquema del cuadro nº 20. La figura central es la del Almacenista de patatas que, en las ciudades donde hay Mercado Central de Frutas y Verduras, es muy frecuentemente asentador de dicho mercado.

Únicamente hay que señalar que en Madrid hay un Mercado Central específicamente para patatas, que en el año 1966 comercializó poco más de 60.000 Tm.

El canal de comercialización más frecuente es el de agricultor-almacenista-detallista-consumidor. Normalmente, el almacenista tiene un agente propio que realiza las compras a los agricultores, pero puede ocurrir que haya un "corredor", no dependiente del mayorista, como figura intermedia. Esto, sin embargo, no es frecuente. El porcentaje de patatas que se comercializa pasando por Mercado Central en las ciudades en que éste existe no es muy elevado, dado que en ellas también hay mayoristas que no tienen relación alguna con dicho mercado.

Se puede estimar que por el Mercado Central pasa menos del 10 por 100 de la patata comercializada. A veces también el asentador recibe la patata de un almacenista, siendo entonces el canal agricultor-almacenista-asentador de Mercado Central-detallista-consumidor.

El canal productor-detallista prácticamente no existe. Y el directo productor-consumidor, teóricamente establecido por la posibilidad de venta directa, comercializa un porcentaje despreciable.

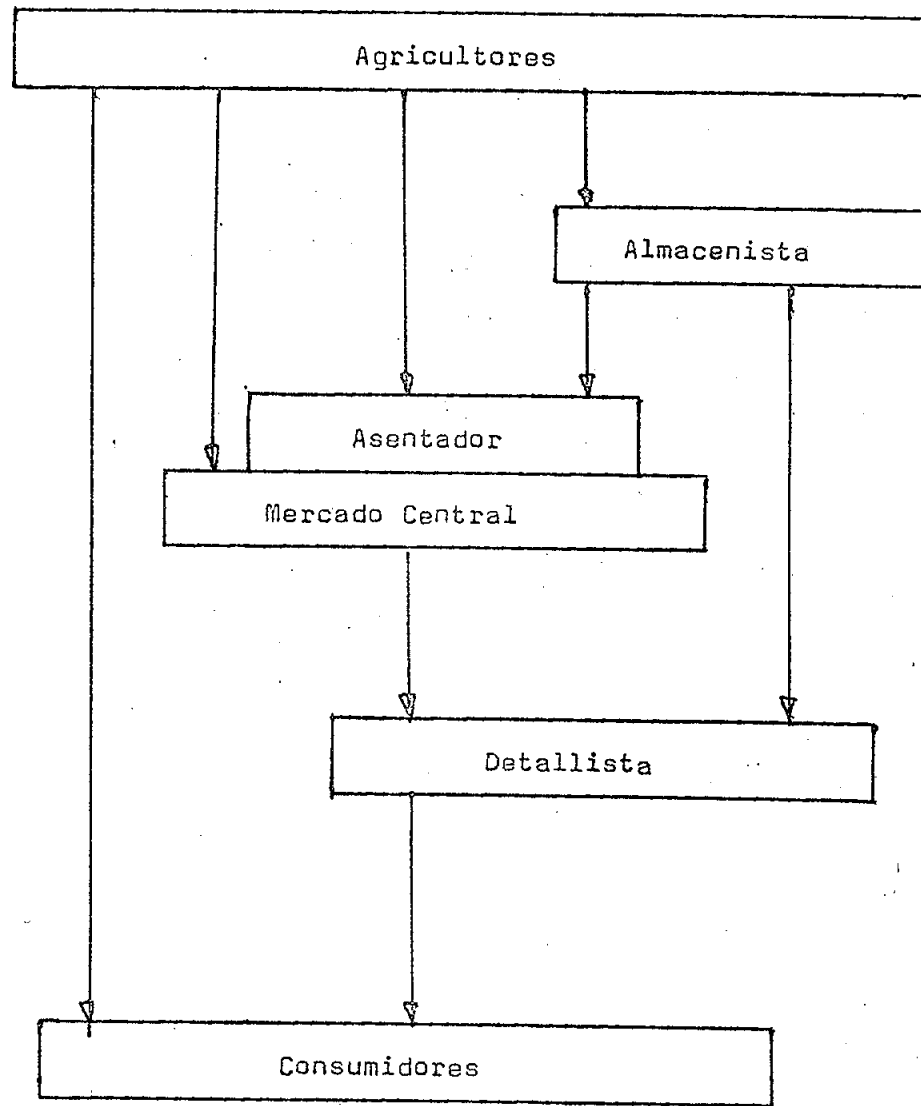
Las importaciones siguen el siguiente proceso de comercialización: importador (que puede coincidir con almacenista) almacenista-detallista, pasando eventualmente por Mercado Central, si el almacenista es asentador.

Hay un porcentaje mínimo de la producción de patata que se emplea como materia prima por la industria; puede estimarse en poco más del 1 por 100 de la cosecha (11).

(11) Confederación española de Cajas de Ahorros, o c. pág. 957-958

Cuadro nº 20

ESQUEMA DE LOS CANALES DE COMERCIALIZACION DE LA PATATA DE CONSUMO



Fuente: Confederación española de Cajas de Ahorros: "La demanda de productos agropecuarios", Madrid, 1969.

C. b. Esquema de los canales de comercialización de frutas y verduras.

Un canal de comercialización de frutas y verduras en Badalona es la venta directa de los agricultores a los consumidores en los mercados zonales municipales.

Otro canal es el siguiente: los detallistas acuden al Mercado Central de Frutas y Verduras de Barcelona para comprar los productos y los venden a los consumidores.

Otro canal de comercialización es: los detallistas compran a los almacenistas mayoristas que hay en Badalona y venden a los consumidores.

Los almacenistas mayoristas de frutas y verduras de Badalona son los siguientes:

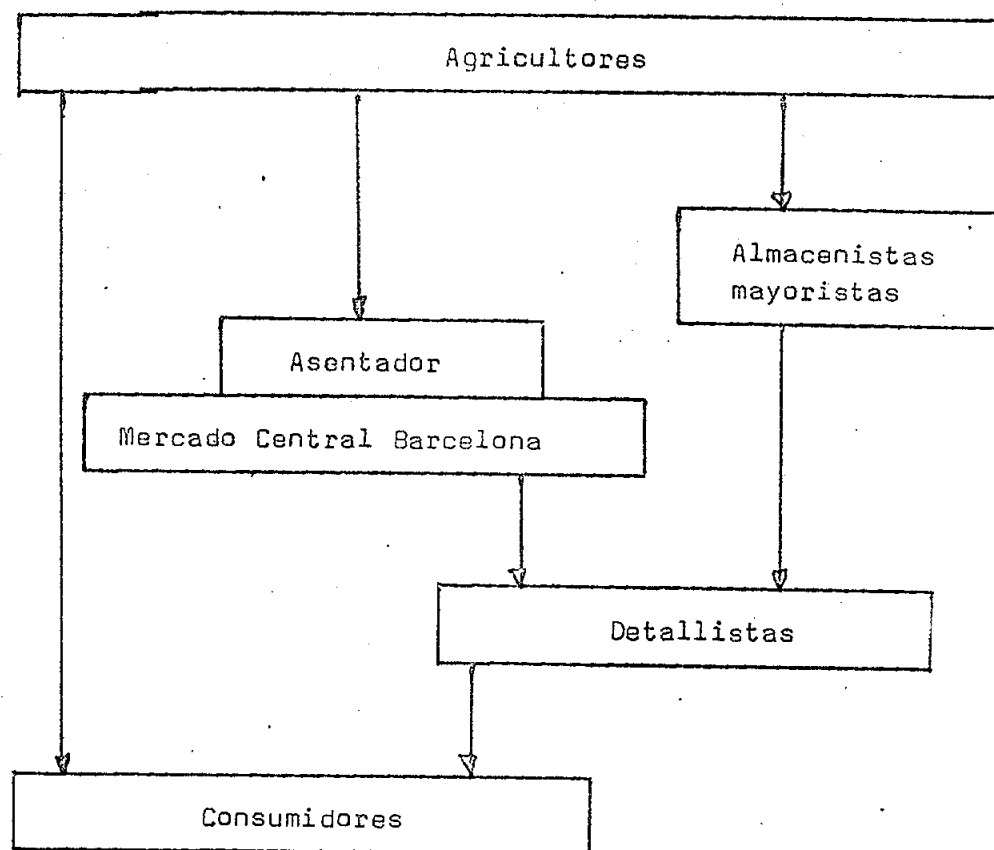
Cuadro nº 21

Concepto	Nº de almacenistas mayoristas
Mayorista Legumbres y Frutos	1
" " " secos	2
" " " frescos	11

Fuente: Matrícula del Impuesto Industrial (Licencia Fiscal). Año 1971. Ayuntamiento de Badalona.

El esquema de los canales de comercialización de frutas y verduras en Badalona es el que se refleja en el cuadro nº 22. Elaboramos un canal de comercialización conjunto de frutas y verduras, porque dichos productos se comercializan de forma paralela, no teniendo sentido el elaborar dos canales de comercialización diferentes.

Cuadro nº 22



D. Canales de comercialización del pescado.

D. a. Esquema de los canales de comercialización del pescado en Badalona.

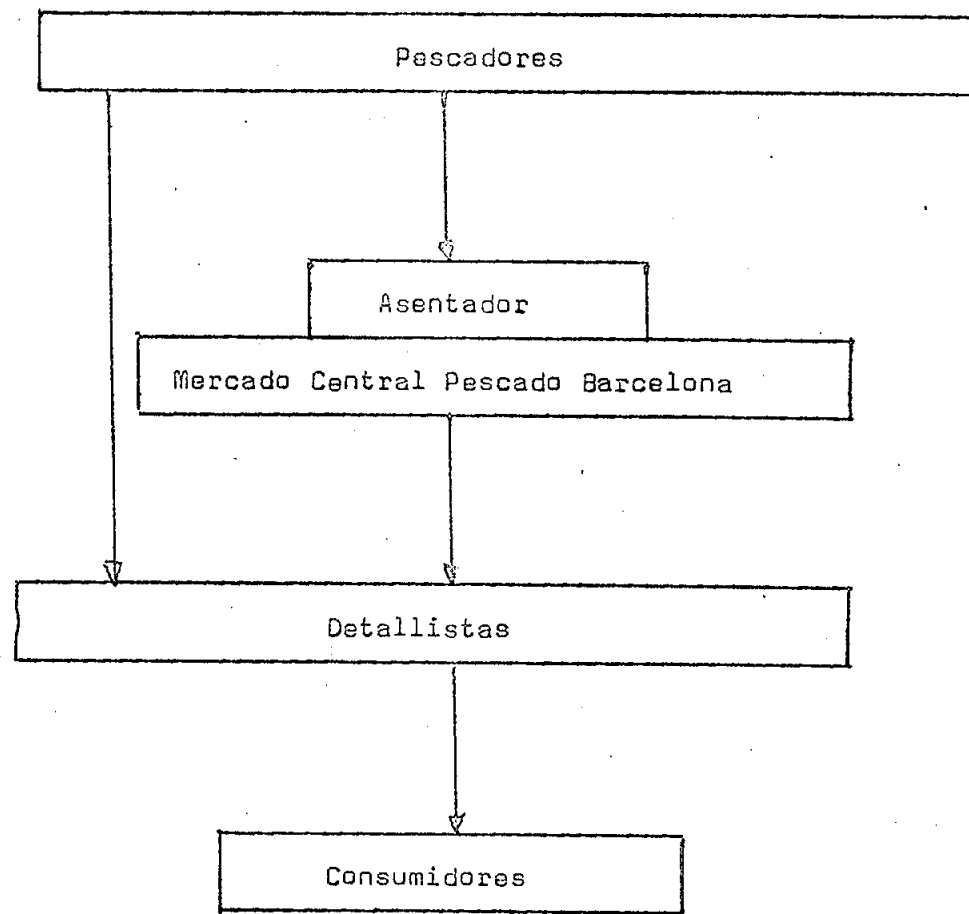
Los canales por los que se realiza la comercialización del pescado en Badalona son sencillos.

Un canal es aquel en que los pescadores de las playas vecinas venden a los minoristas y éstos a los consumidores.

Un segundo canal es aquel por el que los detallistas compran al Mercado Central de Pescado de Barcelona y venden a los consumidores.

El esquema de los canales de comercialización del pescado en Badalona es el siguiente:

Cuadro nº 23



III - CALCULO DEL COSTO DE COMERCIALIZACION.

A - Concepto de costo de comercialización.

En términos generales entendemos por "costo de comercialización" el valor añadido (ventas menos compras) del sector comercio, valor añadido que ha de ser igual a los beneficios (o márgenes) de los propietarios del sector más los gastos generales (distintos a las "compras") en que incurren estos propietarios o empresarios, o sea portes, personal, alquileres, publicidad y seguros, comunicaciones, energía, impuestos. Estas relaciones podemos expresarlas de la siguiente forma:

$$\text{Consumo} = \text{cifra ventas detall} = \text{Compras comerciantes} + \text{costes comercio} + \text{márgenes beneficio.}$$

$$\text{Costes comercio} + \text{márgenes beneficio} = \text{Valor añadido} = \text{Costo comercialización.}$$

Cada uno de estos conceptos puede descomponerse, a su vez, para indicar costes y márgenes de cada intermediario. Puede hablarse entonces de gastos y márgenes de cada intermediario. Puede hablarse entonces de gastos y márgenes del mayorista en origen, del abastecedor y del detallista. Y ello puede expresarse así:

$$\text{Consumo} = \text{Compras al agricultor} + \text{Margen y gastos mayorista origen} + \text{Margen y gastos abastecedor} + \text{Margen y gastos detallistas.}$$

$$\text{Consumo} = \text{Compras al agricultor} + \text{Costo comercialización.}$$

Muchas veces se habla de "margen bruto", para referirse al costo de comercialización de un sector o escalón; "margen neto" será pues el "margen bruto" menos los costes de tal sector, o escalón (12).

B - Cálculo del costo de comercialización.

Para hallar el costo de comercialización, hemos preferido tratar

(12) Ayuntamiento de Barcelona, Gabinete Técnico de Programación: "El consumo y la distribución de alimentos en Barcelona", Barcelona, 1965, pág. 149-150.

algunos sectores globales y no producto por producto. Calculamos así márgenes para "frutas" o "verduras" y no para cada producto en particular (naranjas, por ejemplo).

El procedimiento consiste en multiplicar las cantidades entradas por los Mercados Centrales por precios en origen, al mayor y precios al detall. Tendremos entonces, por diferencia, el margen bruto de cada escalón. El importante defecto de este procedimiento es que las cantidades absolutas obtenidas - tantos millones de margen bruto al mayor, por ejemplo - no reflejan el margen bruto total que paga el consumidor, pues faltarán los márgenes obtenidos con productos que circulan por otros canales (13).

Así pues, para calcular el coste de comercialización en el escalón minorista en la ciudad de Badalona, tendríamos que multiplicar el volumen de productos comercializados en los mercados municipales por la diferencia entre índices de precios al mayor e índices de precios al detall. Pero ni el Ayuntamiento de Badalona ni el Negociado de Servicios Municipales tienen listas sobre el volumen de comercialización en los mercados municipales. Por lo tanto, no podemos obtener dicha cifra del coste de comercialización. Lo que sí podemos obtener realizar es comparar los índices de precios al mayor y al menor en Badalona.

B. a. Índices de precios al mayor.

Los índices de precios al mayor los desglosaremos por productos homogéneos.

En el caso de la carne, en el Matadero municipal de Badalona no existen índices de precios al mayor de comercialización de la carne por los entradores y por los almacenistas mayoristas.

En los productos agrupados bajo el epígrafe "Frutas y Verduras", de los tres grupos de mayoristas proveedores que existen, sólo tenemos índices de precios al mayor del Mercado Central de Frutas y Verduras de Barcelona. Los índices de precios al mayor en el Mercado Central de frutas y verduras, el día 11 diciembre 1971, son los expresados en el cuadro nº 24.

(13) Ayuntamiento de Barcelona, Gabinete Técnico de Programación: "El consumo y la distribución de alimentos en Barcelona", Barcelona, 1965 pag. 160.

Cuadro nº 24 MERCADO CENTRAL DE FRUTAS Y VERDURAS, Cotización 11-12-71

FRUTAS	Domi	Min	Max	(ptas/Kg)
Aceitunas verdes	8	7	8	
Castañas otras provincias	11	9	16	
Ciruelas variedades	18	10	35	
Clementinas	12	10	30	
Chirimoyas	17	14	25	
Fresones región	200	-	200	
Granadas otras provincias	11	10	14	
Limonos	26	22	26	
Mandarinas común	8	4	16	
Manzanas región	14	6	25	
" otras provincias	13	6	20	
Melones " "	14	10	15	
Naranjas	8	4	17	
Palo santos	8	5	12	
Plátanos	27	25	27	
Peras variadas	15	10	30	
Pomelos	18	9	22	
Uva variedades	18	9	25	
Aguacates	80	65	90	
Piña americana	40	40	50	
HORTALIZAS				
Ajos secos	45	30	60	

(continúa)

Cuadro nº 24		(continuación)		
HORTALIZAS	Domi	Min	Max	(ptas/Kg)
Ajos secos en ristre	140	80	200	
Alcachofas región	20	18	30	
" otras provincias	13	10	15	
Berenjenas " "	18	14	20	
" Canar	22	20	27	
Boniatos región	8	-	8	
Calabazas	5	4	5	
Calabacines o. provincias	18	18	25	
Cebollas secas región	6	4	6	
" " o. provinc.	4	3	5	
Guisantes otras provincias	38	32	45	
Habas región	22	17	25	
" otras provincias	22	17	25	
Habichuela Caray o. prov.	35	30	45	
" fina o. prov.	40	40	45	
" manteca	35	32	42	
Nabos	9	8	10	
Patatas granel	5'5	4	6	
" envasadas	6'5	6'5	7	
Pepinos otras provincias	20	20	30	
Pimientos verdes o. prov.	12	-	12	
" encarnados o.p.	12	10	15	
Tomates Canarias	16	-	16	

(continúa)

Cuadro nº 24 (continuación)

HORTALIZAS	Domi	Min	Max	(ptas/Kg)
Tomates región	16	12	16	
" otras provincias	15	3	16	
Zanahorias	6	6	8	
Manojo ajos tiernos (..)	12	9	14	
" cebollas "	7	6	8	
" chiribías	9	8	10	
" nabos	7	6	10	
" puerros	12	8	18	
" rábanos	4	3	4	
" remolachas	7	7	8	
" zanahorias	6	5	7	
" apios verdes	7	5	8	
Cardos	11	11	14	
Perejil	8	7	10	
VERDURAS				
Acelgas	8	5	8	
Bordes	12	10	20	
Broculis	12	-	12	
Coles Bruselas	17	15	35	
" puchero (pieza)	7	-	7	
" valenciana región (pieza)	6	6	7	
" " o. p.	" 3	3	4	
Coliflor región	" 15	10	20	

(continúa)

Cuadro nº 24		(continuación)			
VERDURAS		Domi	Min	Max	(ptas/Kg)
Escarolas		5	3	8	(c)
Lechugas		6	4	7	(c)
Espinacas		12	8	16	
Endives importación		85	80	90	
VARIOS					
Caracoles		35	30	50	
Setas champiñones		90	60	130	
"	rovellons región	120	-	120	
"	" o. prov.	100	25	150	
"	variedades	60	40	80	

(c) unidad

Fuente: Oficina de política de Abastos. Ayuntamiento de Barcelona.

De los mayoristas proveedores de pescado a Badalona, sólo tenemos índices de precios al mayor del Mercado Central de Pescado de Barcelona. Los índices de precios al mayor del Mercado Central de Pescado, el día 11 de diciembre de 1971, son los expresados en el cuadro nº 25.

Cuadro nº 25		MERCADO CENTRAL DEL PESCADO		
Relación de las clases de pescado subastadas en el día de hoy 11-12-71				
CLASES	Min	Max	Domi	
Almeja	90	450	220	
Atún Norte	40	80	65	
Bacalao Abadejo	80	85	80	
" Fogoneros	20	30	25	
Besugo	35	95	70	
Biret	15	20	18	
Boga costa	5	24	15	
Boquerón Levante	18	50	35	
Caballa Norte	5	25	18	
Calamares congelados	60	75	60	
" costa	120	160	140	
" Norte	65	110	95	
" Sur	60	80	75	
Camarón	350	350	350	
Cangrejo	20	40	30	
Castaños	22	40	32	
Centollos	40	140	100	
Cigalas costa	550	750	600	
" Sur	150	350	225	

(continúa)

Cuadro nº 25 (continuación)

CLASES	Min	Max	Domi
Fanecas costa	65	100	75
" Norte	10	30	20
Galera	10	70	40
Gallos	75	120	90
Gambas saladas	90	250	220
" Sur	200	500	300
" congeladas	60	180	150
Jibia congelada	30	95	80
" costa	90	130	105
" Norte	30	70	45
" Sur	30	75	55
Jurel Norte	4	27	18
Langostas vivas	450	600	550
Langostinos costa	500	1.100	900
" congelados	100	325	250
Lenguados costa	250	300	250
" Norte	190	200	190
" Sur	100	2 80	170
Lubina costa	120	160	140
" Norte	160	190	170
Mabra	40	80	70
Maira costa	17	24	22
Mejillón depurado	8	14	10

(continúa)

Cuadro nº 25 (continuación)

CLASES	Min	Max	Domi
Merluza pelangre Norte	130	195	175
" corriente "	85	160	140
" blanca Sur	100	140	120
Filete merluza congelada	40	60	50
Merluza congelada s/c	22	43	32
Maruca rosada s/c	25	52	45
Nécoras	160	220	200
Ostras c/100	450	1.700	950
Pagel	50	125	85
Pelayas	90	110	100
Pescadilla costa	100	160	130
" Norte grande	55	140	110
" " pequeña	40	110	70
" Sur blanca	50	125	80
" congelada s/c	22	29	24
Pulpos costa	70	160	90
" Sur	10	50	30
Raballa	50	140	95
Rape Norte	15	90	55
" colas	65	170	120
" " congeladas	75	80	75
Rosellona	8	50	30
Salmonetes costa	70	300	170
Sardina costa	20	40	30
" Levante	13	35	25

Fuente: Oficina de Política de Abastos. Ayuntamiento de Barcelona

B. b. Índices de precios al detall en los mercados municipales de Badalona.

El obtener índices de precios al menor en los mercados municipales de Badalona ha sido una tarea dificultosa. Ni en el Ayuntamiento ni en el Negociado de Servicios municipales tenían listas de precios en los mercados municipales, en los diferentes momentos del tiempo.

Las listas elaboradas en el presente trabajo para los tres mercados, se han obtenido mediante la observación directa. Este procedimiento tiene graves inconvenientes puesto que la fijación de los precios mínimo y máximo depende de las calidades existentes en el día de la observación. Si la Administración de los mercados municipales se fijara en la evolución semanal o mensual de los precios para los diferentes productos y calidades, podría elaborar una lista de la tendencia durante la semana o el mes de los precios. Estos índices de precios serían mucho más válidos porque no dependerían de las circunstancias concretas del mercado en un día determinado y además, al tener índices de precios en los diferentes momentos del tiempo, se podría estudiar la evolución de los precios en los mercados municipales de Badalona a lo largo del tiempo.

Ahora pues, en el cuadro nº 26 tenemos los precios que regían en el mercado Torner el día 11 de Diciembre de 1971. En el cuadro nº 27 los del mercado Maignon en el mismo día del mismo mes. Y en el cuadro nº 28 los que regían en el mercado de Ntra. Sra. de la Salud, el día 15 de Enero de 1972.

En el cuadro nº 29 expondremos los precios máximos para frutos y productos hortícolas que fijó la Delegación Provincial de Abastecimientos y Transportes a partir del 22 de Noviembre de 1971. Nos podemos fijar, comparando los cuatro cuadros, que los precios en los mercados municipales de Badalona son menores a los fijados como máximos por la Delegación Provincial de Abastecimientos y Transportes de Barcelona.

Cuadro nº 26 PRECIOS EN EL MERCADO TORNER EL 11 DICIEMBRE DE 1971

	Min	Max		Min	Max
FRUTAS					
Plátanos	22	30	Escarolas	3	6
Peras	12	22	Lechuga	4	6
Manzanas	7	-	Espinacas	15	18
Naranjas	14	20	Alcachofas	20	24
Mandarinas	8	26	Coles de Bruselas	20	-
Uvas	18	25	Tomates	12	22'8
Melón	20	-	Cebolla tierna	6	10 (a)
Castañas	20	-	Apio	10	14 (c)
Chirimoyas	60	-	CARNES		
Piña tropical	50	55	TERNERA		
VERDURAS			Extra		
Patatas	6'5	7'5	1ª	220	230
Cebollas	10	14	2ª	160	-
Alubias verdes	50	60	3ª	90	-
Pimientos	25	30	Carne picada	-	-
Acelgas	4	6 (a)	BUEY		
Coles	-	- (b)	1ª	170	-
Rábanos	3	5 (a)	2ª	120	-
Brocolis	-	- (b)	3ª	50	-
Coliflores	-	- (b)	Carne picada	-	-

(a) manojo

(b) según tamaño

(c) unidad

(continúa)

Cuadro nº 26 (continuación)

	Min	Max		Min	Max
LANAR			Butifarra cruda	100	120
Costillas y medianas	180	200	" blanca	120	-
Piernas	160	180	" negra	50	-
Espalda	140	160	Morcillas	50	100
Carne olla	50	60	Chorizos	40	200
LECHAL			Longanizas	100	300
Costillas	220	-	Jamón país	300	500
Pierna	180	200	" York	150	180
Espalda	160	180	Sobreasadas	100	200
Carne olla	70	90	POLLERIA		
PORCINA Y EMBUTIDOS			Pollo	64	69
Solomillo	220	- (d)	Gallina	40	-
Carne magra	190	- (e)	Pollitos	40	-
Costilla	90	- (f)	Pato	100	-
Tocino graso	30	-	Conejo	90	150
" entreverado	40	60	HUEVOS		
Hígado	80	-	1ª	40	-
Papada	60	-	2ª	35'4	-
Manos	60	-	3ª	31	-
Ventre	50	60	4ª	27'5	-
Sesos	50	-			

(d) Hay solomillo a 125 ptas/Kg de importación.

(continúa)

(e) " carne magra a 115 ptas/Kg de importación.

(f) " costillas a 50 ptas/Kg de importación.

Cuadro nº 26 (continuación)

	Min	Max		Min	Max
DESPUJOS			Pechinas	40	46
Callos	80	100	Boquerón	40	-
Lengua ternera	120	-	Barat	30	45
Sesos "	80	- (c)	Pescadilla	100	150
Corazón "	80	-	Rape	100	150
Hígado "	120	-	Boga	10	20
Sesos cordero	30	35 (c)	Merluza	180	250
Lengua "	120	-	Pulpos	50	80
Cabeza "	10	20 (c)	Jibia	60	100
Manos "	2	5 (c)	Cigalas	100	300
Asadura "	18	20 (c)	Gambas	100	300
PESCA SALADA			Salmonetes	120	160
Bacalao	70	95	Besugo	100	150
Sardinias saladas	2'5	6 (c)	Calamares	100	180
Gambas "	63	75 (g)	Merluza congelada	-	-
Anchoas	2'5	3 (c)	Mejillones	16	18
Caballa	35	-	Almejas	40	46
PESCADO Y MARISCOS			Cangrejos	80	-
Sardina	40	50	Galeras	65	100

(c) unidad

(g) caja de 400 gr.

Cuadro nº 27 PRECIOS EN EL MERCADO MAIGNON EL 11 DICIEMBRE DE 1971

	Min	Max		Min	Max
FRUTAS					
Plátanos	25	30	Escarolas	9	- (c)
Peras	12	25	Lechuga	7	8 (c)
Manzanas	16	20	Espinacas	16	18
Naranjas	14	20	Alcachofas	30	35
Mandarinas	13	34	Coles de Bruselas	25	-
Uvas	15	30	Tomates	12	30
Melón	20	-	Cebolla tierna	8	- (a)
Castañas	26	-	Apio	5	10 (c)
Chirimoyas	32	45	CARNES		
Piña tropical	50	60	TERNERA		
VERDURAS			Extra	220	250
Patatas	6'5	7'5	1ª	220	-
Cebollas	8	12	2ª	170	-
Alubias verdes	45	50	3ª	140	-
Pimientos	20	35	Carne picada	120	140
Acelgas	6	8	BUEY		
Coles	8	11	1ª	180	200
Rábanos	5	- (a)	2ª	120	120
Brocolis	-	- (b)	3ª	60	-
Coliflores	20	25 (c)	Carne picada	100	-

(a) Manojó

(b) Según tamaño

(c) Unidad

(Continúa)

Cuadro nº 27 (continuación)

	Min	Max		Min	Max
DESPOJOS			Pescadilla	40	110
Callos	70	100	Rape	70	120
Lengua ternera	100	150	Boga	20	25
Sesos "	80	- (c)	Merluza	140	250
Corazón "	70	-	Pulpos	40	50
Hígado "	150	-	Jibia	60	75
Sesos Cordero	30	30 (c)	Cigalas	220	300
Lengua "	100	-	Gambas	350	400 ²⁰⁰ con
Cabeza "	100	-	Salmonetes	140	200
Manos "	3	4 (c)	Besugo	70	100
Asadura "	18	- (c)	Calamares	120	150
PESCA SALADA			Merluza congelada	30	40
Bacalao	60	100	Mejillones	18	-
Sardinas saladas	3	3'5 (c)	Almejas	100	120
Gambas "	22	25 (h)	Cangrejos	50	-
Anchoas	3'5	- (c)	Galeras	50	70
Caballa	11	-	Pechinas	50	70
PESCADO Y MARISCOS					
Sardina	35	50			
Boquerón	40	50			
Barat	80	100			

(c) Unidad

(h) Los 100 grms.

Cuadro nº 28 PRECIOS EN EL MERCADO NTRA. SRA. SALUD EL 15 ENERO 1972

	Min	Max		Min	Max
FRUTAS			Escarolas	5	- (c)
Plátanos	25	30	Lechuga	4	8 (c)
Peras	18	24	Espinacas	14	-
Manzanas	12	20	Alcachofas	10	20
Naranjas	6	12	Coles de Bruselas	20	-
Mandarinas	10	12	Tomates	15	16
Uvas	14	20	Cebolla tierna	6	7 (a)
Melón	10	-	Apio	3	4 (a)
Castañas	24	-	CARNES		
Chirimoyas	18	-	TERNERA		
Piña tropical	-	-	Extra	240	-
VERDURAS			1ª	180	-
Patatas	5'5	-	2ª	165	-
Cebollas	6	8	3ª	100	-
Alubias verdes	18	32	Carne picada	-	-
Pimientos	64	-	SUEY		
Acelgas	12	-	1ª	230	-
Coles	6	9	2ª	180	-
Rábanos	5	- (a)	3ª	160	-
Brocolis	-	- (b)	Carne picada	110	-
Coliflores	10	15 (c)			

(a) Manojó

(continúa)

(b) Según tamaño

(c) Unidad

Cuadro nº 28 (continuación)

	Min	Max		Min	Max
LANAR			Butiferra cruda	110	-
Costillas y medianas	-	-	" blanca	100	120
Piernas	-	-	" negra	50	-
Espalda	-	-	Morcillas	100	-
Carne olla	-	-	Chorizos	100	-
LECHAL			Longanizas	150	-
Costillas	220	200	Jamón país	180	300
Pierna	170	-	" York	130	-
Espalda	140	-	Sobreasada	120	-
Carne olla	50	-	POLLERIA		
PORCINA Y EMBUTIDOS			Pollo	55	-
Solomillo	130	150	Gallina	-	-
Carne magra	130	140	Pollitos	38	-
Costillas	80	-	Pato	-	-
Tocino graso	40	-	Conejo	160	-
" entreverado	60	70	HUEVOS		
Hígado	70	-	1ª	36	-
Papada	50	60	2ª	31	-
Manos	40	-	3ª	23'4	-
Ventre	-	-	4ª	20'1	-
Sesos	-	-			

(continúa)

Cuadro nº 28 (continuación)

	Min	Max	Min	Max
DESPOJOS				
Callos	-	-		
Lengua Ternera	100	-		
Sesos "	-	-		
Corazón "	"	-		
Hígado "	100	-		
Sesos cordero	35	- (c)		
Lengua "	10	- (c)		
Cabeza "	50	- (c)		
Manos "	4	- (c)		
Asadura "	20	- (c)		
PESCA SALADA				
Bacalao	50	100		
Sardinas saladas	4	- (c)		
Gambas "	65	- (g)		
Anchoas	3	- (c)		
Caballa	40	-		

(c) Unidad

(g) Caja de 400 grms.

Cuadro nº 29 Precios máximos para frutos y productos hortícolas a partir del 22 de Noviembre de 1971.-

	Al mayor	Al detall
Cebollas	6 ptas/Kg	10'8 ptas/Kg
Acelgas	8 "	12'8 "
Patatas buffet a granel	6 "	7 "
" cte. a granel	5'5 "	6'5 "
" buffet en bñlsas	7 "	8 "
Tomates	16 "	22'8 "
Lechugas (unidad)	7	11'8
Coles puchero (unidad)	7	11'8
Pimientos verdes	12 "	17'8 "
" " nueva cosecha	20 "	27'8 "
Limonos	26 "	33'8 "

Fuente: Delegación Provincial de Abastecimientos y Transportes, Barcelona

B. c. Costo de comercialización a nivel de detallista en Badalona.

Como ya hemos indicado anteriormente, el costo de comercialización a nivel de detallista en Badalona no lo podemos calcular por no existir ninguna fuente que nos dé el volumen de comercialización en los mercados municipales de Badalona. Lo que nos es posible hacer es comparar los índices de precios al mayor al que se comercializan las mercancías en Badalona con los índices de precios al detall en los mercados municipales de Badalona.

Por otra parte no vale la pena que calculemos el coste de comercialización en Barcelona. Aquí sí que nos sería posible su cálculo por tener datos del volumen de comercialización en los mercados zonales municipales, índices de precios al mayor e índices de precios al detall en los mercados municipales.

La finalidad que tendría el poder calcular el costo de comercialización a nivel de detallista en Barcelona, sería el poderlo comparar con el de Badalona, y poder concluir si dicho costo de comercialización a nivel de detallista puede ser una causa de encarecimiento de los precios en Badalona.

Así pues, lo máximo que podemos hacer es comparar las diferencias entre índices de precios al mayor y al detall en Barcelona y Badalona. Pero como que los índices de precios al mayor de que disponemos (Mercado Central de Frutas y Verduras de Barcelona, Mercado Central de Pescado de Barcelona) son los mismos para Barcelona y Badalona, la operación que queríamos llevar a cabo puede quedar reducida a comparar los precios al detall en los mercados municipales de Badalona y Barcelona.

Además del Mercado central de Frutas y Verduras de Barcelona y del Mercado Central de Pescado de Barcelona, existen otros mayoristas proveedores a la ciudad de Badalona, como ya hemos señalado, pero de ellos no conocemos los índices de precios al mayor.

IV - LA CARESTIA DE LA ALIMENTACION EN LOS MERCADOS DE BADALONA.-

A - Comparación de precios al detall en los mercados zonales municipales de Barcelona y Badalona.

A. a. Índices de precios al detall en los mercados de Badalona.

Los índices de precios al detall en los mercados municipales de Badalona están expresados en los cuadros nº 26, 27 y 28.

Ya hemos hecho alusión de que estos datos son fiables hasta cierto punto solamente, puesto que al ser fruto de la observación directa están condicionados por las calidades existentes aquel día en concreto en los mercados municipales, y por las oscilaciones temporales de los precios.

En Badalona se considera al mercado de Ntra. Sra. de la Salud como el más barato, le sigue el mercado Torner y el mercado Maignon es el más caro. Ahora vamos a estudiar si esta afirmación se puede mantener. Para hacerlo, escogeremos los productos que están menos sujetos a fluctuaciones sus precios. Las frutas y verduras no las incluiremos en este apartado por estar sometidas

a grandes fluctuaciones sus precios y por estar éstos totalmente en función de las calidades. La carne es uno de los productos que escogeremos para hacer dicha comparación, por fluctuar muy poco sus precios, y por estar totalmente diferenciados sus precios según las calidades. Otro producto que escogeremos para el mismo fin, por tener las calidades reseñadas serán los huevos. Así pues, construiremos el cuadro nº 30. Como que no conocemos los precios dominantes de los mercados de Badalona, trabajaremos con precios medios.

Cuadro nº 30

PRECIOS EN LOS DIFERENTES MERCADOS

CONCEPTOS	Ntra. Sra. Salud	Torner	Maignon
Ternera Extra	240	-	235
" 1ª	180	225	220
" 2ª	165	160	170
" 3ª	100	90	140
Buey 1ª	230	170	190
" 2ª	180	120	120
" 3ª	160	50	60
Lanar Costillas	-	190	22 5
" Piernas	-	170	160
" Espalda	-	150	120
Lechal Costillas	210	220	220
" Piernas	170	190	175
" Espalda	140	170	160
Porcino Solomillo	140	220	190
" carne magra	135	170	180
" Costillas	80	90	100
Pollo	55	66	69
Gallina	-	60	60
Pollitos	38	40	-
Huevos 1ª	36	40	45 '5
" 2ª	31	35 '4	42
" 3ª	23 '4	31	39
" 4ª	20 '1	27 '5	37 '5

Los datos del cuadro nº 30 no son concluyentes respecto a la pregunta que nos formulábamos. Vemos que existen productos, como los huevos, para los que el mercado de Ntra. Sra. de la Salud tiene los precios más bajos, siguiéndolo el mercado Torner y siendo el más caro el mercado Maignon. Esta misma tendencia se puede observar en los artículos de pollería (pollo, gallina, pollitos).

Sin embargo, para la carne de buey y para el mercado de Ntra. Sra. de la Salud, observamos que los precios son mucho más altos que en los otros mercados. Dicha diferencia es tan considerable que nos induce a pensar que es un error de observación. Por otra parte, para el mismo producto, los precios en el mercado Maignon son ligeramente superiores a los del mercado Torner.

Para la carne de ternera, lanar y lechal, no existe ninguna tendencia clara de diferenciación de los precios en los tres mercados.

Para la carne de porcino, el mercado de Ntra. Sra. de la Salud es el que tiene precios más bajos, le sigue el mercado Torner y el más caro es el mercado Maignon.

Así pues, en los tres mercados no observamos una tendencia general de precios. En algunos productos (pollería, huevos, porcino) sí que se refleja la tendencia apuntada anteriormente, pero no se puede hacer extensión a todos los artículos de los mercados. Volvemos a insistir en que la no constatación de dicha tendencia puede ser debido a las posibles errores de las observaciones de precios en los mercados.

A. b. Índices de precios al detall en los mercados de Barcelona.

Las listas de precios en los mercados zonales municipales de Barcelona, las hemos obtenido de la Oficina de Política de Abastos, del Ayuntamiento de Barcelona, para el día 10 de diciembre de 1971.

Dichos precios están recogidos en siete mercados de Barcelona, - que la Oficina de Política de Abastos supone como representativos de todos los mercados de la ciudad, y para un número de productos determinado.

Los siete mercados son: San José, San Antonio, Abacería Central, Sants, La Unión, Sagrada Familia y San Andrés. Para cada mercado se observan tres precios: el máximo, el mínimo y el dominante.

Los precios en los mercados de Barcelona quedan expresados en el cuadro nº 31:

Cuadro nº 31

PRODUCTOS		S. José			S. Antonio			Abacería C.			Santa			La Unión			Sagrada Familia			San Andrés		
		Min	Max	Domi	Min	Max	Domi	Min	Max	Domi	Min	Max	Domi	Min	Max	Domi	Min	Max	Domi	Min	Max	Domi
Pollo	Kg	58	68	68	65	68	66	60	68	66	68	68	67	68	68	64	68	68	68	68	68	68
Gallina	"	40	60	50	40	80	60	60	90	75	50	60	60	55	65	65	55	60	55	55	55	55
Huevos rubios	Dc	35'5	42	35'5	35	42	40	30	42	40	20	45	36	30	44	44	24	42	41	20	44	36
" granja	"	23	44'5	33	23	44	33	23	39	37	20	44	30	30	38	38	20	39	38	20	39	28
Pescado																						
Atún Norte	Kg	150	180	150	145	171	153	125	150	145	90	150	100	150	170	150	144	150	150	90	150	130
Besugo "	"	-	-	-	-	-	-	-	-	-	100	103	100	-	-	-	75	100	75	80	100	85
Booga	"	15	15	15	-	-	-	20	20	20	16	20	16	-	-	-	20	20	20	-	-	-
Caballa	"	40	40	40	-	-	-	-	-	-	25	39	26	45	45	45	20	25	20	22	25	25
Jurel	"	15	15	15	18	22	19	25	25	25	26	26	26	-	-	-	-	-	-	20	25	25
Merluza N. entera	"	100	234	220	100	190	160	170	220	200	138	291	170	138	234	220	138	160	138	100	180	156
" troceada	"	130	304	290	110	230	195	220	280	250	175	234	212	179	304	286	180	250	180	130	234	202
" congelada	"	35	51	37	38	54	40	36	40	38	38	44	41	38	42	39	36	50	40	35	42	37
Pescadilla Norte	"	70	185	100	65	140	90	100	180	150	70	150	110	80	155	150	80	160	130	90	150	120
Rape Norte	"	50	90	75	65	100	77	60	90	80	50	90	65	50	90	77	65	95	75	75	90	85
" colas	"	120	210	162	75	185	100	140	180	160	120	160	140	156	174	156	110	186	160	120	240	150
Sardina	"	30	50	50	35	35	35	-	-	-	35	39	36	50	50	50	38	40	40	30	45	35
Hortalizas y verduras																						
Acelgas	Kg	10	12'8	12	8	12	10	8	12	10	8	10	9	12'8	12'8	12'8	9	12	10	8	9	8
Alcachofas	"	30	42	36	25	38	30	27	38	31	20	35	28	24	38	32	16	37	34	18	34'8	25
Berongenas	"	20	35	27	18	22	19	22	25	24	15	20	18	-	-	-	22	24	24	12	27	19'8
Brocolis	"	22	27	25	20	25	22	10	22	20	18	24	18	20	25	25	26	28	26	15	20	16
Cebollas secas	"	7	10'8	10	7	10	9	6	10	7	6	10'8	8	7'5	10'8	7'5	6	10	8	6	10'8	7
Coles puchero	Una	10	11'8	11'8	6	9	8	7	11'5	10	8	10	9	10	11	11	7	11	10	7	10	7
Coliflores	Kg	22	30	25	15	27	20	15	35	22	18	25	20	20	27	25	8	29	25	14	22	20
Escarolas	Una	8	11'8	10	7	11'8	9	6	10	9	6	8	7	10	12	10	5	10	8	6	10	9
Espinacas	Kg	18	23	21	15	23	20	15	18	16	15	18	17	-	-	-	11	20	18	12	18	17
Guisantes	"	44	58	55	40	55	45	35	49'8	40	35	47	40	-	-	-	45	50	45	-	-	-
Habas	"	18'8	32	28	27	33	30	25	30	28	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Judías finas	"	55	100	90	-	-	-	50	95	80	-	-	-	-	-	-	45	100	79	45	85	68
" corrientes	"	30	57'5	42	35	55	45	30	50	42	30	40	32	30	52	44	37	47	40	22	35	27
Lechugas	Una	7	11	9	5	10	8	6	10	9	6	8	7	10	11	10	7	9	9	6	9	7
Patatas	Kg	6	7	7	6	7	6'5	5'5	7	6'5	6	7	6'5	6	6'5	6	5	7	6'5	5'5	7	6
Pimientos verdes	"	16	28	20	25	27	26	-	-	-	10	22	16	-	-	-	15	20	17	12	15	12
Tomates	"	8'8	22'8	22'8	13	22	18	12	22'5	22	10	22'8	17	16	22'8	20	10	22	20	10	22'8	16
Frutas																						
Limonas	"	29	34	32	22	33	28	28	33	33	30	33'8	31'8	20	33'8	31	20	33	32	25	33'8	28
Mandarinas	"	14	26	18	20	25	22	8	14	12	12	20	18	13	16	16	8	25	25	10	15	12
" clementinas	"	10	34	26	15	38	25	10	37'8	28	14	25	20	13	32	27	10	31	14	10	25	18
Manzanas	"	8	26	22	20	27	22	10	27'8	21	14	25	20	14	22	16	8	24	18	10	25'9	18
Melones	"	11	20	19	14	19	16	14	20	18	12	18	16	13	16	14	10	21	16	10	19	15
Naranjas	"	9	24	16	14	22	18	8	22'8	17	8	19	14	11	23	18	9	25	15	8	23	12
Peras	"	27	45	30	18	38	24	12	28	24	13	30	20	16	29	20	14	34	23	12	32	18
Plátanos	"	27	32	31	22	30	25	23'9	30'5	30	12	30	26	29'8	30'5	29'8	16	30	30	29'8	31'5	30
Uva	"	12	38	30	16	32	24	19	33	30	15	25	18	15	29	24	11	32	16	14	27	16
Legumbres																						
Alubias	"	36	60	42	27'5	48	34	34	50	35	20	58	38	40	45	45	34	48	40	29	46	36
Arroz	"	12'7	24	20	12'6	22	21	12	18	15	12'7	21	16	12'9	22	22	13	20	18	13'2	20	18
Garbanzos	"	44	55	48	45	60	50	44	55	50	30	50	35	47	47	47	45	54	50	34	49	39
Lentejas	"	28	46	38	32	48	40	40	44	42	30	40	37	32	37	37	30	42	40	36	49	39

A. c. Comparación de índices de precios en los mercados de Barcelona y Badalona respectivamente. ¿Son superiores los precios en los mercados de Badalona?

Para poder hacer esta comparación debemos obtener un índice de precios representativo de los precios existentes en Barcelona y Badalona.

Para Barcelona, dicho índice lo obtendremos buscando la media de los precios dominantes en los siete mercados representativos escogidos.

Para Badalona lo obtendremos buscando el precio medio (entre el máximo y el mínimo) para cada mercado, y posteriormente calculando la media de estos precios medios.

En el cuadro nº 32 tendremos el índice de precios representativo de los mercados de Barcelona.

Cuadro nº 32

PRECIOS DOMINANTES MEDIOS

Productos	Precio	Productos	Precio
Pollo	67	Escarolas (pieza)	8'8
Gallina	60	Espinacas	18'1
Huevos rubios	38'9	Guisantes	45
" granja	33'8	Habas	28'6
Pescado		Judías finas	79'2
Atún Norte	139'7	" corrientes	38'8
Besugo "	86'6	Lechugas (pieza)	8'4
Boga	17'7	Patatas	6'4
Caballa	31'2	Pimientos verdes	20'2
Jurel	22	Tomates	19'4
Merluza Norte entera	180'5	Frutas	
" troceada	230'7	Limonas	30'8
" congelada	38'8	Mandarinas	17'5
Pescadilla Norte	121'4	" clementinas	22'5
Rape "	62	Manzanas	19'5
" colas	146'8	Melones	16'2
Sardina	41	Naranjas	17'1
Hortalizas y Verduras		Peras	22'7
Acelgas	10'25	Plátanos	28'8
Alcachofas	30'8	Uva	22'5
Berenjenas	21'9	Legumbres	
Brocolis	22'1	Alubias	38'5
Cebollas secas	8	Arroz	18'5
Coles p uchero (pieza)	9'5	Garbanzos	45'5
Coliflores	22'4	Lentejas	39

En el cuadro nº 32 bis tendremos los índices de precios para la carne de vacuno, lanar, porcino y despojos, que rigen en los mercados de Barcelona.

Cuadro nº 32 bis				PRECIOS AL DETALL EL DIA 10 DICIEMBRE 1971			
Precios dominantes de venta al público en los mercados de la ciudad							
VACUNO				PORCINO			
Ternera	clase A	240	ptas/Kg	Carne magra	170	ptas/Kg	
"	" B	200	"	Salchichas 1ª	130	"	
"	" 2ª	140	"	Costilla	90	"	
"	" 3ª	80	"	Tocino entreverado	80	"	
Vacuno menor	" 1ª	170	"	Manteca fundida	40	"	
"	" 2ª	100	"	Tocino graso	25	"	
"	" 3ª	50	"	Butifarra negra	50	"	
Lanar mayor	" 1ª	130	"	Salchichas	80	"	
" menor	" 1ª	220	"	Sesos	30	unidad	
Cordero lechal	" 1ª	250	"				
DESPOJOS BUEY TERNERA				DESPOJOS LANAR Y CABRIO			
Hígado	70	140	ptas/Kg	Cabeza cordero	7	ptas/u.	
Lengua cruda	60	75	"	Lengua	7	"	
" cocida	100	110	"	Pata	1'5	"	
Corazón	50	70	"	Sesos	24	"	
Callos	70	85	"	Corazón	7'5	"	
Cabeza	50	75	"	Asadura	7	"	
Pata cruda	7	12	"	Corazón cordero mayor	30	ptas/Kg	
" cocida	12	15	"	Callos	"	"	50 "
Pulmón	15	20	"	Hígado	"	"	50 "
Sesos	80	75	unidad				

Fuente: Oficina de Política de Abastos, Ayuntamiento de Barcelona, 10 dic. 1971
 Nota: estos precios rigen en todos los mercados al detall.

En el cuadro nº 33 tendremos el índice de precios representativo de los mercados de Badalona:

Cuadro nº 33 PRECIOS MEDIOS EN LOS MERCADOS DE BADALONA			
FRUTAS		Espinacas	15'8
Plátanos	27	Alcachofas	23'1
Peras	18'8	Coles de Bruselas	21'6
Manzanas	17	Tomates	17'9
Naranjas	14'3	Cebolla tierna	7'5
Mandarinas	17'1	Apio	-
Uvas	20'3	CARNES	
Melón	16'6	Ternera	
Castañas	23'3	Extra	237'5
Chirimoyas	38'8	1ª	208
Piña tropical	53'7	2ª	165
VERDURAS		3ª	110
Patatas	6'5	Carne picada	-
Cebollas	9'6	Buey	
Alubias verdes	42'5	1ª	196
Pimientos	27'5	2ª	140
Acelgas	-	3ª	93
Coles	8'5	Carne picada	105
Rábanos	4'6	Lanar	
Broculis	-	Costillas y medianas	202
Coliflores	(c) 17'5	Piernas	165
Escarolas	" 6'1	Espalda	135
Lechuga	" 6'1	Carne olla	87'5

(c) Unidad.

(continúa)

Cuadro nº 33 (continuación)			
Lechal		POLLERIA	
Costillas	216	Pollo	63'5
Pierna	178	Gallina	60
Espalda	123	Pollitos	39
Carne olla	70	Pato	-
PORCINO Y EMBUTIDO		Conejo	119
Solomillo	186	HUEVOS	
Carne magra	161	1ª	40'5
Costilla	90	2ª	36
Tocino graso	36	3ª	31
" entreverado	65	4ª	28'3
Hígado	71	DESPOJOS	
Papada	52'5	Callos	87'5
Manos	47'5	Lengua ternera	115
Vientre	57'5	Sesos "	80
Sesos	35	Corazón "	75
Butifarra cruda	110	Hígado "	123
" blanca	113	Sesos cordero	32'5
" negra	53	Lengua "	110
Morcillas	76	Cabeza "	-
Chorizos	133	Manos "	(c) 3'6
Longanizas	216	Asadura "	" 19
Jamón país	330		
" York	158		
Sobreasadas	143		

(c) Unidad

(continúa)

Cuadro nº 33 (continuación)

PESCA SALADA		Pulpos	55
Bacalao	79	Jibia	82'5
Sardinas saladas	(c) 3'8	Cigalas	253
Gambas	" (g) 76	Gambas	248
Anchoas	(c) 3	Salmonetes	155
Caballa	29	Besugo	105
PESCADO Y MARISCOS		Calamares	118
Sardina	42'5	Merluza congelada	32'5
Boquerón	40'8	Mejillones	21
Barat	52'5	Almejas	71
Pescadilla	101'6	Cangrejos	65
Rape	110	Galeras	71'25
Boga	20'8	Pechinas	51'5
Merluza	205		

(c) Unidad

(g) Caja de 400 gr.

Una vez hemos obtenido los índices de precios representativos de los mercados de Barcelona y Badalona respectivamente, podemos comparar dichos índices entre sí.

En todos los productos hortifrutícolas (frutas y verduras), podemos observar que los precios en los mercados de Barcelona son ligeramente superiores a los de los mercados de Badalona, en la mayoría de los artículos.

Si nos referimos a la carne, debemos comparar las diferentes calidades de ternera, vacuno, lanar, lechal y pollería. Para la carne de ternera rigen índices casi iguales para las calidades "Extra" y "Primera", siendo mayores los precios en los mercados de Badalona para la ternera 2ª y 3ª. Para la carne de buey son superiores los precios en los mercados de Badalona para todas las calidades. Estos índices de precios mayores para los mercados de Badalona de la carne de buey, pueden ser debidos a la observación hecha en el mercado de Ntra. Sra. de la Salud, que nos dió unos índices de precios muy elevados respecto a los demás mercados.

Para la carne de lanar y lechal en los mercados de Barcelona, no tenemos precios desglosados por calidades. Pero al comparar los precios de la clase 1ª vemos que son superiores en Barcelona respecto a Badalona.

Para la carne de porcino encontraremos índices de precios casi iguales en los mercados de Barcelona y Badalona.

Refiriéndonos a los productos de pollería, el precio de la carne de pollo es ligeramente superior en los mercados de Barcelona respecto los de Badalona, siendo el mismo precio para la carne de gallina.

Los índices de precios de pescado y mariscos, para los artículos que podemos comparar, son ligeramente superiores en los mercados de Badalona que en los de Barcelona.

Así pues, los precios de frutas y verduras son mayores en Barcelona, siendo los de pescado mayores en Badalona, y los de carne fluctúan según clases y calidades.

V - CONCLUSIONES

De todo lo dicho en las páginas anteriores, podríamos sacar una serie de conclusiones:

1) Al principio de este trabajo, estábamos interesados en descubrir la carestía de la alimentación en Badalona comparándola relativamente con los municipios cercanos, incluido el de Barcelona. Para llegar a conclusiones válidas a este respecto debíamos recorrer un largo camino que nos facilitase los instrumentos metodológicos imprescindibles. En este aspecto, la dificultad ha sido mayor de lo previsto. La información es deficiente, y si existe, en muy pocos casos está tratada estadísticamente.

Esto ha hecho, en cierto sentido, desplazar nuestros objetivos de estudio, hemos dedicado mucho espacio a este tratamiento estadístico con carácter de prioridad.

2) La necesidad de ampliar los Mercados Municipales, escapa de por sí, a razonamientos dismostrados estadísticamente, es decir, no son éstos necesarios para hacernos partidarios de la concentración del comercio de abastecimiento. Los motivos son obvios, la tasa de actividad de la mujer (porcentaje de mujeres "activas" sobre el total) va creciendo en los últimos años. Las compras, gracias a los frigoríficos, empiezan a espaciarse y a desaparecer el "regateo". En definitiva, debe concentrarse el comercio, para que puedan realizarse las compras en un mínimo de tiempo y más cómodamente.

3) Es preciso concluir, como lo hizo el Gabinete Técnico de Programación del Ayuntamiento de Barcelona, en su estudio: "El consumo y la distribución de alimentos en Barcelona", que el problema de la carestía de la vida está en el campo, el atraso de nuestro aparato distribuidor viene determinado por una oferta dispersa y desagregada, y por lo mismo mal retribuida.

Si bien esto no debe eximir de actuaciones a nivel municipal, intentando transformaciones autónomas del aparato comercial que incidan sobre transformaciones agrarias.

4) Así, resumiendo las causas fundamentales, válidas para todos los municipios del país, respecto a la carestía de nuestros productos alimenticios son: a) deficiente asignación de recursos en el campo con la consiguiente crisis campesina; y b) atraso del aparato comercial.

5) El proceso de desarrollo inflacionista ha llevado a una mala distribución de los recursos, y a su vez a un estrangulamiento (escasez de oferta agraria) que ha venido a convertirse en nueva causa de inflación (alza de los precios de los alimentos).

El tamaño del mercado de Badalona, inmerso dentro del área de Barcelona, con el nivel de renta y distribución característicos, han permitido que los fenómenos generales se agraven.

6) La estructura relativa de los Mercados Municipales respecto a los establecimientos detallistas en Badalona, es difícilmente comparable con los datos que se tienen por barrios de Barcelona. Lo interesante sería conocer la tendencia del aparato comercial que puede calificarse de microcomercialización (873 establecimientos detallistas frente a 814 puestos detallistas en los mercados municipales).

Es hasta cierto punto lógico, encontrarse con una estructura de comercio detallista del tipo "familiar", pero sin lugar a dudas debe realizarse una transformación y modernización hacia formas concentradas o semiconcentradas de comercio.

7) Ahora nos fijaremos en si la carestía de la alimentación en Badalona, puede ser debida a los derechos y tasas a pagar en los mercados municipales.

En el punto A. a. 3 de nuestro trabajo, hemos comparado los derechos y tasas a pagar en los municipios de Badalona y Barcelona respectivamente.

Veamos pues, que los derechos y tasas a pagar en los mercados municipales de Barcelona por los conceptos de "comidas y bebidas; colmados; pesca salada" oscilaba entre 1.000, 750 y 600 ptas. al trimestre. Los derechos y tasas que bajo los mismos conceptos se pagan en Badalona oscilan entre 810, 675 y 517'50 ptas. al trimestre.

Por el concepto de "pescado y cárnicas", se pagan los siguientes derechos y tasas al Ayuntamiento de Barcelona: 750, 600 y 500 ptas. al trimestre. Los que se pagan al Ayuntamiento de Badalona, por los mismos conceptos, oscilan entre 675, 517'50 y 495 ptas. al trimestre.

Por los conceptos "huevos, conservas, coloniales", en los mercados municipales de Barcelona se pagan los siguientes derechos: 500, 400 y 360 ptas. al trimestre. Dichos derechos, para los mercados municipales de Badalona oscilan entre 450 y 517'50 ptas. al trimestre.

Así pues, comparando los derechos y tasas pagados en los mercados municipales de Barcelona y Badalona, vemos que las cifras obtenidas son casi iguales en los municipios de Barcelona y Badalona. Como consecuencia, no podemos afirmar que la carestía de la alimentación en Badalona, o sea, carestía relativa respecto a otros municipios colindantes, pueda ser debida a los derechos y tasas pagados en los mercados municipales.

8) Del análisis de los canales de comercialización podemos sacar las siguientes conclusiones, referentes al modo cómo se realiza la comercialización de los diferentes productos en Badalona:

- a) En el canal de comercialización de la carne en general, excluyendo la carne de ave, debemos hacer notar la existencia en Badalona de Matadero municipal. Este matadero es, a su vez, Mercado Central de carnes. No comprende matadero de aves ni comercializa carne congelada o refrigerada. Así pues, la carne congelada que se vende en el mercado Torner debe provenir directamente de mataderos generales frigoríficos.
- b) En el canal de comercialización de carne de ave debemos señalar la inexistencia de matadero de aves municipalizado. Los mayoristas de carne de ave son almacenistas que tienen matadero de aves propio. Estos almacenistas mayoristas venden directamente a los minoristas y éstos a los consumidores.
- c) La comercialización de la leche en Badalona puede llevarse a cabo por dos canales. Mediante almacenistas mayoristas que venden leche sin transformar a los minoristas o mediante las industrias lecheras que venden a los minoristas leche pasteurizada o esterilizada.

- d) En el canal de comercialización de frutas y verduras, la venta al mayor la realizan los almacenistas mayoristas de frutas y verduras de Badalona y los asentadores del Mercado Central de Frutas y Verduras de Barcelona. Estos venden sus productos a los minoristas y éstos a los consumidores.
- e) La comercialización del pescado en Badalona se realiza mediante la compra por los detallistas en el Mercado Central de Pescado de Barcelona. El volumen de pesca procedente de playas vecinas es ínfimo con respecto al volumen total de pesca comercializada en Badalona. Tiene muy poca importancia el volumen de pesca comercializada procedente de pescadores de municipios colindantes de Badalona.

9) Un interrogante que nos plateábamos era el saber si el coste de comercialización en Badalona podía ser una causa de encarecimiento de los productos alimenticios en esta ciudad.

Cuando hemos querido calcular este coste de comercialización en Badalona nos hemos encontrado con grandes dificultades. Primeramente, no existen estadísticas de volumen de productos comercializados en los mercados municipales. Segundo, ni en el Ayuntamiento ni en el Negociado de Servicios Municipales tienen estadísticas de evolución de precios al menor en los mercados municipales. Dichas estadísticas las hemos conseguido mediante la observación directa de los precios en los mercados. Este procedimiento tiene graves inconvenientes, pues los precios conseguidos mediante la observación directa están en función de las calidades, que haya en el mercado aquel día en concreto y de la evolución o tendencia de los precios. Así pues, hemos podido obtener una imagen instantánea de los precios (de un día) pero no nos hemos podido fijar en su evolución a lo largo del tiempo.

Para llevar a cabo una política de control de precios por parte del Ayuntamiento es totalmente necesario una completa información sobre la tendencia de los precios en los tres mercados a lo largo del tiempo. Así pues, es importante resaltar la necesidad de que el Negociado de Servicios Municipales tenga estadísticas de evolución de los precios en los mercados municipales.

10) Para estudiar la carestía relativa de los mercados de Badalona con respecto a los de los municipios colindantes, hemos comparado los índices de precios representativos de los mercados de Badalona con los de los mercados de Barcelona.

En todos los productos hortifrutícolas (frutas y verduras), hemos observado que los precios en los mercados de Badalona son ligeramente inferiores a los mercados de Barcelona. Esto puede ser debido a los pequeños cosecheros que venden directamente sus productos al mercado. Este canal de comercialización puede abaratar el precio de venta de frutas y verduras. Por otra parte, aunque existan minoristas en los mercados que deben comprar sus mercancías a almacenes mayoristas o al Mercado Central de Frutas y Verduras de Barcelona, al tener que competir en los mercados con detallistas que venden su propia cosecha, no pueden aumentar los precios de frutas y verduras.

Los precios del pescado son mayores en Badalona que en Barcelona. Esto puede ser debido a la poca importancia que tiene la pesca en las playas vecinas a Badalona. Así, los minoristas de los mercados de Badalona deben comprar sus mercancías en el Mercado Central de Pescado de Barcelona, siendo esto una causa de la carestía del pescado. Los precios mayores en estos productos se pueden observar en todas las clases y calidades.

Cuando comparamos índices de precios de la carne debemos diferenciar entre las diferentes clases y calidades. Para la carne de porcino hemos encontrado índices de precios casi iguales en los mercados de Barcelona y Badalona. Para los productos de pollería, el precio de la carne de pollo es ligeramente superior en los mercados de Barcelona respecto los de Badalona, teniendo el mismo precio la carne de gallina. Para la carne de lanar y lechal, en los mercados de Barcelona no tenemos precios desglosados por calidades. Sin embargo, al comparar los precios de la clase 1ª vemos que son superiores en Barcelona respecto a Badalona. Para la carne de ternera rigen índices casi iguales para las calidades "Extra" y "Primera", siendo mayores los precios en los mercados de Badalona para la ternera 2ª y 3ª. Para la carne de buey son superiores los precios en los mercados de Badalona para todas las calidades. Estos índices de precios superiores para los mercados de

Badalona de la carne de buey, pueden ser debidos a la observación hecha en el mercado de Ntra. Sra. de la Salud, que nos dió unos índices de precios muy elevados respecto a los demás mercados.

Así pues, para la carne en general no existe ninguna tendencia de mayor carestía en los mercados de Badalona que en los de Barcelona. Debemos diferencias entre clases y calidades de carne para poder concluir la mayor carestía de un municipio u otro.

11) Los Mercados Municipales no son ningún "negocio" para el Municipio, ni un instrumento de presión fiscal de éste. La reestructuración iniciada en Badalona, basada en el sentido de mejorarlos técnicamente, debe permitir no sólo que actúen como "barataidores" de los costes del comerciante, sino al mismo tiempo que sean instrumentos numerosos y agresivos respecto al comercio tradicional.

VI - POLITICA MUNICIPAL DE ABASTECIMIENTOS

Es preciso destacar que gran parte de los problemas que agrupan al municipio de Badalona son, o bien una constante general del desarrollo económico español, o bien, en sus características diferenciales, consecuencia del tamaño del mercado y de la distribución de la renta en las comarcas y zona catalana, que a la vez es el primer centro consumidor del país.

Esto quiere decir que la base del problema no está directamente en manos del Municipio. La necesidad de reducir a unos límites más racionales, lo que se ha dado en llamar "la carestía de la vida" nacional, depende en gran parte de una política que se sitúa dentro de la competencia del Ministerio de Agricultura y de Comercio o de instancias regionales, (como se indicaba ya en el trabajo anteriormente citado del Gabinete Técnico de Programación del Ayuntamiento de Barcelona).

Pero el Municipio de Badalona tiene en sus manos, dentro de este contexto, algunas funciones fundamentales:

- a) Favorecer la modernización del aparato comercial. Especialmente actuando en los Mercados Municipales de Abastos, bien sea ampliándolos y mejorándolos técnicamente, como plantéandose una mejor distribución de éstos en la ciudad.
- b) Completamente ligado con lo anterior, favorecer la concentración del aparato comercial, manteniendo la competencia. Esta tarea debe realizarse fundamentalmente a través de una política de reestructuración de estos Mercados Municipales, (más agresivos, compuestos de mayor tamaño, con nueva estructura de servicios), favoreciendo en lo posible formas nuevas de comercio.
- c) Necesidad de una publicación continua de estadísticas, depuradas y más incisivas, capaces de permitir día a día, o mes a mes, un planteamiento dinámico y público de los problemas suscitados en nuestros mercados. Nuestra estructura de comercio debe dar paso a un sistema más fluido y racional, capaz de tratar volúmenes cada vez mayores de mercancías a un mínimo coste. Lo que exige niveles de análisis e información elevados y ágiles.

d) Replanteamiento total del Mercadillo del barrio de la Salud, estudiando las condiciones del concierto, y la posible necesidad de su total municipalización si es este el camino para llegar a una ampliación y reestructuración total del abastecimiento en dicho barrio, con el mínimo de coste.

Somos partidarios de esta municipalización. Pero por encima de todo es apremiante la reforma y acondicionamiento de dicho Mercadillo (cuya inadecuación roza a las mínimas normas incluso de sanidad e higiene).

En este aspecto nos sorprende, si nuestra información no es errónea, la exclusión de dicho mercado de los actuales planes de reforma que está llevando a cabo el Ayuntamiento en los restantes Mercados Municipales.

e) Concluyendo, parece demostrada en las anteriores páginas, la relativa insuficiencia de los mercados de Badalona, tanto para lo que hace referencia a habitantes por mercado, como a su deficiente distribución geográfica. Las soluciones apuntan para una ampliación de los actuales mercados, y en este sentido es grato observar la iniciativa tomada ya por el Ayuntamiento. Pero subsiste el problema reseñado anteriormente, junto al barrio de la Salud son los nuevos barrios los que esperan una actuación racional del Ayuntamiento que mejore su sistema de abastecimiento.

VII - BIBLIOGRAFIA CONSULTADA

- Ayuntamiento de Barcelona, Gabinete Técnico de Programación: "El consumo y la distribución de alimentos en Barcelona". Barcelona, 1966.
- Consejo Económico Sindical Provincial. Gabinete Técnico: "Estructura del comercio interior en la provincia de Barcelona". Barcelona, octubre 1969.
- Banesto: "Anuarios del Mercado Español 1967 y 1971", Madrid.
- Confederación española de Cajas de Ahorro: "La demanda de productos agropecuarios", Madrid, 1969.
- Cámara Oficial de Comercio de Barcelona: "Memoria sobre el estado de los Negocios y Movimiento comercial e industrial en Cataluña 1970-1971", Barcelona, 1971.
- Ministerio de Agricultura: Gabinete Técnico: "Precios agrarios 1970", Madrid 1971.
- Instituto Nacional de Estadística: "Anuarios Estadísticos años 1970 y 1971", Madrid.

VIII - PERSONAS Y ORGANISMOS CONSULTADOS

- 1) Sr. CATENA
Jefe del Negociado de Servicios Municipales de Badalona.
- 2) Sr. BARRULL
Administrador del mercado Torner de Badalona.
- 3) Sr. FELOAGA
Administrador del mercado Maignon de Badalona.
- 4) Administrador del mercado Ntra. Sra. de la Salud de Badalona.
- 5) Sr. CRESPO
Administrador del Matadero municipal de Badalona.
- 6) Sr. SAEZ
Sr. ARAMBURG
Gabinete Técnico de Programación, Ayuntamiento de Barcelona.
- 7) Sr. STELLA
Sr. PRAT RAMON
Negociado de mercados, Ayuntamiento de Barcelona.
- 8) Oficina de Política de Abastos, Ayuntamiento de Barcelona.
- 9) Sr. BAS
Consortio de la Comisión Mixta de Información Estadística.