



INDUSTRIAL MARKETING RESEARCH

9972

CATALOGADO



ESTUDIO DEL MERCADO DE CONCENTRACION DE LA PLATA
INFORME COMPLEMENTARIO DEL PRIMER INFORME PARCIAL.

1. OBJETO DE ESTE INFORME.

Este Informe tiene por objeto complementar el Primer Informe Parcial del Estudio del Mercado de Concentración de La Plata, de acuerdo al compromiso contraído según los términos del Acta de fecha 9 de Diciembre de 1970, celebrada en el C.F.I., y que dice textualmente:

"La empresa consultora se compromete a:

"a) Reparar las objeciones formuladas en las observaciones 1º y 2º."

"b) Por expreso pedido de la Provincia, establecer como forma alternativa, las condiciones para que la forma jurídica esté constituida por una persona jurídica de carácter público (entidad autárquica). En tal sentido deberán analizarse las ventajas y desventajas que podría implicar su adopción. Al propio tiempo, sus consecuencias sociales y políticas, además de las técnicas-económicas."

Las observaciones 1º y 2º a que se refiere el punto a) anterior dicen textualmente:

0
H.41121
I24
III

//

" 1º) Los proyectos de normas legales que el Gobierno "
" Provincial deba dictar para que el futuro Mercado "
" pueda desenvolverse en la forma prevista carecen de "
" fundamentación que jurídica-económica y políticamen- "
" te resulten imprescindibles para justificar el con- "
" tenido de una medida de tanta trascendencia."
" 2º) Al propio tiempo cabe manifestar que no satisfa- "
" ce los procedimientos utilizados en la realización "
" de la encuesta a funcionarios para elegir la forma "
" jurídica que debe tener el futuro Mercado, ya que "
" por razones de heterogeneidad del grupo encuestado "
" y forma de llevarse a cabo no brindan elementos jus- "
" tificativos para adoptar una decisión."

2. FUNDAMENTACION DE LOS PROYECTOS DE NORMAS LEGALES RECOMENDADOS.

2.1 Del Proyecto de Ley para la habilitación de Mercados de Concentración Mayorista obligatoria de Productos Perecederos en el Territorio de la Provincia, con zonas de protección.

2.1.1. En el Capítulo A. del Informe Parcial, el punto 4. establece una serie de definiciones. Entre ellas, el punto 4.5., define a un Mercado de Concentración de Frutas y Hortalizas frescas como "el recinto donde actúan la oferta y la demanda con exhibición de los productos en venta".

El punto 4.8., define a la función Mayorista como "el nivel de comercialización que cumple la función de comprar, concentrar y almacenar productos de diversos productores o fabricantes, asegurándoles volúmenes de compra relativamente grandes y estables y redistribuyendo los productos en profundidad en el nivel minorista siguiente".

2.1.2. Se deduce que la existencia de Mercados de Concentración para Frutas y Hortalizas y de un nivel Mayorista de comercialización, desde un punto de vista económico ortodoxo, es condición necesaria para maximizar la eficiencia en la comercialización de estos productos, facilitando además la correcta formación del precio.

A "contrario sensu", la directa comercialización de productos perecederos y no tipificados, desde miles de productores a miles de minoristas, no sólo sería económicamente perjudicial sino hasta impracticable en una población de productores, minoristas y consumidores numerosa y geográficamente extendida.

2.1.3. No obstante, si bien la existencia de la concentración de los productos y de la intermediación mayorista, es condición económicamente necesaria para la adecuada comercialización de frutas y hortalizas y la formación del precio, los hechos demuestran que no es condición suficiente para

obtener, desde el mismo punto de vista de ortodoxia económica, la adecuada competencia entre oferta y demanda y la correcta formación del precio.

Niveles de intermediación y reventa innecesarios (ver Capítulo A., punto 5.) acuerdos de precios, incumplimiento de normas legales, falta de información de los precios, liquidaciones falsas al productor y muchas otras desviaciones reales existentes (y descritas en nuestro Informe Parcial, Capítulo A., punto 7.) distorsionan en los hechos el cumplimiento "espontáneo y natural" de una adecuada competencia, según la receta de algunas teorías económicas.

2.1.4. Ante la debilidad para la negociación que presentan, por una parte, el multifraccionado sector de producción y por otra parte, la numerosa población que debe adquirir cotidianamente los productos frescos de primera necesidad en el minorista más próximo (con lo cual éste ejerce una especie de Monopolio de hecho) es el Estado, en su acepción más moderna, quien tiene la obligación de participar en el proceso de comercialización existente entre ambos niveles extremos de producción y consumo.

2.1.5. Puede desecharse que el Estado tome a su cargo directamente las operaciones de comercialización, por cuanto es probada su ineficacia para operar

negocios pequeños. Pero debe admitirse la intervención del Estado como natural representante de los intereses de la población, por lo menos para reglamentar o promover determinadas actividades en beneficio de esa población, sin alterar los principios constitucionales del libre ejercicio del comercio.

Es así que en definitiva, se obtendrá el óptimo beneficio social en la etapa de comercialización mayorista de frutas y hortalizas, cuando a la condición, necesaria económicamente, de su concentración, se agrega la reglamentación adecuada de las actividades a que dicha concentración dé lugar, para garantizar suficientemente la correcta formación del precio. El Estado tiene no ya el derecho, sino el ineludible deber social, de actuar de inmediato en una actividad que por medios deshonestos y hasta ilícitos, beneficia injustamente a pequeños sectores, ante su pasividad y el notorio conocimiento de toda la población.

2.1.6. Entendemos, por lo tanto, que la Ley general que proponemos, para la concentración obligatoria de Productos perecederos en el territorio de la Provincia de Buenos Aires, constituye el primer paso hacia el cumplimiento de un deber del Estado, encuadrado dentro de los límites legales y espirituales de nuestro sistema democrático de vida.

Tendrá una primera aplicación específica inmediata para el caso del Mercado de Concentración de Frutas y Hortalizas de la Plata, dejando ya expedito el camino para aplicarla en el futuro en otros Mercados (caso La Matanza, por ejemplo).

2.1.7. En el Artículo 2º de esta Ley se contempla una zona de protección para cada Mercado que se habilite (único medio de obtener una concentración) prohibiendo el funcionamiento de otras unidades de comercialización por mayor que operen fuera del recinto del Mercado, dentro de la zona de protección.

En el Artículo 6º se exime de esta prohibición, a los productores que producen frutas y hortalizas en la zona de protección, por cuanto deben operar obviamente al por mayor al vender a Mayoristas tanto de La Plata como de cualquier otro Mercado.

Al no reglamentarse de manera alguna la venta al por menor, queda implícitamente admitido que tanto Productores como Mayoristas podrán vender a Minoristas de cualquier tipo y origen.

En el Artículo 7º de la Ley, al admitirse el uso de locales en los Nuevos Mercados, a Mayoristas instalados en la zona de protección, se busca evitar el pago eventual de costosas indemnizaciones, sin distorsionar el espíritu fundamental, al exigírseles simultáneamente la

adhesión explícita y sin reservas, a los Reglamentos Internos del Mercado.

Los demás artículos de la Ley son formales.

- 2.1.7. Fundamentando ahora desde un punto de vista de política nacional la Ley proyectada, debemos recordar que el Gobierno Nacional tiene en estudio, desde hace más de un año, un Proyecto de Ley llamado de Mercados de Interés Nacional, cuya tramitación hemos seguido. Hasta el momento y salvo cambios muy radicales imprevistos en los niveles de conducción nacional, entendemos que es conciencia general en estos niveles, aprobar próximamente esa Ley, que coincidiría con la letra y el espíritu de nuestra recomendación.
- 2.1.8. Finalmente, los antecedentes generales que hemos reunido de otros países de similar contexto político que el nuestro (Italia, Francia, España y aún Estados Unidos) y que han incluido hasta la visita personal de un experto de nuestro equipo a Mercados y Organizaciones de esos países, fundamentan también por esta vía la validez de nuestras recomendaciones.

2.2. Del Proyecto de Decreto para la Habilitación de un Mercado de Concentración Mayorista obligatoria de Frutas, Verduras y Hortalizas Frescas en la Ciudad de La Plata.

2.2.1. Expuestos en el punto 2.1. anterior los fundamentos para la Ley (general) de Mercados de Concentración Mayorista, este Decreto posibilita la aplicación inmediata de esa Ley para el caso del nuevo Mercado de La Plata.

2.2.2. Se determinan en el Artículo 1º de este Decreto, los productos que se concentrarán obligatoriamente de acuerdo a como lo establece el Artículo 1º de la Ley. Serán Frutas, Verduras y Hortalizas frescas, ya que por el momento no preveemos otros productos a incorporar al nuevo Mercado y son solamente éstos los productos comercializados al por mayor en el viejo Mercado a sustituir. Si posteriormente surgieran otros productos perecederos a incorporar al Mercado, con la promulgación de otro Decreto quedaría satisfecha esa necesidad, sin modificar o alterar la Ley.

2.2.3. Se determina en el Artículo 2º del Decreto, la zona de protección del nuevo Mercado, de acuerdo a como lo establece el Artículo 2º de la Ley.

Esta zona será la constituida por los Partidos de La Plata, Berisso y Ensenada, que integran la zona de influencia natural del Mercado. Dentro de esa zona, no hemos podido comprobar la existencia de otros Mayoristas de Frutas, Verduras y Hortalizas, que los que operan en el viejo Mercado y sus calles aledañas. Los mayoristas del viejo Mercado, ya han convenido con el Estado Provincial su ingreso al nuevo Mercado, sin indemnización y de acuerdo a lo previsto en el Artículo 7° de la Ley anterior. En el dimensionamiento del nuevo Mercado, ya hemos previsto espacios para incorporar tambien, a los Mayoristas ubicados en las calles aledañas del viejo Mercado. Falta aún, que la Provincia o la Administración del nuevo Mercado, negocie con estos Mayoristas, su eventual ingreso al Nuevo Mercado.

2.2.4 Es posible y surgiría como la mejor solución al problema de sobredimensionamiento del nuevo Mercado de La Plata, que la zona de protección se amplíe ulteriormente, hacia Partidos al Norte y/o Noroeste de La Plata (E. Echeverría, Berazategui, Quilmes). Esta ampliación supondría la eliminación de Mercados y Mayoristas instalados en esa zona, con el consiguiente incremento de indemnizaciones a Mercados y la negociación de la incorporación de los Mayoristas al nuevo Mercado

de La Plata.

Pero esta posibilidad solo sería viable, ante la realización y puesta en marcha del proyectado nuevo Mercado de La Matanza, ya que la existencia de otros Mercados o la creación de nuevos en zonas aledañas, absorberían el comercio de las zonas incorporadas, por su mayor proximidad que el Mercado de La Plata.

De cualquier manera, la eventual incorporación de otras zonas de protección para el nuevo Mercado de La Plata, quedaría satisfecha legalmente con la promulgación de otro Decreto, sin modificar o alterar la Ley.

2.3. Del Proyecto de Ley para la constitución de una Sociedad Anónima (tipo Ley 17.318) con Mayoría Estatal, para la Administración del nuevo Mercado de Concentración Mayorista de La Plata.

2.3.1. Debemos señalar aquí, que tenemos clara conciencia de la responsabilidad que han de asumir las Autoridades del Estado, al adoptar o no, las medidas que se proponen en este Estudio, ya que el éxito o fracaso de la implantación de dichas medidas, recaerá en definitiva sobre las Autoridades que las apliquen.

Por ello es que consideramos de fundamental importancia, que las Autoridades Provinciales

interpreten cuidadosamente y en un contexto integral, los resultados de este Estudio y el espíritu que trasciende del mismo.

La mera aplicación de algunas recomendaciones parciales, la falta de convencimiento en las políticas recomendadas, o la introducción de modificaciones significativas a partes del Estudio, pueden alterar en algunos casos profundamente su sentido último y por ende, los objetivos propuestos explícita y claramente en el Capítulo A., puntos 6.1. a 6.5. de nuestro Informe Parcial.

Decimos ésto, por cuanto si bien la adopción de un tipo de entidad para la Administración del nuevo Mercado, parecería una decisión meramente formal, la filosofía última que trasciende de esta decisión puede hasta enfrentarse con la filosofía general que, implícita y explícitamente se manifiesta a través de este Estudio.

Si se diera tal situación extrema, recomendamos a quienes deban asumir la responsabilidad del Mercado, revisar detalladamente todo el Estudio a fin de adecuarlo a la filosofía o enfoque predominante, ya que con seguridad han de surgir discrepancias, desde la formulación primera de los Objetivos y Políticas propuestos para el nuevo Mercado (puntos 6. y 7. del Capítulo A. del Informe Parcial).

2.3.2. Para la elección del tipo de entidad que administre el nuevo Mercado, procederemos en primera aproximación, a descartar aquellas entidades que no pueden adecuarse a esa función. Por lo tanto, recomendamos eliminar las alternativas de una entidad privada (en cualquiera de sus formas) o de una Sociedad Anónima Mixta, por cuanto tienen como objetivo legal de su creación, el fin de lucro, que no coincide con los objetivos fundamentales de creación del nuevo Mercado.

Por otra parte, es posible preveer, que el resultado de la gestión del nuevo Mercado sería exitoso, si alcanzara a cubrir sus propias necesidades sin requerir aportes adicionales para cubrir déficits de explotación, descartándose de esta manera, todo interés privado para inversión.

Finalmente, entendemos que todo eventual beneficio de explotación que el nuevo Mercado pudiera obtener, o proponerse obtener, debería volcarse hacia los fines específicos de su creación y no hacia la distribución de dividendos que surgirían, indirectamente, del aumento en los precios de productos de primera necesidad.

2.3.3. En el otro extremo y en una segunda aproximación descartamos la alternativa de una dependencia

estatal (o ente estatal no descentralizado) por cuanto su objetivo fundamental debe ser la administración de la hacienda pública. Además cuenta con todas las limitaciones consiguientes para realizar actos de comercio (Leyes de Contabilidad, Asesoría y Fiscalía) y el requerimiento de autorización previa y aprobación posterior de la legalidad a todo acto administrativo (que representa un muy elevado costo invisible), restando toda posibilidad de conducción dinámica y operativa a una gestión que, como la del nuevo Mercado, tiene estos requerimientos básicos.

2.3.4. Consideraremos ahora comparativamente dos alternativas últimas: Sociedad Anónima con Mayoría Estatal y Ente Autárquico descentralizado, entre las que parecen dividirse las opciones de algunos funcionarios provinciales vinculados al nuevo Mercado. Para ello, trataremos primeramente de establecer los enfoques, desde los cuales realizar dicha evaluación comparativa. Estos enfoques pueden ser:

- Políticos
- Sociales
- Económico-financieros
- Operativos

2.3.5. Enfoque Político: Desde este enfoque, entendemos que la Sociedad Anónima con Mayoría Estatal (en adelante, SA) se adecúa más convenientemente a la Política general del Gobierno que el Ente Autárquico descentralizado (en adelante, EA), por cuanto logra una mayor integración a la Sociedad, con una participación más activa de la comunidad (o parte de la misma) de acuerdo a las Actas de la Revolución Argentina y sin desmedro de la total preeminencia del Estado, en las decisiones que deba adoptar la SA.

Permite además la SA, contemplar una total integración estatal, si ello respondiera a algún interés especial, demostrando una mayor versatilidad que el EA, que no podría integrarse con aportes privados, respondiendo así a una configuración decididamente más rígida. Por otra parte, el EA suele tener objetivos de servicio público, o actuar allí donde la decisión del Estado debe ser exclusiva y excluyente, por razones políticas, estratégicas militares , o de preservación de la riqueza nacional, que en el caso de un Mercado no se manifiestan. Más aún, actualmente predominaría a nivel nacional, la tendencia aparente de transformar en SA a algunos EA, que no responden cabalmente a las necesidades señaladas.



Tanto la SA como el EA no tienen el fin de lucro como un objetivo necesario, adecuándose ambas igualmente, a los objetivos establecidos para el nuevo Mercado.

Finalmente, debemos citar que el Proyecto de Ley de Mercados de Interés Nacional, contemplaría hasta la formación de Sociedades privadas para la Administración de esos Mercados, acercándose así más en su espíritu a la SA que al EA.

- 2.3.6. Enfoque Social: La posibilidad de una participación privada en la SA, es evidente que demuestra una mayor sensibilidad social, que la directa subordinación al aparato burocrático estatal que se da con el EA. La SA permite además el conocimiento adecuado, por parte de los sectores privados que se integren a su Dirección, de los fundamentos de las políticas que se determinen en el nuevo Mercado, así como del manejo operativo del mismo, pudiendo esperarse su mayor capacitación y comprensión. Por otra parte, la SA permite el control de sus actos, por parte de otros sectores que no pertenecen al aparato estatal, alejando la posibilidad del manejo omnímodo y discrecional, que puede darse más fácilmente en el EA. Si aceptamos como buena regla general, para la correcta administración de los bienes públicos,

la información a la sociedad de los resultados de esa administración, debemos convenir que las obligaciones que tiene una SA a este respecto (publicación en término de Memoria, Balance y Cuadros de Resultados) son mucho más severas que las de un EA.

Son muchos los casos existentes de EA, de los que la población no tiene o no ha tenido información adecuada alguna, en muchos años de su gestión, con el pésimo control de su eficacia consiguiente.

Con respecto al grado de control que el mismo Estado puede ejercer, digamos que en el EA es más rígido que en la SA, aunque la SA está sometida también a la jurisdicción del Tribunal de Cuentas quien podrá "fiscalizar y vigilar en todo o en parte y con alcance permanente, transitorio o eventual su actividad económica", (Artículo 138 de la Ley de Contabilidad) determinando en cada caso el régimen de fiscalización" (Resolución N° 1636/57).

2.3.7. Enfoque económico-financiero: Se plantean aquí varios aspectos a considerar.

- a) **facilidad para realizar actos de comercio:**
la SA presenta más libertad para realizarlos que el EA, muy atado por la Ley de Fiscalía de la Provincia, coincidiendo así

con las necesidades que surgirán en la Administración del Mercado.

- b) disponibilidad de recursos: en el caso de la SA, se puede contar con la disponibilidad de los recursos propios en forma y tiempo convenientes. En el caso del EA, sus recursos provienen del Presupuesto Estatal, existiendo marcada oposición de los organismos correspondientes para establecer Cuentas Especiales.

De cualquier manera, la disponibilidad de recursos para el EA, sea o no por Cuenta Especial, es mucho más incierta y sujeta a condiciones ajenas a su propia situación que en el caso de la SA.

- c) disponibilidad de subsidios: en el caso de requerirse subsidios, el EA presenta la ventaja de poder recibirlos sea por ley especial o por ley de presupuesto, mientras la SA solo puede recibirlos por la única vía de la ley especial. Esta aparente ventaja del EA se resiente, en cuanto consideramos la mayor exigencia de eficacia que se requerirá en la administración de la SA, por la mayor restricción para el uso de subsidios, mientras el EA ofrece nuevamente más lenidad para su administración.

- d) gestión de créditos: la SA responde como garantía con sus bienes propios, facilitándose así la gestión del crédito, mientras el EA debe tener como garantía al Estado, con las consiguientes dificultades de forma y oportunidad para su obtención. En cuanto al reembolso de los créditos obtenidos, en el caso de la SA vuelve a requerirse más responsabilidad de su administración que en el caso del EA, con posibilidades de renuencia o morosidad ante el Estado del que forma parte.
- e) fijación de tasas y tarifas: la SA cuenta con amplia libertad para establecer montos, formas y oportunidad de aplicación, de acuerdo a sus necesidades o conveniencias. En cambio el EA suele presentar muchas restricciones, ante la presión de intereses políticos de índole general y una subordinación mayor de su Administración a los sucesivos niveles jerárquicos, muchas veces alejados del problema, pero a quienes debe recurrir en consulta habitualmente.

2.3.8. Enfoque operativo: desde este punto de vista, algunos de los temas ya tratados en los enfoques anteriores, han puesto de manifiesto

la mayor agilidad e independencia para operar con que cuenta la SA respecto al EA, además de las mayores exigencias de eficacia y responsabilidad que son requeridas a la Administración de la SA junto con un mayor poder de decisión.

Todas estas son importantes ventajas operativas que presenta la SA frente al EA, para un nuevo Mercado que ha de requerirlas imprescindiblemente, en especial durante los primeros años de gestión, en que deberán adoptarse muchas decisiones de todo tipo, con celeridad y oportunidad.

Cabe agregar aún otras ventajas operativas para la SA. La conducción de la empresa puede transferirse en alto grado y centrarse en el Administrador General, que asume así una autoridad y responsabilidad personal, claramente identificable y no diluida, respondiendo a las mejores teorías de organización. Al mismo tiempo, la SA se encuentra más alejada de los sucesos políticos, pudiendo asegurar mayor estabilidad a sus funcionarios que la que puede proporcionar un EA, mucho más sujeto a los vaivenes de la Administración Pública por todos conocidos.

En cuanto a la conducción del personal, el despido en un EA está sujeto al engorroso

trámite del Sumario administrativo, las retribuciones estén ligadas a las existentes en la administración pública y hasta la elección de funcionarios debe pasar por los mecanismos de Seguridad del Estado, configurando un conjunto de restricciones adecuado para la gestión de burócratas.

En resumen, la SA es mucho más propicia que el BA para integrar una conducción con verdadero sentido profesional y empresario, a la que necesariamente debe tender la administración de un Mercado.

2.3.9. Conclusión: Todos los fundamentos expuestos, nos llevan a recomendar la forma de sociedad propuesta (SA) para la conducción del nuevo Mercado.

No obstante, debemos reiterar, es lícito y natural que puedan plantearse interpretaciones divergentes a las nuestras. Y que es en definitiva la autoridad provincial, con su poder de decisión, quien debe optar por el tipo de entidad que estime más conveniente.

2.3.10. En cuanto a la forma de la Ley propuesta para la constitución de la SA, responde a los lineamientos generales legales para este tipo de Sociedad.

La suscripción de hasta el 40% del capital social por parte de terceros (artículo 2º,

c) de la ley) puede provenir en parte, de los depósitos de garantía que en forma de acciones en caución, puede exigir el Mercado a sus permisionarios (locatarios y concesionarios).

El monto del capital autorizado (artículo 3º, c) de la ley) será establecido en función del estudio de factibilidad económico-financiera, en realización. Sugerimos modificar el monto individual de cada acción de los \$ 1.000.- propuestos a \$ Ley 18.188 Cien (100.-) para permitir un mayor funcionamiento y ajuste a los depósitos de garantía que se establezcan.

El número de directores propuestos en el Artículo 3º, d) es el mínimo compatible con la representatividad de cada sector, con el fin de reducir costos y facilitar operatividad a la Sociedad.

La duración de 4 años del mandato de los directores (artículo 3º, c) de la ley) consideramos que es necesaria para la estabilidad y permanencia de la función y suficiente para promover una adecuada renovación.

3. VALIDEZ DE LA ENCUESTA REALIZADA A FUNCIONARIOS.

3.1. Antecedentes

En el Capítulo 2 anterior de este Informe, expo-

nemos los fundamentos que, a nuestro entender, justifican plenamente los proyectos de normas legales propuestos para la creación y operación del nuevo Mercado.

Pero además, hemos requerido oportunamente la opinión de un grupo calificado de funcionarios, acerca de la forma jurídica más conveniente para la Administración del Mercado, a través de una encuesta personal. Los resultados de esta encuesta coincidieron afortunadamente con nuestras propias apreciaciones.

Se objeta de esta encuesta tres aspectos, que intentaremos explicar, a saber:

- el procedimiento utilizado,
- la heterogeneidad del grupo encuestado,
- la forma de llevarse a cabo.

3.1.1. El procedimiento utilizado en la encuesta.

El método utilizado fué el de encuesta por entrevistas personales, clásico y reconocido como el mejor para este tipo de investigación. Otros métodos, como la encuesta por correspondencia o telefónica, no serían apropiados.

La persona que tuvo a su cargo la realización de todas las entrevistas personales, fué un funcionario provincial del

máximo nivel hasta hace poco tiempo, y conocía personalmente a gran parte de los funcionarios consultados, garantizando de esta manera la máxima recepción y comunicación en las entrevistas.

La encuesta fué postergada más de dos meses respecto a lo programado, esperando que asumieran sus cargos los nuevos funcionarios surgidos del relevo en el Gobierno, a fin de evitar posibles distorsiones provocadas por un elenco saliente.

Las entrevistas fueron programadas en orden jerárquico ascendente, a fin de eliminar en lo posible las distorsiones por prejuicios ante opiniones conocidas de superiores.

3.1.2. La composición del grupo encuestado.

Se intentó establecer una muestra representativa de los funcionarios nacionales, provinciales y municipales, con mayor vinculación aparente sobre el tema a consultar, según la siguiente nómina:

Funcionarios Nacionales:

1. Subsecretario de Comercio Interior.
2. Director del área pampeana de CONADE.
3. Presidente de la Corporación del Mercado de La Matanza.
4. Vicepresidente de la misma.

5. Director ejecutivo de la misma.

Funcionarios Provinciales:

6. Ministro de Economía.

7. Sub-Secretario de Industria y Comercio.

8. Director de Comercio.

9. Sub-Director de Comercio.

10. Asesor General de Gobierno.

11. " Ministerial de Planeamiento.

12. " " " Administración.

13. " del Consejo de Administración.

Funcionarios Municipales:

14. Intendente de la Ciudad de La Plata.

15. " " " " Berisso.

16. " " " " Ensenada.

Los funcionarios que figuran en el orden arbitrario con los números 1., 3., 4. y 6. no pudieron ser entrevistados o no suministraron opiniones sobre el tema.

Además se entrevistó informalmente, para tratar aspectos legales y de administración a:

- Contador General de la Provincia.

- Miembros del Tribunal de Cuentas de la Nación.

3.1.3. La forma de llevarse a cabo la encuesta.

La encuesta se llevó a cabo de acuerdo a las posibilidades reales que debieron enfrentarse en cada caso. Debe hacerse notar que varias de las personas entrevistadas no poseían un conocimiento específico previo sobre el tema y/o preferían manifestar sus opiniones en una segunda entrevista. En estos casos se dejaba un formulario guía informal, para mejor orientación y recordación de los puntos a consultar.

3.2. Resultados de la encuesta.

Los resultados de la encuesta son limitados en cuanto a su extensión, por la dificultad de obtener opiniones de detalle en un tema poco conocido aún en general.

En los ocho temas cuyas respuestas pudieron ser tabuladas, se encuentra inclusive falta de opinión de varios funcionarios, que no tenían un juicio formado al respecto.

Sin embargo, en el tema principal, que constituye el primer punto de la encuesta y que se refiere precisamente a la forma societaria del nuevo Mercado respondieron 11 de los 12 funcionarios, coincidiendo 8 de ellos en la forma de Sociedad Anónima tipo Ley 17.318.

Entendemos que, precisamente en el tema más controvertido actualmente, es donde se manifestó la respuesta más amplia y coincidente.

Por otra parte, la encuesta fué realizada en un todo de acuerdo a la metodología propuesta al CFI. Entendemos que el grupo de funcionarios encuestados es decididamente bien representativo. Y que los resultados aportan elementos de juicio significativos, que deben tenerse en cuenta, si no para adoptar una decisión, que en definitiva es responsabilidad última de la Autoridad competente, por lo menos como una información de interés, que es lo que se pretendía obtener.