

19234

CATALOGADO

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES



LA COMERCIALIZACION

DE ALIMENTOS

Serie:

BASES REGIONALES Nº 1

Buenos Aires, 1975

LA COMERCIALIZACION

DE ALIMENTOS

Presidente de la Asamblea

Dr. José Car

**Ministro de Economía, Hacienda y Obras Públicas
de la Provincia de Jujuy**

Secretario General

Dr. Alberto González Arzac

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

LA COMERCIALIZACION

DE ALIMENTOS

La posición oficial del CFI, en las materias de su competencia se expresa a través de resoluciones o declaraciones de sus autoridades.

En consecuencia, no debe atribuirse carácter de posición oficial del CFI, a opiniones expuestas en trabajos firmados.

Todos los derechos reservados

Queda hecho el depósito que marca la ley 11.723

IMPRESO EN LA ARGENTINA

Cuando Juan Bautista Alberdi redactó en 1852 sus "Bases y Puntos de Partida. . .", el federalismo que registraba como expresión política de la realidad argentina no tenía otros elementos para robustecerse que las provincias históricas.

El proceso de crecimiento del país en un esquema liberal conectado a la división internacional del trabajo, aparejaría, en pocas décadas, un desnivel cada vez más crítico entre las provincias del litoral y las del interior; y esta falla, al profundizarse, deformó aspectos de la realización nacional provocando una estructura desigual, y en consecuencia, injusta.

El Consejo Federal de Inversiones es uno de los organismos que trabaja para corregir las fallas de esta estructura. En su trayectoria de dieciséis años son muchos los estudios que ha realizado basándose en la necesidad de promover el desarrollo de las regiones, puesto que el federalismo contemporáneo se apoya en el concepto solidarista que se traduce a través de una concepción regional.

Esta serie publicará algunos de los trabajos realizados con este criterio. El título "Bases Regionales" vincula la concepción primitiva de nuestro federalismo, con la que exige el tiempo contemporáneo y su problemática.

En "Bases Regionales" el lector encontrará una versión sintética y didáctica de programas, trabajos, estudios y realizaciones del Consejo Federal de Inversiones en materia regional.

“Estudio de la comercialización de los productos para la alimentación” fue dirigido por el Señor Norberto A. Gentili y preparado por el Ing. Agr. E. Alvarez; Dr. E. B. de La Serna; Ing. Agr. G. Caplan; Ing. Agr. C. Polla; Ing. Agr. A. Rasp e Ing. Agr. C. Wirth.

“Estudio preliminar sobre el problema del Abastecimiento en la Capital Federal y el Gran Buenos Aires” fue dirigido por Antonio García Mutto, Gerard Munera, Norberto Gentili.

Coordinador General: Jean Hasdenteufel

Consultores especiales: Pierre Caminha y Camine Nicolle.

INDICE

Prefacio	13
Introducción	17
La Comercialización de Productos Alimenticios	19
El abastecimiento en la Capital Federal y el Gran Buenos Aires	23
Las economías derivadas de la creación de una red de mercados nacionales	29
La experiencia extranjera	33
Concepción general del mercado de Buenos Aires	37
La corporación en la actualidad	41
Medidas de gobierno.	45

ANEXO DE LEGISLACION

DECRETO LEY 19.227. Mercados de interés nacional	49
DECRETO LEY 17.422. Corporación del Mercado Central de Buenos Aires	61
DECRETO LEY 187/73. Intervención de mercados	69
RESOLUCION de la Secretaría de Estado de Comercio Nº 9935/74	73
DECRETO 287/74. Otorgamiento de anticipos a la Corporación del Mercado Central de Buenos Aires	77

PREFACIO

Desde su creación el CFI tiene como propósito promover el desarrollo armónico de las diferentes regiones y provincias que integran la Argentina.

Es así que a través de los años, su vocación es subrayada por los trabajos de diversa índole que llevo a cabo para todo el país.

El "Estudio de la comercialización de los productos para la alimentación" y el "Estudio preliminar sobre el problema del abastecimiento en la Capital Federal y el Gran Buenos Aires" son realizados entre 1962 y 1963, y constituyen ejemplos significativos de la cooperación que presta el organismo. El propósito general es el de formular recomendaciones para que en el país existan alimentos de mejor calidad, en mayor cantidad, a precios equitativos y sin anomalías en la comercialización.

Hasta ahora pocas de las obras eminentemente técnicas que elabora el CFI alcanzan amplia difusión. Para subsanar esta situación las autoridades del organismo decidieron crear una colección que ofrezca en una apretada síntesis los conceptos más salientes de los trabajos fundamentales, sin perder sus características técnicas.

Ello contribuirá a satisfacer la demanda de diversas organizaciones o entes; permitirá, por otra parte, tomar mayor conciencia de la realidad regional argentina, y conocer los materiales existentes que son capaces de brindar utilidad para la implementación de políticas.

Pero, además, es tal vez preciso revalorar la importancia de toda acción que tienda a clarificar objetivos regionales y federales en la Argentina que —como las grandes potencias mundiales— es eminentemente federativa.

La concepción regional trasciende las meras especulaciones informales. La aplicación del concepto de región como el espacio que debe comprender un plan o donde debe operarse la concertación, para la toma de medidas económico-sociales ayudaría a que las distintas áreas de la Argentina superen su estado de mayor o menor aislación, y a crear vigorosos centros regionales de desarrollo basados en la explotación de sus recursos. Estos serán verdaderos ejes distribuidos a lo largo del país y no acumulados en un único conglomerado metropolitano.

De esta manera "tendremos acceso a una verdadera

conciencia nacional que pasará por el corazón de la República, se dice en *Bases para el Desarrollo Regional Argentino*, en 1963.

La articulación regional argentina no puede efectuarse sin un conocimiento cabal de la situación espacial existente. Por el contrario, debe tenderse a la transformación pacífica y progresiva de las situaciones lesivas e injustas, y todo lo que se haga por la difusión y conocimiento de las regiones será poco.

Las disparidades de ingresos interregionales provocan reacciones por la falta de equidad y llevan a desigualdades de capacidad y potencial humano y material. Cada área debe llegar a jugar un papel significativo que origine y difunda una elevación material y humana tal que permita una integración en planos equilibrados con otras regiones argentinas.

La comunicación entre las "islas económicas" del país debe desarrollarse hasta el punto en que el transporte material de bienes, la difusión de ideas y conocimiento sea amplia.

La integración y evolución económica de un territorio extenso y disperso es un objetivo ambicioso, sin duda. Los centros de decisión, coordinados, y la concertación entre el Estado central y las provincias, decisivo para alcanzar la finalidad propuesta y lograr un significativo equilibrio de las regiones

En esta realidad, la vigencia de un federalismo cooperativo (más que competitivo) que tienda de manera orgánica al logro de finalidades humanas y sociales, es algo que interesa a todos los argentinos de manera incuestionable.

INTRODUCCION

La necesidad de suprimir las formas anómalas que adquiere la comercialización de los productos alimenticios requiere que se adopten medidas apropiadas de política económica.

Entre 1962 y 1963 el Consejo Federal de Inversiones realiza el "Estudio sobre el problema del Abastecimiento de la Capital Federal y Gran Buenos Aires", y el "Estudio de la Comercialización de los productos para la alimentación". De ellos deriva la necesidad de crear el Ente realizador del Mercado Central de Buenos Aires en 1963, dependiente de la Municipalidad de la Capital.

Luego, la importancia de la actividad en el área metropolitana lleva a la creación de la Corporación del Mercado Central de Buenos Aires con el objeto de proyectar construir y administrar un mercado central destinado a la concentración de frutos y productos alimenticios del país y del extranjero, y la conservación, empaque, almacenamiento y tipificación de los mismos para su comercialización y distribución al consumo interno, así como para su exportación. Por otra parte la Corporación tiene la facultad de promover y fomentar la creación de un centro anexo de industrialización de productos.

Dicha institución es creada por convenio suscripto el 10 de agosto de 1967 entre el Gobierno Nacional, la Provincia de Buenos Aires y la Municipalidad de la Capital

Federal, y comienza a funcionar como ente público interestatal.

A la fecha, el ente ha realizado estudios y se encuentra construyendo el mercado en el Partido de La Matanza, Provincia de Buenos Aires. El capital inicial está constituido por un fondo de hasta pesos 1.500.000.000 moneda nacional.

Debe destacarse que el convenio es ratificado por la Nación mediante el decreto-ley 17.422; Buenos Aires lo hace por el decreto-ley 7.310 y la Municipalidad de la Capital por su ordenanza 22.817. En el anexo de Legislación del presente trabajo se reproducen los textos nacionales, además del decreto-ley 19.227, por el que se declara de interés nacional a dicho mercado y se organiza en el territorio argentino la actividad de los centros de concentración de alimentos perecederos que deben, en adelante, y en particular, proveer el conocimiento de la oferta y la demanda, a la formación de precios justos y orientativos para la producción y el consumo, el control de calidad, cantidad y condiciones higiénicas y sanitarias de los productos; estar localizados para facilitar el transporte; evitar el manipuleo innecesario, y abaratar el costo de comercialización sin afectar las exigencias urbanísticas; disponer de capacidad y organización adecuada; facilitar espacios, instalaciones y playas a los productores, sus cooperativas y organizaciones; facilitar el acceso a los compradores, especialmente a las organizaciones de compra, y el tráfico de los productos hasta el consumidor con la menor intermediación posible; impedir las maniobras contrarias a la buena fe y lealtad comercial y la formación de grupos con tendencias monopolísticas.

LA COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS

El análisis del proceso de la comercialización de un grupo importante de productos perecederos constituye el objeto básico del "Estudio de la comercialización de los productos para la alimentación".

El comercio como parte integrante del proceso productivo es analizado en sus diversas etapas, que van desde el análisis de los factores que condicionan los problemas de la producción-comercialización, hasta que los bienes llegan al consumo, sin prescindir del enfoque dinámico a través del estudio de la infraestructura básica sobre la que se desenvuelve.

Si la comercialización es el conjunto de actividades relacionadas con la circulación de los bienes y servicios desde los sitios en que se producen hasta llegar al consumidor final, se tendrá un panorama de la magnitud de la tarea y su importancia.

Todo el estudio está orientado por los objetivos que se consideran ligados al comercio en el proceso productivo. Esto es la movilización de los productos hasta los consumidores en la formas y condiciones deseables, al justo precio y en el momento oportuno, con ajuste a las cantidades demandadas; la constitución de un medio de vida para un sector apreciable de población que obtiene ingresos adecuados, teniendo presente la necesidad de la ampliación del mercado de productos existentes y el hallazgo y desarrollo de nuevos.

Los esfuerzos son dirigidos hacia el conocimiento preciso del estado y las características de la comercialización y abastecimiento de los productos objeto del estudio, con el propósito de establecer las bases sobre las que se realiza luego el diagnóstico y la planificación.

Se analiza la oferta a través de la producción nacional, las industrias de transformación desde el punto de vista de la incidencia que tiene en el proceso de comercialización, y la gravitación que sobre ella tiene el comercio exterior, en lo que hace a la provisión de bienes que deben sumarse a la oferta nacional

El estudio de la comercialización nacional mayorista se hace en forma particularmente amplia, y se arriba a la conclusión que se trata este, de uno de los sectores donde la formulación de soluciones en la programación cuenta con posibilidades de aplicación inmediata. La distribución de productos alimenticios analizada presenta deficiencias y al examinarse las distintas etapas desde la producción hasta el consumo, se evidencian numerosas fallas tales como remanentes regionales de volúmenes sin comerciar (debido a falta de suficiente demanda, precios bajos en los centros consumidores, falta de organización de los productores); deficiencia en la estructura de la comercialización, algunas de cuyas causas son la insuficiencia en los medios de transporte, la ausencia de mecanismos para conocer permanentemente el estado de las plazas de los principales centros consumidores, la falta de un gran mercado mayorista de concentración cuyo radio de influencia se extiende a la Capital Federal y Gran Buenos Aires, donde se localiza el consumo de la tercera parte del país; deficientes medios de distribución minorista en la Capital Federal y Gran Buenos Aires, lo que restringe la oferta y crea excedentes; finalmente, el poder adquisitivo del consumidor es limitado, agravando por desconocimiento de las ventajas de productos integrantes de una dieta equilibrada o de la utilización de sucedáneos, originado por la falta de difusión de principios alimentarios o mala orientación de la publicidad de ventas.

El comercio minorista constituye la última etapa del proceso de comercialización y tiene un evidente significado en la sociedad. Al ser defectuosos los mecanismos de distribución minorista se provocan restricciones en la oferta, se elevan los precios y se impide un desarrollo más intenso del comercio mayorista. Todo trastorno en la etapa minorista ocasiona mayores costos en los procesos anteriores que finalmente repercuten sobre la producción. El sistema pierde fluidez.

El análisis económico de las etapas de la producción pone en evidencia el hecho de que la falta de recursos propios y de créditos adecuados impiden que se logre un mejoramiento tecnológico.

Esa necesidad de financiación, por lo común es cubierta en parte por el mismo productor a expensas de la eficiencia de explotación o por el sector del comercio mayorista, que se refleja lógicamente en menores precios al productor y que comprende la independencia de este y del crédito oficial que no alcanza a satisfacer las necesidades totales.

Una mejor utilización de los recursos, a efectos de la consideración de la industria que transforma productos para la alimentación, debe requerir una mayor incorporación de capitales a los distintos procesos industriales. Tanto para las industrias ya establecidas, en lo que hace al mejoramiento tecnológico de la capacidad instalada, como por la incorporación de nuevas unidades transformadoras en el campo de la comercialización. La disponibilidad de recursos financieros constituye un elemento de fundamental importancia.

Se estima que las condiciones y modalidades de la financiación pública del comercio mayorista deben sufrir variaciones de acuerdo a las modificaciones estructurales que se incorporen al sistema, por efecto de la ejecución de un programa orgánico. En particular incidirán en dichos cambios el grado de profundidad que alcance la organización de los productores a fin de incorporar a su actividad algunas de

las etapas que se cumplen en forma independiente o no se realizan.

Funciones económicas tales como las de tipificación y empaque, conservación frigorífica, transporte y comercialización mayorista propiamente dicha, pueden cubrirse con ventaja por los mismos productores.

El estudio de los mecanismos de circulación que los bienes alimenticios tienen sobre el bienestar de las personas —realizado con perspectiva histórica y regional— pone de relieve la disponibilidad de alimentos, no solo en los aspectos cuantitativos, sino también en cuanto a la composición de la dieta alimenticia y su incidencia en la salud. Surgen de este análisis las deficiencias que afectan el nivel sanitario de la población en sus distintas edades, en sus diferentes regiones y frente a los sectores estacionales que perturban las disponibilidades en el período anual.

Estos datos se constituyen en una base inapreciable para el trazado de una política alimentaria capaz de promover la difusión de adecuados principios dietéticos, que aconseje un máximo aprovechamiento de los alimentos que dispone la población, fomente la producción de bienes imprescindibles para el logro de una dieta equilibrada y oriente los hábitos alimentarios de la forma más conveniente para la salud.

Otro aspecto que es motivo de especial estudio dentro del tema, es la incidencia que sobre el problema de la salud y la dieta, tiene el proceso de industrialización de los productos alimenticios.

EL ABASTECIMIENTO EN LA CAPITAL FEDERAL Y EL GRAN BUENOS AIRES

Las soluciones propuestas por el CFI al problema de abastecimiento en la Capital Federal y Gran Buenos Aires en 1962 fueron precisas. Ellas figuran en el "Estudio Preliminar sobre el problema del abastecimiento en la Capital Federal y el Gran Buenos Aires".

El primer punto considerado consiste en la recomendación de que se cree un mercado de concentración para la aglomeración de Buenos Aires.

Por otra parte se estima necesario incorporar ese mercado a una red nacional de mercados regionales de despacho y consumo. Y a esto se agrega la necesidad de orientar la producción mediante una planificación de los créditos agrícolas.

Sin duda resulta inestimable la ejecución de una política normalizadora de los productos agrícolas básicos y la institución de sociedades profesionales para regularizar las cotizaciones; a ello debe seguirse una política de los excedentes agrícolas.

Papel del mercado-estacion en la comercialización nacional.

Se estima posible hallar la solución a los problemas de abastecimiento en la coordinación de un conjunto de

mercados-estaciones, tanto para la expedición como para concentrar y distribuir los productos alimenticios.

Los estudios realizados acerca de las condiciones de la comercialización de productos alimenticios demuestran que ciertos grandes centros productivos y de consumo tienen relevante significado en la fijación de precios de esos productos, e influyen en las tendencias del mercado.

Por ello se cree conveniente la reunión de esos centros en un gran sistema, a fin de sustituir la multiplicidad de sitios donde se efectúan las transacciones, por una unidad de mercado en el plano nacional.

Los medios de telecomunicación existentes permiten, en efecto, unir entre sí, por la red general de télex o por líneas especiales, los principales mercados argentinos, con el fin de hacer aprovechables los beneficios de informaciones exactas y rápidas, tanto en lo que se refiere al estado del mercado en las distintas plazas nacionales, como en lo que atañe a la formación y evolución de precios.

Ello posibilita, sin duda una mejor confrontación de oferta y demanda en todo el territorio argentino y asimismo lograr la nivelación de excesivas variaciones de precios ya que los envíos podrían ser mejor distribuidos.

Por otra parte, los beneficios obtenibles con la creación de mercados de expedición adquieren significado en el plano técnico, económico, social y urbanístico.

En el plano técnico, las principales economías se relacionan con beneficios directos derivados del mejor transporte, de manutención, de conservación y de venta de las mercaderías; asimismo, con economías en el transporte, ya que se arriba a una racionalización de los circuitos y a una reducción del trayecto de traslado de las mercaderías desde el origen al lugar de consumo.

Al unificarse el mercado y la estación los gastos de manutención resultantes del camionaje de los productos

llegados por ferrocarril, se suprimen. La organización eventual de sistemas de distribución agrupada hace posible la reducción de gastos de transporte desde el mercado hasta el minorista.

Además, las economías se vinculan con el ahorro de sueldos en el manipuleo, ya que el uso generalizado de elevadores y vehículos autotransportadores simplifica y acelera las operaciones de manutención y traslado dentro del mercado; de ello deriva una sustancial economía de mano de obra y una menor pérdida de calidad de los productos. Esa calidad se beneficia en los mercados-estaciones, al estar los productos al abrigo, sin sufrir alteraciones por efecto de la intemperie. Las estaciones frigoríficas y de aclimatación permiten mantener la mercadería en buenas condiciones de conservación, y evitan la ruptura de la cadena de refrigeración.

Por último, se vincula con economías que resultan de la reducción de gastos de comercialización, al suprimir las mantenciones irracionales con instalaciones adecuadas en los lugares de venta.

En el plano económico, la reforma propuesta presenta numerosas ventajas, tales como la de posibilitar a productores y comerciantes la disposición de sus productos en las mejores condiciones de presentación y valor, debido a su normalización; además permite al productor y comerciante la retención de su mercadería, si se estimara que los precios son insuficientes.

La concentración de los productos posibilita a los mayoristas la compra en remate de grandes cantidades, suprimiendo intermediarios —que son indispensables para la transferencia de pequeñas cantidades—. También permite circuitos de distribución más cortos al tratarse de ventas más rápidas. El establecimiento de este circuito de distribución más corto aunque supone el abandono de viejas costumbres y una normalización general, llega a tener un papel destacado en la comercialización de frutas y hortalizas, ofrece al



consumidor precios más bajos por la reducción importante de los gastos de intermediarios.

En otro orden de cosas, se produce la adaptación de la producción a las necesidades, lo que provoca una mejor distribución de los cultivos por una orientación hacia las necesidades reales del mercado, tanto en lo referido a calidad como a variedad de productos, lo que en ciertos casos puede hasta crear verdaderas fuentes de renovación de los cultivos.

A lo anterior debe agregarse que los mercados nacionales pueden constituir polos de atracción para compradores extranjeros —con lo que se intensifican las exportaciones—; ellos tendrán, así, la certeza de hallar en plazo una amplia diversidad de calidades y cantidades suficientes. Como es comprensible, a esto se añade la estimulación de la venta de productos normales y regularización de los precios de mercado.

A las ventajas de orden técnico y económico pueden sumarse las de orden social y urbanístico:

La mejor distribución de productos agrícolas y la experiencia de precios equitativos en las cotizaciones, contribuye a extender el consumo de ciertos frutos y hortalizas a todas las capas sociales. Según lo ocurrido en zonas de distribución de mercados mayoristas el consumo por persona sube por encima del promedio general.

La realización de importantes adelantos de urbanización, con sus repercusiones en la higiene y mejoras en la circulación —debido al alejamiento del tránsito de las vías de acceso a los antiguos mercados y a la desaparición de obstáculos en su perímetros—.

Para que sus ventajas enunciadas se conviertan en realidad, deben imponerse algunas disposiciones de orden técnico y administrativo:

En el orden técnico es preciso que los mercados nacionales se conecten obligatoriamente con las líneas férreas y la

ruta; que se construyan y equipen estaciones de acondicionamiento en el interior de los mercados, para uso colectivo de productores y comerciantes; asimismo es preciso poner a disposición de los despachantes de mercados de expedición o de mayoristas destinatarios, en los mercados de concentración y distribución, lugares de venta con espacios cubiertos, suficientes para exhibir y depositar los productos.

Es necesario que se pueda contar con depósitos frigoríficos para la conservación de bienes, y también que en las proximidades de los mercados se puedan proyectar industrias afines de transformación de los excedentes de producción.

El mercado debe ser cerrado para permitir el control de entrada y salida de productos, a fin de tomar correcto conocimiento de la oferta y demanda diaria. A esto debe agregarse la instalación de servicios de información del mercado para ofrecer a vendedores y compradores una visión exacta de las tendencias de los precios.

Además de los servicios generales, agua, electricidad, cloacas, desagües, recolección de residuos, recuperación de envases, manutención, etc., las instalaciones del mercado deben permitir la habilitación de una sala de remate, en particular de mercadería normalizada. Dentro del mercado deben poder existir comercios anexos, como cafés, restaurantes, quioscos, etc.

En lo referente a los aspectos administrativos es preciso que se explote personalmente la empresa instalada en el mercado, a fin de evitar sublocaciones, lo que modifica el precio de venta de los productos. También debe, obligatoriamente, realizarse un número mínimo de transacciones, a fin de evitar la existencia de empresas de importancia secundaria que venden a precios elevados para obtener un ingreso suficiente.

Asimismo debe disminuirse la especulación inherente al comercio, con la imposición de condiciones previas a la

presentación de un sucesor; y, por otra parte, la posibilidad comercial de establecerse en cualquier momento en el mercado, con el único requisito de poseer determinadas condiciones morales, lo que tendrá por efecto incrementar la eficacia de la competencia.

Los comerciantes deben tener la posibilidad de usar las instalaciones del mercado-estación para el despacho, acondicionamiento, conservación o transformación de productos, aún no siendo titulares de lugares de venta.

Por último, en el plano administrativo debe considerarse la creación en torno a los mercados, de un perímetro de protección, que responda a la necesidad de mantener libre los alrededores del mercado y evitar que algunos comerciantes se beneficien con las ventajas que ofrece el interior, sustrayéndose a las cargas y a la disciplina impuestas.

LAS ECONOMIAS

DERIVADAS DE LA CREACION DE

UNA RED DE MERCADOS NACIONALES

Según las proposiciones de los autores del estudio, obligatoriamente, los mercados deben conectarse con el ferrocarril y la ruta. Como resultante, el abastecimiento y la salida de mercaderías se considera que estarán muy facilitados.

Se obtiene economías de la misma naturaleza en los sitios de producción. Diversas experiencias demuestran que los gastos por kilo que soporta la mercadería entre el momento en que el productor la entrega a las puertas del mercado, y el momento en que es cargada sobre vagón, puede variar hasta el doble.

La conexión con el ferrocarril que sirve directamente el mercado facilita la agrupación de productos y de ello derivan tarifas más ventajosas para el transporte por vagón completo; asimismo evita la necesidad de recurrir a intermediarios especializados en las tareas de agrupación y distribución.

El manipuleo y transporte en el interior mismo del mercado se ve facilitado gracias a la existencia de largas vías de comunicación y al uso de material moderno y standardizado (carros-elevadores, etc.) Tanto los productores, mayoristas destinatarios y minoristas obtienen un inapreciable ahorro de tiempo, ya que no es difícil observar a los productores —en los mercados tradicionales— cuando ocupan, horas antes de la medianoche, la vía pública

transformada en mercado de producción; con ello tratan de aprovechar las buenas ubicaciones existentes, de fácil acceso, o comercialmente favorables, para vender sus mercaderías al día siguiente, desde las tempranas horas de la mañana hasta el mediodía.

En los nuevos mercados de diversas partes del mundo, donde se disponen de puestos de valores similares, la colocación de la mercadería se efectúa con una antelación tan solo de una o dos horas a la venta.

Es útil hacer referencia, además, al considerable beneficio que obtienen los comerciantes al disponer de instalaciones de venta bien agenciadas, de estaciones de acondicionamiento y depósitos frigoríficos modernos, que tanto permiten una mejor presentación de los productos, como una mejor exhibición de la mercadería, ventajas que se traducen en mayores remuneraciones.

En cuanto a las ventajas obtenidas por la colectividad y el consumidor se evidencian, en principio, en la disminución de costos comerciales, como consecuencia de la ubicación de los vendedores en un mismo mercado y en situación competitiva; a esto se añade la disposición de instrumentos de trabajo comparables y el hecho de trasladarse esa competencia a los diversos mercados nacionales entre sí, debido a la rápida y eficaz información sobre condiciones de comercialización en las principales plazas.

Las rentas de ubicación tienden a desaparecer progresivamente y la remuneración de cada comerciante se circunscribe a los servicios vinculados a la venta de la producción.

La misma competencia puede dar lugar a una concentración comercial tanto por expansión como por reagrupación de empresas, hasta que permanezcan aquellas que, dada su rentabilidad, estén en condiciones de aplicar modernos medios de transporte, de manipuleo, administración, etc., condiciones de una productividad incrementada.

En conclusión, la realización de la red de mercados

nacionales ofrece incontables aspectos positivos, de los que no son despreciables aquellos enunciados, tanto para la comunidad como para la empresa individual.

Pese a ello, deben realizarse todos los esfuerzos posibles para mantener las inversiones efectuadas en el mercado, y el gasto resultante para los productos, dentro de los límites más estrechos posibles, debido a que deben hacerse comparaciones frecuentes entre el sistema tradicional, las formas modernas y los circuitos directos que conectan las agrupaciones de productores con el comercio minorista o con las agrupaciones de consumidores.

LA EXPERIENCIA EXTRANJERA

Es observable la revolución que tuvo lugar en los últimos tiempos en las técnicas y estructuras de la comercialización. A partir de 1950 los circuitos directos entre organizaciones de productores y minoristas se desarrollaron de manera considerable. Esta doble concentración en la compra y en la venta influye profundamente sobre la economía de los mercados mayoristas clásicos que, en medida creciente, hacen el simple papel de reguladores de las corrientes de oferta y demanda.

Esta función tradicional de los mercados mayoristas se fue transfiriendo progresivamente de los mercados de producción cuya desaparición es casi total, a los mercados de consumo, los que han resistido mejor el desarrollo del circuito directo.

El mercado periférico de Filadelfia, creado en 1958 y posteriormente el de Hunts Point en Nueva York, traen un concepto completamente nuevo del mercado mayorista.

La idea central consiste en reunir, en un mismo sitio, conectado tanto con las vías férreas como con la ruta, los mercados públicos de tipo clásico y de preveer la coexistencia dentro de este vasto Centro de Distribución de Alimentos, los depósitos particulares, las cadenas y las sucursales, utilizando, al precio más bajo, cierto número de servicios comunes.

Este nuevo concepto corresponde a la tendencia manifestada, por las empresas del sector integrado, a desarrollar la práctica del "Fill-in", es decir de las compras complementarias en los mercados mayoristas, sea para hacer los surtidos necesarios, o para establecer un precio de referencia para sus compras directas a los productores.

Finalmente, la desaparición de gran número de salas de venta por remate, marca el profundo cambio que produjo desde 1950 a los métodos de comercialización de los productos alimenticios perecederos en los Estados Unidos. Esta declinación de las salas de remate, tiende a demostrar que la venta por muestra no se puede efectuar sin la presencia física de la totalidad de la mercadería en el mercado.

La experiencia y los resultados positivos también son significativos en los mercados mayoristas en Europa, en particular algunos más característicos en Gran Bretaña y Alemania. De su examen se arriba a conclusiones convergentes con las anteriores.

En síntesis, se estima que los Mercados de Interés Nacional deben comprender instalaciones modernas conectadas al ferrocarril y a las rutas, como es el caso de los mercados-terminales norteamericanos.

Deben disponer, además, de salas de venta por remate, cuyo éxito depende, como en los Estados Unidos y en Gran Bretaña, de la presencia física de la mercadería en el mercado o en los depósitos.

Desde el punto de vista económico, el papel de los Mercados Nacionales se basa en la necesidad de lograr un precio justo, resultante de una transparente confrontación de la oferta y de la demanda.

Sobre este punto, tanto los expertos alemanes, ingleses como norteamericanos consideran con unanimidad que la formación de precios es un problema de competencia y que ella se alcanza mejor en un solo mercado que en varios. Por otra parte, el interés general exige que no se fraccione la

competencia por la multiplicación de los mercados.

La yuxtaposición de mercados públicos de tipo clásico y de las nuevas empresas de distribución reunidas en un vasto conjunto conectado al ferrocarril y a la ruta, permite mejores condiciones en la aludida transparencia del mercado, es decir, un correcto juego de la oferta y demanda, condición necesaria para la formación del precio justo.

Por último, al ponerse a disposición de comerciantes integrados y a las agrupaciones de productores, las mismas instalaciones técnicas que las que están a disposición de los sucursalistas, se restablece la igualdad en las condiciones de la competencia y se evita la constitución de monopolios que perjudican el interés general.

CONCEPCION GENERAL

DEL MERCADO DE BUENOS AIRES

La localización del mercado debe ofrecer el acceso económico y rápido al abastecimiento que no debe en el futuro introducirse en la aglomeración bajo la forma requerida por los transportes de larga distancia.

Asimismo debe posibilitar el rápido acceso a todos los compradores minoristas que en ningún caso deberán estar a más de una hora de viaje del mercado, para reducir al máximo la intervención de distribuidores-intermediarios.

Por último debe disponer de un mínimo de 200 hectáreas utilizables y de extensos terrenos de reserva en los alrededores, a fin de evitar estrangulamientos futuros.

El lugar elegido, y aprobado por el Plan Regulador de la Municipalidad de Buenos Aires, resultó ser un predio en el Partido de La Matanza, limitado al Noroeste por la autopista de Ezeiza, al Sudeste por el Riachuelo rectificado, al Noreste por la autopista General Paz y al Sudoeste por el camino de cintura exterior.

El camino de cintura mencionado sirve de colector primario de todas las entradas de camiones y el empalme de la autopista Gral. Richieri representa el mejor desahogo. Por otra parte, la localización del mercado, fuera de las zonas urbanas permite a los camiones evitar los caminos obstruidos con el consecuente ahorro de tiempo.

Dicha localización se halla en situación equilibrada con relación al arribo de productos por sectores. La cercanía

con la estación de Tapiales permite un mínimo esfuerzo en arreglos, para obtener una conexión directa con todos los ferrocarriles del país. Este punto de vista es sumamente importante, ya que el sitio seleccionado es aparentemente único al ofrecer tales facilidades reunidas.

Por lo que atañe a su posición demográfica, el sitio está bien orientado frente a las grandes masas de población de la Capital, al este, con tres millones de consumidores a la fecha del estudio: Lanús, Avellaneda, Quilmes al Sudeste con un millón y medio, y Morón, Merlo, San Martín, Vicente López igualmente con un millón y medio de habitantes al Noreste.

Situada en un punto más o menos equidistante de los grandes centros poblados, el mercado posee el acceso al camino de cintura exterior para el abastecimiento de los suburbios alejados; a la autopista General Paz, para el abastecimiento de los Partidos de La Matanza, Morón, 3 de Febrero, San Martín, Vicente López, San Isidro, San Fernando y Tigre, y los barrios de la Capital Federal cercanos a la Avda. Gral. Paz hacia el Noreste y Norte de la aglomeración además de Lomas de Zamora, Lanús, Avellaneda y Quilmes, por la prolongación proyectada a la fecha del estudio. Por último, la autopista de Ezeiza y sus ramales para el abastecimiento del corazón de Buenos Aires.

De esta manera la distancia relativa del mercado se halla compensada por un considerable ahorro de tiempo en velocidad de circulación, debido a que en gran parte del trayecto existen vías de gran circulación situadas fuera de las zonas de tránsito intenso.

Las modificaciones previstas oportunamente, son a grandes rasgos: nivelación de terrenos, evacuación de aguas hacia el Riachuelo. Además se estimó necesaria la dotación de luz, fuerza motriz, teléfonos, conexiones ferroviarias con la red nacional —el lugar elegido ofrece excepcionalmente la posibilidad de reagrupación de las distintas trochas con un mínimo de trabajo—. Vías de acceso de Tapiales al mercado playa de espera, de descarga-salida, etc. Asimismo resulta

necesario la realización de obras de acceso al mercado, circulaciones interiores estacionamiento para compradores y abastecedores y áreas de descarga y carga; también son necesarias las instalaciones para la exhibición, venta y almacenaje de mercaderías.

De ello resulta la proposición de un mercado rectangular de aproximadamente 750 metros por 360 metros, con adjudicación de proporciones, a los mayoristas, de superficies vinculadas al volumen del producto, y que luego son distribuidas para respetar las simetrías deseadas.

Acompaña a los estudios un diseño de edificio tipo y se determina el modelo standard de los puestos de mayoristas. Se llega a la presentación de un módulo que posee la siguiente descripción general: andén de exhibición 6 metros, andén de manipulación 4 metros, puesto cerrado 8 metros, entrepiso 3 metros, y subsuelo 11 metros.

El mercado propuesto se compone de 32 edificios de 168 metros de largo, separados por una vía de circulación de 18 metros, lo que dá un largo total de 744 metros. En el centro del mercado y a todo su largo, como una espina dorsal se sitúa la playa de productores, calculada intencionalmente superior a sus necesidades, para hacer posible la instalación provisoria de los mayoristas de menor importancia y más tarde a mayoristas de servicio completo.

Se prevé además un depósito frigorífico con capacidad de 25.000 m³, en especial para almacenajes a largo plazo. Este depósito debe tener empalme directo con la red ferroviaria.

Además debe contarse con un determinado número de oficinas para alojar los servicios de los mayoristas, cooperativas de compra, etc. Es preciso, también que se instalen sucursales bancarias, oficinas de correo e informaciones de mercado, normalización, represión de faltas, etc.

LA CORPORACION EN LA ACTUALIDAD

En el presente, la Corporación del Mercado Central está dirigida y administrada por un Directorio Compuesto por seis miembros. Cada uno de los gobiernos que la integra nombra a dos directores y realiza aportes de capital por partes iguales. Por su parte, el Directorio elige al presidente y al Vicepresidente, de acuerdo a las previsiones del Estatuto. Además ha instituido los comités de Comercialización, de Ingeniería y Económico-Financiero.

Las decisiones del Directorio son ejecutadas por la Gerencia General de la cual depende las gerencias de Comercialización, Ingeniería, Administración y Finanzas y Planeamiento y Coordinación, además de los departamentos de Asuntos Legales y Relaciones Públicas y Difusión.

En 1972 se suscribieron nuevos convenios con el gobierno nacional, la provincia de Buenos Aires y la Intendencia Municipal de la Capital Federal: uno es adicional al Convenio de Creación de la Corporación y el otro relativo al perímetro de protección del Mercado.

Objetivos Generales

De las normas que constituyen el marco jurídico-institucional en que se desenvuelve el proyecto, surgen los objetivos generales a los que se ajusta:

Promover la integración de un sistema nacional de concentración de alimentos perecederos, estructurado sobre la base de mercados regionales.

Promover la transformación de las estructuras de comercialización para reducir los costos y corregir distorsiones en la distribución de bienes.

Proveer el conocimiento de la oferta y la demanda en todo el país, a la formación de precios justos y orientativos para la producción y el consumo, a las necesidades higiénico-sanitarias de los alimentos y el control de calidad y cantidad; estar localizado en forma tal que facilite el transporte y evite el manipuleo innecesario de las mercaderías abaratando el costo de comercialización sin afectar las exigencias urbanísticas.

Disponer de capacidad instalada y nivel de organización adecuados para comercializar el volumen previsible y la variedad de ramos programados, en relación con las necesidades de la población de su zona natural de influencia y de las zonas de producción de alimentos que el mercado reciba.

Instalar un sistema de información y un centro de procesamiento de datos sobre las operaciones que se realicen en el mercado a fin de disponer de ellos para su análisis posibilitando la toma de decisiones necesarias.

Facilitar espacios, instalaciones y playas de venta a los productores, las cooperativas u otras asociaciones formadas por ellos.

Facilitar el acceso a los compradores, en especial a las organizaciones que se incluyen en los regímenes de promoción comercial, quitando trabas al tráfico de los productos hasta el consumidor con la menor intermediación posible y dentro de los márgenes adecuados.

Impedir las maniobras contrarias a la buena fe y lealtad comerciales y la formación de grupos de tendencia monopolista.

Objetivos particulares

En el marco de las enunciaciones aludidas al Mercado debe, además, satisfacer las necesidades de abastecimiento de la Región Metropolitana, sujeto a los objetivos particulares que conforman un conjunto coherente, tal como se señala:

Satisfacer las necesidades del consumo del Area Metropolitana en cantidad, calidad y oportunidad requeridas para su normal abastecimiento.

Disminuir los costos de comercialización.

Satisfacer las necesidades de la producción en lo que hace a la seguridad y oportunidad de colocación de sus productos.

Contribuir a la estabilización de la oferta y la demanda.

Lograr una justa formación de los precios y la transparencia de las transacciones.

Eliminar al máximo los costos provocados por el congestionamiento urbano.

Con el mínimo de inversión liberar zonas densamente pobladas de emplazamientos que destinen su normal desarrollo.

Disminuir los problemas de higiene ambiental y ruido.

Satisfacer las condiciones establecidas por las normas laborales.

Los estudios y la investigación

La Corporación, en relación directa con sus objetivos, trabaja desde su creación, en aquellas investigaciones básicas para la definición del proyecto de producir un cambio sustancial en el sistema de comercialización de abastecimiento del Area Metropolitana. Para ello cuenta con sus equipos

técnicos propios y colaboradores especializados.

Es oportuno subrayar que sistemáticamente se deja de lado toda idea de implantar en la realidad argentina los sistemas de comercialización aplicados en otros países, sin antes conocer en profundidad las posibilidades de su adaptación. Las experiencias extranjeras son tenidas en cuenta como valiosos precedentes, pero por sus particularidades, se advierte que Buenos Aires necesita de un sistema propio, que además de satisfacer las necesidades de sus habitantes contemple las de las zonas productoras que tienen en el Area Metropolitana su principal mercado consumidor.

Apoiada en estas consideraciones, la Corporación lleva a cabo investigaciones, desde 1969, tales como Censos, encuestas y entrevistas a mayoristas, administradores, minoristas, supermercados, transportistas, restaurantes, hospitales unidades de las Fuerzas Armadas; evaluaciones de consumo en la zona de influencia, de mayoristas, minoristas, de productos específicos, además de análisis teórico-prácticos. Estudia asimismo los contratos de alquileres comerciales y traza hipótesis de operativa comercial y administrativa. También realiza los niveles compradores y examina la evolución de los circuitos de comercialización en diversos países del mundo. Formula consideraciones sobre los costos de abastecimiento y de distribución.

Estudia la zona de influencia de los mercados actuales y determina las consecuencias para el Mercado Central. Esboza el programa de dimensionamiento, consideró el papel de las vías férreas y las capacidades de la infraestructura. Por último, plantea el Plan Director y funcionamiento de los diferentes tipos de pabellones, además de examinar el problema de tránsito mecánico y peatonal en el Mercado

Esta enunciación no hace sino mencionar en forma sucinta algunos de los muchos trabajos que lleva a cabo y de los que dan cuenta las distintas publicaciones de ese organismo.

MEDIDAS DE GOBIERNO



Las soluciones planteadas para superar las deficiencias de la comercialización de alimentos reciben un impulso concreto tanto en el *Plan Trienal para la Reconstrucción Nacional* como a través de Decretos del Poder Ejecutivo, de Resoluciones de la Secretaría de Estado de Comercio y de las Actas de concertación del Plan Trienal con las Provincias y la Capital Federal.

Acorde con los estudios realizados, y con el propósito de que "la creciente producción de artículos de consumo llegue regularmente y a precios razonables a sus destinatarios, el Gobierno del Pueblo ha encarado un conjunto de medidas que van desde el control de precios y eliminación de la intermediación excesiva a la constitución de organismos nacionales de abastecimientos como CIFEN—Comercial Industrial y Financiera, Empresa Nacional— cuya acción directa regula los mercados e impide la especulación. Esto será complementado con la construcción de nuevos mercados de concentración que, además de facilitar el contacto comercial directo entre productores y compradores, ofrezcan las condiciones tecnológicas y sanitarias que cada tipo de producto requiere".

En el *Plan Trienal*, se señala que, además, deben ser reorientadas las pautas de consumo atendiendo a las necesidades de los mercados externos por un lado, y por otro al ritmo de la redistribución del ingreso nacional.

Merece destacarse, asimismo, que en el capítulo "Proyectos provinciales prioritarios, clasificados por provincia, sector de actividad y tipo de financiamiento requerido" de dicho documento oficial, figura con carácter prioritario la Corporación del Mercado Central de Buenos Aires; y, en las secciones dedicadas a las provincias, se enumeran diversos mercados regionales capaces de contribuir a la integración de la red nacional.

Pero, a lo mencionado, deben sumarse las medidas de política económica que el Gobierno Nacional toma en procura de sus objetivos, tales como el decreto 187/73, por el que se declaran intervenidos los mercados de concentración de Saldías, Abasto Proveedor, Ciudad de Buenos Aires, Demarchi, Liniers y Vélez Sársfield, con la finalidad de incorporarlos al servicio público y asegurar un adecuado sistema de comercialización, una distribución justa, y a precios que se conformen al poder adquisitivo de los salarios tutelando también, el derecho legítimo de los productores.

El Ministerio de Economía, por intermedio de su Secretaría de Estado de Comercio dicta en julio de 1974 la resolución 9935, por la que —con miras a la integración de una Red de Mercados de Interés Nacional— diferencia aquellos que aseguran el abastecimiento de la población frente a los que concentran la oferta de los productores, y por otra parte tiende a integrar un mercado nacional que reuna la totalidad de la oferta y la demanda en condiciones de máxima transparencia de las operaciones. Recoge, asimismo, las aspiraciones provinciales al afirmar que la localización de los mercados "exige el ejercicio descentralizado de la responsabilidad siendo imprescindible solicitar la colaboración de los Gobiernos Provinciales para la concreción de este proyecto", y finaliza con la reafirmación de la política trazada al señalar que dichos objetivos son seguidos por un órgano de ejecución como la Dirección Nacional de Mercados de Interés Nacional de la Secretaría de Comercio.

La lista de mercados de concentración y producción

así como las disposiciones contenidas en sus artículos puede consultarse en el Anexo de Legislación.

Es preciso también hacer referencia al Decreto 287/74 por la importancia de sus considerandos y porque, en particular concurre en apoyo de la Corporación del Mercado Central de Buenos Aires, a fin de solucionar sus problemas de financiamiento y permitir que se asegure su construcción.

No debe dejar de aludirse a la "Primer Acta de Concertación del Plan Trienal para la Reconstrucción y la Liberación Nacional" firmada tanto con la Provincia de Buenos Aires como con el Municipio de la Capital Federal. En la primera de ellas dentro de las "Resoluciones Sectoriales" se afirma que el Mercado Central es fundamental para la puesta en funcionamiento de la Red de Mercados de Interés Nacional. Se asigna prioridad 1 y "debe habilitarse dentro del período del Plan Trienal". Entre otras cosas se establece que las partes deberán realizar los aportes necesarios en la medida que los contratos obliguen a las erogaciones.

También, en los "Objetivos Sectoriales" se indica la necesidad de "asegurar la comercialización de la producción regional para lograr un desarrollo progresivo de la economía en función social, garantizando una mejor forma de distribución de los excedentes económicos entre los sectores intervinientes en el proceso de la producción, tendiente a eliminar la intermediación innecesaria y las prácticas monopólicas".

Por su parte, en el Acta firmada con la Municipalidad de la Capital Federal, entre los "Objetivos de la transformación socio-económica" se señala la "adopción de un conjunto de medidas tales como organización del abastecimiento, y un desenvolvimiento apropiado del mercado, que impida la especulación mediante la creación de nuevos centros de concentración de productos que faciliten el acceso directo del productor...".

Entre las "Resoluciones Sectoriales" se señala la necesidad del abastecimiento urbano, el reacondicionamiento (instalación) de mercados de ferias, y se conviene en que tiene carácter prioritario, en especial con relación a la salubridad, estética edilicia y defensa de los precios al consumidor. Se ratifica, por lo demás, lo convenido entre la Pcia. de Buenos Aires, la Secretaría de Comercio y la Municipalidad de la Capital referido a la importancia de la Corporación del Mercado Central de Buenos Aires y se comprometen a gestionar ante sus gobiernos la delegación en el Gobierno Nacional de la facultad de autorizar llamados a licitación, contratación de obras, provisión de equipos y el adelanto de fondos.

Lo hasta aquí enunciado induce a señalar, sin duda, que se ha dado un impulso significativo a la concreción de soluciones para los problemas que afectan la comercialización de alimentos en la Capital y el resto del país.

ANEXO DE LEGISLACION

Mercados de interés nacional

DECRETO LEY 19227/71

I — Fomento de la creación de mercados de concentración de alimentos perecederos.

Art. 1º — *El Poder Ejecutivo podrá declarar de interés nacional los mercados de concentración de alimentos perecederos, cuando tengan participación relevante en el comercio interjurisdiccional y respondan al cumplimiento de los siguientes objetivos y/o funciones:*

a) Proveer al conocimiento de la oferta y la demanda en todo el país, a la formación de precios justos y orientativos para la producción y el consumo, a las necesidades higiénico-sanitarias de los alimentos y al control de calidad y cantidad;

b) Estar localizados, en forma tal, que faciliten el transporte y eviten el manipuleo innecesario de las mercaderías, abaratando el costo de la comercialización, sin afectar las exigencias urbanísticas;

c) Disponer de capacidad instalada y nivel de organización adecuados para comercializar el volumen previsible y la variedad de ramos programados, en relación con las necesidades de la población de su zona natural de influencia y/o de las zonas de producción de alimentos que el mercado reciba;

d) Facilitar espacios, instalaciones y playas de venta a los productores, las cooperativas u otras asociaciones formadas por ellos;

e) Facilitar el acceso de los compradores, especialmente a las organizaciones que se incluyan en los regímenes de promoción comercial, buscando facilitar el tráfico de los productos hasta el consumidor, con la menor intermediación posible y dentro de márgenes adecuados;

f) Impedir las maniobras contrarias a la buena fe y lealtad comercial, y la formación de grupos de tendencia monopolista.

Art. 2º — *El Poder Ejecutivo promoverá la formación de una red de mercados de interés nacional, conforme al programa que el órgano de aplicación establezca, y podrá autorizar la construcción de mercados nuevos, o la remodelación y habilitación de mercados en funcionamiento, cuando sean solicitados por alguna de las personas que enumera el art. 3º presentando un proyecto adecuado, de conformidad con los enunciados del art. 1º y teniendo en cuenta:*

a) *La localización del mercado;*

b) *El estudio de factibilidad técnica, económica y financiera, esquemas de organización y funcionamiento, y los reglamentos internos ajustados a las respectivas exigencias reglamentarias, para los proyectos de mercados nuevos, y el estudio de la eficiencia de los ya existentes en relación a los objetivos y funciones especificados en el art. 1º.*

Art. 3º — *Los mercados de interés nacional son un servicio público cuya gestión podrá ser concebida:*

a) *A una sociedad constituida de conformidad con la ley 17.318 (XXVII-B, 1480)*

b) *A un ente público;*

c) *Cuando las circunstancias particulares del caso así lo aconsejen a, una cooperativa, asociación civil o sociedad comercial, siempre que en la formación del capital o patrimonio y en la dirección, los productores o sus cooperativas o asociaciones tengan una participación adecuada a las necesidades de la comercialización de los productos de que se trate y de la comunidad a cuyo servicio está destinada la concentración.*

Cuando la sociedad comercial se constituya bajo la forma de anónima o de comandita por acciones, las acciones serán nominativas.

Art. 4º — *El Poder Ejecutivo determinará las zonas donde corresponda promover la implantación de mercados de interés nacional con respecto a las cuales podrá prohibir por un plazo no mayor de 4 años la instalación, remodelación o traslado de mercados mayoristas de alimentos perecederos que no se ajusten a los requisitos previstos en esta ley para los mercados de interés nacional. En caso de imponerse la prohibición, se deberán especificar los ramos comprendidos en ella.*

Art. 5º — *El concesionario de un mercado de interés nacional,*

autorizado de conformidad con el art. 2º, podrá solicitar los siguientes beneficios:

a) *Adquisición de tierras del dominio público o privado del Estado, en las que se hubiese aprobado la construcción, según el precio que determine el Tribunal de Tasaciones, y financiado en condiciones de fomento;*

b) *Crédito de fomento de los bancos nacionales.*

c) *Autorización para solicitar créditos afectados a la construcción del mercado en los organismos internacionales de crédito;*

d) *Asistencia técnica por parte de los órganos competentes de la Administración nacional;*

e) *Perímetro de protección, de conformidad con las previsiones de esta ley.*

Art. 6º — *Se declaran de utilidad pública y sujetos a expropiación por el concesionario los inmuebles incluidos en los proyectos aprobados por el Poder Ejecutivo por aplicación del art. 2º.*

Art. 7º — *El Poder Ejecutivo podrá determinar y modificar un perímetro de protección para los mercados autorizados conforme al art. 2º, fijando en cada caso los límites geográficos, duración y amplitud de la protección con los alcances previstos en los dos artículos siguientes. A tales efectos procederá con el criterio técnico más adecuado a una eficiente distribución y con miras a propender al libre juego de la oferta y demanda, y al acortamiento de los circuitos de comercialización. La duración de la protección se fijará en un plazo máximo de 20 años, a contar de la habilitación del mercado, prorrogable por período de 10 años o menores.*

Art. 8º — *Dentro del perímetro a que se refiere el artículo anterior, el Poder Ejecutivo podrá disponer:*

a) *La prohibición para la construcción, remodelación o traslado de otros mercados mayoristas que comercialicen uno o más de los ramos en que opera el mercado de interés nacional;*

b) *La prohibición para el funcionamiento de otros mercados mayoristas que comercialicen uno o más de los ramos en que opere el mercado de interés nacional;*

c) *La prohibición fuera del ámbito del mercado de toda compraventa mayorista o actividades accesorias sobre productos que comercialice el mercado;*

d) La obligación de los minoristas de proveerse en el mercado, salvo las compras que efectúen a los productores de mercaderías producidas dentro del perímetro de protección.

Art. 9º — La prohibición a que se refiere el inc. a) del artículo precedente, podrá entrar en vigencia desde el otorgamiento de la concesión a que se refiere el art. 2º. Las enumeradas en los incs. b), c) y d) desde la puesta en funcionamiento del mercado protegido, y solamente después que el concesionario haya enunciado esa fecha mediante la utilización de medios publicitarios suficientes, explicando los efectos de las mismas, y la haya comunicado al Poder Ejecutivo, a la provincia y a la municipalidad que tengan jurisdicción sobre el mercado.

Art. 10º — A la entrada en vigencia de la medida que faculta al inc. b) del art. 8º, las municipalidades que tengan jurisdicción sobre el perímetro de protección podrán expropiar los inmuebles que ocuparan los mercados mayoristas de propiedad privada cuyo funcionamiento cese, así como sus adyacencias, en la medida en que estén comprendidos en planes de remodelación urbana.

II — Régimen de administración y control

Art. 11 — El cesionario del mercado de interés nacional deberá, en todos los casos, someter el reglamento interno del mercado a la aprobación de la autoridad de aplicación, ajustado a las normas de la presente ley y las reglamentarias. En los casos previstos en el inc. c) del artículo 3º quienes soliciten la concesión deberán someter en consulta su estatuto, o un proyecto de estatuto, a la autoridad de aplicación.

Art. 12º — Son obligaciones del cesionario:

a) Inscribirse en los registros que llevará la autoridad de aplicación y suministrar a esta las informaciones que le requiera a los fines de la aplicación de la presente ley;

b) Someterse al control de auditoría administrativa y contable que las reglamentaciones establezcan;

c) Adjudicar los puestos del mercado por tiempo determinado y por concurso, ateniendo a los antecedentes, a las especies y a los volúmenes de productos que previsiblemente comercializaran los postulantes;

d) Tener plazas de venta libre al acceso de los productores, las cooperativas o asociaciones formadas por estos, con las dimensiones

mínimas y las reglas de funcionamiento que la reglamentación establezca;

e) Llevar registros de las personas que operen en ellos;

f) Recibir, compilar, conservar, publicar y/o comunicar a la autoridad de aplicación las informaciones que deban suministrar los vendedores.

g) Facilitar la actuación de las personas que operen en los mercados y el control que disponga la autoridad de aplicación de esta ley;

h) Actuar como agente del Poder Ejecutivo en la aplicación de esta ley y sus reglamentaciones.

Art. 13º — Cada concesionario deberá constituir un consejo del mercado, que estará compuesto por:

a) Representantes oficiales, de conformidad con la reglamentación que se dicte, debiendo preverse obligatoriamente la representación de la municipalidad con jurisdicción sobre el asiento del mercado;

b) Representantes de los productores y de los demás usuarios del mercado —vendedores y compradores—, designados por las cooperativas o asociaciones más representativas de los mismos.

El consejo del mercado deberá dictaminar sobre las cuestiones que el concesionario someta a su consideración, o expresar su opinión por iniciativa propia en la forma y plazo que la reglamentación establezca.

La función del miembro del consejo será honoraria

Art. 14º — Las personas que operen en los mercados en calidad de vendedores o de compradores deberán inscribirse en los registros que que llevará el concesionario, con expresión de la categoría de usuario de que se trate.

Art. 15º — Serán admitidos como usuarios del mercado, en calidad de vendedores, de conformidad con esta ley:

a) Los productores, sus cooperativas y asociaciones, por sí, o a través de mandatarios debidamente autorizados;

b) Los entes de colonización agraria o cualquier otro ente u órgano público legalmente competente para vender productos que se comercialicen en el mercado;

c) Los importadores en cuanto comercialicen mercadería importada.

Art. 16º – *Serán admitidos como usuarios del mercado, en calidad de compradores, de conformidad con esta ley:*

a) Los comerciantes minoristas y sus organizaciones o asociaciones;

b) Las cooperativas de consumo;

c) Las proveedurías gremiales u oficiales;

d) Los hospitales, hoteles, restaurantes, unidades de las Fuerzas Armadas y de Seguridad asociaciones cooperadoras y demás entidades cuyo consumo justifique la compra al por mayor.

e) Los industriales que transformen o envasen los productos que se comercialicen en el mercado dentro de los límites de las normas reglamentarias;

f) Los fleteros comisionistas

g) Los exportadores;

h) Los comerciantes mayoristas, dentro de los límites de las normas reglamentarias.

Art. 17º – *Las personas inscriptas para operar en calidad de vendedores se ajustarán a las siguientes prescripciones:*

a) Documentar las operaciones que realicen.

b) Suministrar al concesionario del mercado y/o a la autoridad competente información sobre la entrada y salida de productos, las transacciones que se efectúen, los precios, las mermas y sobrantes

c) En todos los casos, facilitar el control que disponga la autoridad administrativa y cumplir con las reglas impuestas por la autoridad de aplicación o la administración del mercado.

Art. 18º – *El Poder Ejecutivo determinará los ramos en que, como mínimo, deberán operar todos los mercados o cada uno de ellos en particular. A propuesta del concesionario, previo informe del consejo del mercado, podrá además establecer la lista de las especies en que deberá operar el mercado, dentro de los ramos fijados, y autorizar la comercialización de otros no comprendidos en el art. 1º.*

Art. 19º – *Previo informe del concesionario y del consejo del mercado, el Poder Ejecutivo podrá establecer los sistemas de ventas que se practicarán o podrán practicarse en los mercados, atendiendo a las características de estos y en particular las de las zonas servidas por los mismos.*

Art. 20º — *El Poder Ejecutivo formulará un reglamento interno tipo para los mercados de interés nacional, al que estos deberán atenerse al sancionar los suyos; estos reglamentos deberán establecer:*

a) Horarios en que se realizarán los distintos trabajos en el mercado.

b) Cantidad mínima comercializable para cada categoría de producto.

c) Modalidades de aplicación de los sistemas de ventas autorizados o implantados obligatoriamente.

d) Condiciones que deberán reunir los usuarios vendedores y procedimiento del concurso para la adjudicación de los puestos y otras instalaciones.

e) Condiciones de acceso de los usuarios al recinto del mercado.

f) Obligaciones de las diversas categorías de usuarios.

g) Determinación de los cánones para las diferentes categorías de usuarios, y tasas o tarifas de los diversos servicios.

h) Modalidades de las cauciones o garantías.

i) Servicios auxiliares del mercado.

j) Control de las instalaciones.

k) Reglamento de tránsito interno del mercado.

l) Régimen y facultades del consejo asesor.

m) Todo otro tema que resulte de interés para el mercado dentro de las pautas señaladas en el art. 1º.

Art. 21º — *El Poder Ejecutivo instituirá un sistema de caja y liquidación de operaciones en los mercados, que deberá proporcionar los datos que se establezcan al sistema de informaciones. Cuando las circunstancias particulares del caso así lo requieran, podrán intervenir bancos u otras entidades financieras regladas por la ley 18.061 (XXIX-A, 86).*

III — Sistema de informaciones

Art. 22º — *El Poder Ejecutivo reglará el sistema de informaciones que resulte adecuado, conforme lo determine la reglamentación, para lograr los siguientes objetivos:*

a) Que en cada mercado exista la información pública sobre

productos entrados, trasacciones efectuadas en los días anteriores, precios y todo otro dato que contribuya a su transparencia.

b) Que la información de cada mercado se transmita a una central que funcionará en el órgano de aplicación. Dicha central elaborará las estadísticas y proporcionará los datos suficientes, para orientar las actividades productivas y la formación de los precios y para permitir una eficiente distribución del abastecimiento en el país, la realización de operaciones entre distintos mercados, sin presencia de la mercadería en el mercado comprador.

Art. 23º – *Para el correcto funcionamiento del sistema de informaciones, el Poder Ejecutivo instituirá un régimen de tipificación de productos y normalización de envases. Podrá además establecer regímenes de guías de productos, y obligar a los mercados y a sus usuarios a suministrar la información necesaria, imponiendo en los casos de omisión o falsedad, las penas que la presente ley establezca.*

IV – Incorporación de otros mercados al régimen del servicio público.

Art. 24º – *El Poder Ejecutivo podrá extender todas o algunas de las obligaciones y requisitos que establecen los títulos II y III de esta ley a otros mercados de concentración de alimentos perecederos que no sean declarados de interés nacional, cuando lo justifique su gravitación en el comercio interjurisdiccional, comprendiendo también a los comerciantes que operen en sus inmediaciones, teniendo en cuenta para ello:*

a) El volúmen de productos comercializados que provengan de una jurisdicción distinta de aquella en que se consumen.

b) La influencia de las transacciones que en ellos se practiquen, en la formación de los precios en el orden nacional o regional.

c) Importancia de los comerciantes que operen en las inmediaciones.

En tal caso, el acto administrativo que así lo disponga, incorporará el mercado de que se trate al régimen de servicio público y designará al concesionario.

Art. 25º – *Se declaran de utilidad pública y sujetos a expropiación los mercados que se incluyen en las previsiones del artículo anterior.*

La reglamentación establecerá los extremos que se tendrán en

cuenta para disponer la expropiación, cuando por razones legales o de oportunidad no resulte procedente designar concesionario a titular preexistente, atendiendo para ello a los enunciados del art. 1º. En casos de disponerse esa medida el Poder Ejecutivo designará concesionario a alguna de las personas enumeradas en el art. 3º, la que actuará como sujeto expropiante. Cuando la expropiación actúe como consecuencia de un permiso, o cualquier otro acto jurídicamente revocable, la decisión de expropiar implicará la revocación del permiso u otro título. En tales casos, el permiso o acto revocado no se considerará bien indemnizable, pero podrán serlo los inmuebles y cosas muebles afectados al servicio de propiedad del expropiado.

Art. 26º – *El Poder Ejecutivo podrá declarar incorporados al servicio a los mercados administrativos que operen sin presencia de la mercadería mientras la zona en que operen no sea servida por un mercado de interés nacional. En tales casos, podrá imponer la concentración obligatoria de las transacciones en dichos mercados transitoriamente, siempre que se encuentren reunidos los siguientes extremos:*

a) Que los productos objeto de las transacciones se encuentren eficientemente tipificados.

b) Que los productores, sus cooperativas o asociaciones, tengan en la dirección del mercado una representación suficiente.

c) Que la administración del mercado, garantice las operaciones que en él se realicen, y la corrección de las subastas públicas u otros sistemas de venta que la autoridad de aplicación autorice.

d) Que, mediante informe fundado, la autoridad de aplicación entienda que el funcionamiento del mercado resulta conveniente para promover las exportaciones y la colocación de los productos en el mercado interno.

V – Sanciones disciplinarias

Art. 27º – *Los usuarios de un mercado de interés nacional que incurrieren en violación de las normas legales o reglamentarias, podrán ser sancionados mediante:*

a) Llamado de atención

b) Apercibimiento.

c) Suspensión en carácter de usuarios de hasta 90 días.

d) Revocación del carácter de usuario.

Estas sanciones serán impuestas por el concesionario, con el procedimiento que la reglamentación establezca, previo sumario en el que se garantizará la libertad de defensa y atendiendo a la gravedad de la falta y los antecedentes del autor.

En el caso de los incs. c) y d), la sanción será recurrible ante la autoridad de aplicación en el tiempo y forma que la reglamentación establezca.

Art. 28º – *El concesionario de un mercado de interés nacional que incurriere en violación de las normas legales o reglamentarias, podrá ser sancionado mediante:*

a) Llamado de atención.

b) Apercibimiento.

c) Multa desde \$ 100 a \$ 1.000.000 considerando el volúmen de las operaciones de mercado.

d) Revocación de la concesión.

Estas sanciones serán impuestas por la autoridad de aplicación, con el procedimiento que la reglamentación establezca, previo sumario en el que se garantizará la libertad de defensa y atendiendo a la gravedad de la falta y los antecedentes del imputado.

En el caso del inc. d) el Poder Ejecutivo podrá intervenir la administración del mercado a fin de asegurar la continuidad del servicio.

Art. 29º – *Contra las sanciones impuestas por la autoridad de aplicación en virtud de lo dispuesto por los incs. c) y d) de los arts. 27 y 28, podrá interponerse recurso de apelación con expresión de agravios ante la Cámara Nacional en lo Penal Económico o ante la Cámara Federal con jurisdicción en el asiento del mercado, dentro de los 5 días hábiles de notificadas.*

VI – Penalidades

Art. 30º – *El que violare las prohibiciones impuestas por aplicación de los arts. 4º y 8º será sancionado con la clausura del local y el decomiso de las mercaderías, con la sanción accesoria de inhabilitación para ejercer el comercio de hasta 2 años.*

Art. 31º — *Las sanciones a que se refiere el artículo anterior serán impuestas por la autoridad de aplicación a las personas jurídicas o de existencia visible, que resultaren responsables, por la autoridad de aplicación, mediante el procedimiento que la reglamentación establezca, previo sumario y garantizando la libertad de defensa. Las resoluciones que impongan sanciones serán recurribles en la forma prevista por el art. 29.*

Las mercaderías decomisadas serán vendidas inmediatamente, de permitirlo su estado, por el procedimiento que la reglamentación establezca. La decisión de alzada, en caso de revocar la pena de decomiso, estableciera una indemnización equivalente al daño emergente y al lucro cesante.

VII — Disposiciones generales y complementarias

Art. 32º — *El Poder Ejecutivo instituirá un consejo asesor de alcance nacional, que actuará como órgano de consulta de la autoridad de aplicación, en el que participarán representantes de los órganos de Administración Pública, entes públicos y empresas del Estado, que tengan vinculación con el desarrollo del programa de mercados trazados por esta ley, y de las organizaciones más representativas de la producción, el comercio y el consumo de los ramos en que operaran aquéllos.*

Art. 33º — *A los efectos de esta ley la reglamentación tendrá en cuenta las pautas siguientes:*

a) Serán considerados productores quienes comercialicen solamente los productos de sus propios establecimientos; y cooperativas o asociaciones de productores las que comercialicen exclusivamente los productos de los productores asociados.

b) Los productores y las cooperativas o asociaciones de productores, cualquiera sea su forma jurídica, tendrán prioridad para el otorgamiento de puestos de ventas en los mercados, siempre que garanticen la continuidad de la oferta, y los volúmenes mínimos de venta requeridos para cada caso, también serán considerados prioritariamente, respecto de otros sectores privados, en la formación y dirección de sociedades concesionarias de mercados.

c) En los órganos consultivos, las organizaciones de productores tendrán asegurada una conveniente representación, considerándolas el sector privado de mayor gravitación.

d) *Deberán facilitarse los agrupamientos de cooperativas y asociaciones de productores, que les permitan mantener la continuidad de la oferta en los mercados; y los agrupamientos de minoristas que les permitan efectuar sus compras en los volúmenes y con los sistemas comerciales que resulten más convenientes para sus propias explotaciones, para la organización de las operaciones en los mercados y para disminuir los costos de intermediación.*

e) *La autoridad de aplicación deberá emitir las instrucciones necesarias para asegurar en los mercados, la práctica de sistemas de venta que eliminen la intermediación innecesaria y protejan la remuneración de los productores y el poder adquisitivo de los consumidores*

f) *En caso de existir mercados de cooperativas o asociaciones de productores, conformadas al inc. a) de estas pautas, que tengan actualmente la administración de mercados, y la actuación de estos resultare incompatible con el programa de mercados de interés nacional que elaborará el órgano de aplicación, se le otorgará prioridad para la formación de una sociedad concesionaria conforme a las previsiones de la presente ley, siempre que su actuación anterior y representatividad así lo justifique.*

Art. 34^o — *Declárase de interés nacional al Mercado Central de Buenos Aires, cuyo concesionario es la Corporación del Mercado Central de Buenos Aires, el que quedará sometido a las prescripciones de la presente ley en todo aquello que no se encuentre normado por el Convenio y Estatuto ratificados por la ley 17.422 (XXVII-B, 1716).*

El perímetro de protección tendrá los trámites y amplitud que determinen la Nación, la provincia de Buenos Aires y la Municipalidad de la ciudad de Buenos Aires, mediante un convenio administrativo conforme al procedimiento reglado por el art. 8^o del Convenio, siguiendo las pautas establecidas por el art. 8^o de la presente ley.

Para el caso téngase por cumplidos los requisitos del art. 2^o. Los controles administrativos, la localización del mercado y el régimen de transferencia de tierras públicas y privadas serán los previstos por el Convenio y el Estatuto de la Corporación del Mercado Central de Buenos Aires.

Art. 35^o — *El Poder Ejecutivo designará la autoridad de aplicación de la presente ley, pudiendo delegar en ella las funciones que le atribuye y encomendar a los gobiernos provinciales, determinados aspectos de la ejecución.*

Art. 36^o — *Comuníquese, etc.*

Corporación del Mercado Central de Buenos Aires.

Decreto — Ley 17.422/67

Art. 1º — *Ratificase el convenio firmado por los señores ministros del Interior y de Economía y Trabajo con el señor Gobernador de la provincia de Buenos Aires y el señor Intendente municipal de la ciudad de Buenos Aires por el que se crea la Corporación del Mercado Central de Buenos Aires y el Estatuto anexo al mismo que regla su funcionamiento.*

Art. 2º — *Derógase el dec-ley 3287 de fecha 2 de mayo de 1963 (XXIII-B, 801), con excepción del artículo 18 del mismo.*

Art. 3º — *Comuníquese, etc.*

Sanción y promulgación: 5 setiembre 1967.

Convenio

En Buenos Aires, a los 10 días del mes de agosto del año 1967, los señores ministros del Interior, doctor Guillermo A. Borda y de Economía y Trabajo, doctor Adalbert Krieger Basena con la representación que les confiere el dec. 5692/67, del Poder Ejecutivo nacional, suscriben con el señor Gobernador de la provincia de Buenos Aires, General de Brigada (R.E.) Francisco A. Imaz y el Intendente Municipal de la ciudad de Buenos Aires, Coronel (R.E.) Eugenio Schettini, en presencia del escribano mayor de Gobierno de la Nación, el siguiente convenio de creación de la Corporación del Mercado Central de Buenos Aires y el Estatuto que regla su organización y funcionamiento

Art. 1º — *Créase la Corporación del Mercado Central de Buenos Aires que funcionará como entidad pública interestadual, con capacidad de derecho público y privado.*

El mercado se establecerá y funcionará en territorio de la provincia de Buenos Aires, sin que ello importe alterar la jurisdicción de la Provincia en lo que sea ajeno a las funciones y fines propios de la Corporación.

Art. 2º — *La Corporación tendrá su domicilio legal en el lugar de instalación del Mercado; transitoriamente, mientras éste no se habilite, su domicilio estará en la ciudad de Buenos Aires.*

Art. 3º — *La Corporación tendrá por objeto proyectar, construir y administrar un mercado central destinado a la concentración de frutos y productos alimenticios provenientes del país y del extranjero y la conservación, empaque, almacenamiento y tipificación de los mismos para su comercialización y distribución al consumo interno, así como para su exportación. También podrá promover y fomentar la creación de un centro anexo de industrialización de dichos productos.*

Art. 4º — *La Corporación será dirigida y administrada por un Directorio rentado que integrarán en igual número, representantes del Gobierno de la Nación, de la provincia de Buenos Aires y de la Municipalidad de la ciudad de Buenos Aires. Podrá tener representación en el Directorio el sector privado de productores, comerciantes y consumidores, en la forma y oportunidad que establezcan las partes integrantes de la Corporación. La representación de estos últimos no podrá exceder de un tercio del total de los miembros integrantes del Directorio.*

Art. 5º — *El capital inicial de la Corporación estará constituido por un fondo de hasta m\$ⁿ 1.500.000.000 divisible en cuotas que por partes iguales integrarán la Nación, la provincia de Buenos Aires y la Municipalidad de la ciudad de Buenos Aires. En caso de resultar necesario efectuar aportes suplementarios, se requerirá la conformidad de las partes. Dicho fondo podrá también integrarse con el aporte del sector privado, en la forma, oportunidad, y condiciones que se establezcan por aquellas, pero en ningún caso podrá exceder del treinta y tres por ciento del capital de la Corporación. Las entregas de fondos con imputación al capital inicial serán solicitadas por el Directorio a las partes integrantes de la Corporación.*

Art. 6º — *La corporación y todos sus bienes, actos y contratos, estarán exentos de todo impuesto, tasa, contribución de mejoras o derechos, cualquiera fuera su denominación, de orden nacional, provincial y municipal.*

Art. 7º — La Corporación ejercerá dentro del Mercado todas las funciones inherentes al cumplimiento de sus fines, incluso las que competen al poder de policía, de abastecimiento, sanitario y bromatológico, de acuerdo con la legislación vigente en la provincia de Buenos Aires o de la Nación, en los aspectos reservados a la misma, sin perjuicio de los convenios a que puedan llegar los miembros de la Corporación.

Art. 8º — La Nación, la provincia de Buenos Aires y la Municipalidad de la ciudad de Buenos Aires, mediante convenios administrativos complementarios reglarán en función de lo determinado en el art. 1º, lo concerniente al estatuto, organización, atribuciones y recursos de la Corporación, así como cualquier otro aspecto relacionado con los fines de su institución no contemplado en el presente. A tal efecto, fijase un plazo de 180 días a contar de la ratificación a que se refiere el art. 12 de este convenio.

Art. 9º — En lo relacionado con la aprobación o rechazo de la Memoria y Balance General y en todo lo referente al contralor financiero las partes sancionarán, de común acuerdo y en un plazo no mayor de 180 días a contar de la ratificación del presente, un cuerpo de normas unificadas y procederán a la creación de un organismo especial de aplicación de aquellas. Hasta tanto se sancionen dichas normas y se cree el organismo de aplicación, entenderán los organismos competentes de la Nación, de la provincia de Buenos Aires y de la Municipalidad de la ciudad de Buenos Aires.

Art. 10º — La Nación Argentina, la provincia de Buenos Aires y la Municipalidad de la ciudad de Buenos Aires, responden por las operaciones que realice la Corporación con sujeción a las disposiciones del presente convenio.

Art. 11º — La Corporación hará efectiva la expropiación de los inmuebles declarados de utilidad pública por el art. 18 del dec.-ley 3287 de fecha 2 de mayo de 1963 (XXIII-B, 801), ratificado por la ley 16.478 (XXIV-C, 1986).

Art. 12º — El presente convenio queda sujeto a las correspondientes ratificaciones legales. La ratificación por parte de la Nación implica la derogación del dec.-ley nacional 3287 del 2 de mayo de 1963 con excepción de su art. 18 y la ratificación por parte de la provincia de Buenos Aires, implica la derogación del dec.-ley provincial 5053 del 20 de mayo de 1963.

Art. 13º — *El presente convenio será protocolizado en la Escribanía General del Gobierno de la Nación.*

Estatuto — Objeto

Art. 1º — *La Corporación creada por convenio suscripto el 10 de agosto de 1967 tendrá por objeto proyectar, construir y administrar un mercado central destinado a la concentración de frutos y productos alimenticios provenientes del país y del extranjero y la conservación, empaque, almacenamiento y tipificación de los mismos para su comercialización y distribución al consumo interno, así como para su exportación. También podrá promover y fomentar la creación de un centro anexo de industrialización de dichos productos.*

Dirección y Administración

Art. 2º — *Será dirigida y administrada por un Directorio compuesto por 6 miembros que será integrado, en igual número por representantes del Gobierno de la Nación, de la provincia de Buenos Aires y de la Municipalidad de la ciudad de Buenos Aires. Los directores durarán 4 años en sus mandatos, pudiendo ser reelegidos. Cada parte podrá remover en cualquier época a sus representantes, de acuerdo a sus propias leyes y reglamentaciones.*

Art. 3º — *Los miembros del Directorio al vencer el término para el cual fueron designados, continuarán en el desempeño de sus cargos, con plenas facultades, hasta tanto se designen los reemplazantes. En caso de enfermedad, ausencia, muerte, renuncia o remoción de alguno de los miembros del Directorio, se operará su reemplazo automático por el funcionario que, en la administración respectiva, tenga a su cargo la dirección en materia de abastecimiento, hasta tanto se designe, en su caso, el nuevo reemplazante. El nombramiento del reemplazante del titular se efectuará por el tiempo remanente hasta la terminación del período que correspondía al reemplazante.*

Art. 4º — *No pueden ser miembros del Directorio:*

a) *Los socios o parientes en tercer grado de consanguinidad o afinidad de los Directores en ejercicio;*

b) *Los que se hallen en estado de quiebra o concurso civil o suspensión de pagos o cuya quiebra anterior hubiere sido calificada de culpable o fraudulenta;*

c) Los directores o gerentes de empresas extranjeras;

d) Los directores o gerentes o aquellos que tengan intereses en empresas privadas o que particularmente desarrollen actividades contrarias o en competencia con las que desarrolla la Corporación;

e) Los que por cualquier causa no puedan ejercer el comercio;

f) Los inhabilitados para el desempeño de cargos públicos.

Art. 5º – El Directorio se reunirá en sesión ordinaria, por lo menos una vez por mes. Podrá citarse a reuniones extraordinarias cuando el presidente o 2 de sus miembros lo soliciten. Se requiere la presencia de la mitad más uno de los miembros para poder deliberar y tomar acuerdos, debiendo sus resoluciones adoptarse por mayoría de votos. En caso de empate, el presidente tendrá doble voto.

Art. 6º – Son deberes y facultades del Directorio:

a) Designar entre sus miembros y por término de sus mandatos, al presidente y vicepresidente de la Corporación;

b) Nombrar y remover al gerente general, fijándole sus atribuciones;

c) Nombrar, remover y trasladar al personal;

d) Dictar el régimen de escalafón, estabilidad, incompatibilidades, servicios sociales del personal y el reglamento de disciplina;

e) Dictar los reglamentos internos de administración y funcionamiento del mercado;

f) Fijar las tarifas, tasas arrendamientos, cánones y derechos de concesión, depósitos de garantías y toda retribución o contribución que determine la Corporación;

g) Fijar el régimen de sanciones administrativas a aplicar a las personas físicas o ideales que contravengan las disposiciones dictadas en cumplimiento de los fines de la Corporación;

h) Aplicar las multas y sanciones que se establecen en el régimen de sanciones a que se refiere el inciso precedente;

i) Aprobar anualmente el presupuesto y cuenta de inversión con una anticipación de 30 días a la iniciación del ejercicio;

j) Preparar anualmente la memoria y balance general que elevara a las partes de la Corporación dentro de los 60 días de finalizado el ejercicio;

k) Remitir trimestralmente a cada una de las partes constituyentes

de la Corporación un informe conteniendo la síntesis de las operaciones realizadas en el período correspondiente, cuadro de resultados y estado de ejecución presupuestaria;

l) Decidir sobre todos y cada uno de los puntos que hacen al objeto de la Corporación;

ll) Autorizar al presidente a otorgar y suscribir los contratos y demás actos jurídicos que sean necesarios para el cumplimiento de los fines de la Corporación;

m) Dictar las demás disposiciones y reglamentaciones necesarias para el debido cumplimiento de las finalidades de la Corporación.

Art. 7º — Los miembros del Directorio serán personal y solidariamente responsables por los actos que autoricen fuera de las atribuciones conferidas a aquellas que importen una omisión o violación de sus deberes.

Art. 8º — Son facultades y deberes del presidente:

a) Presidir las reuniones del Directorio, con voz y voto, y convocarlos a sesiones ordinarias y extraordinarias;

b) Ejercer la representación legal de la Corporación y suscribir los contratos y todo acto y documento que sea necesario para el cumplimiento de las resoluciones del Directorio, pudiendo otorgar previa autorización de este, mandatos para representar a la Corporación por apoderados ante las autoridades judiciales y administrativas;

c) Firmar las órdenes de pago;

d) Cumplir y hacer cumplir las resoluciones del Directorio y reglamentos;

e) Ejercer las facultades que sean necesarias a la Dirección y Administración que no hayan sido expresamente conferidas al Directorio, como así también aquellas que están reservadas a este último cuando razones de extrema urgencia así lo exijan, con cargo a dar cuenta a dicho cuerpo, a cuyo efecto deberá citarlo de inmediato.

Art. 9º — El vicepresidente será el reemplazante nato del presidente, en los casos de ausencia, enfermedad, licencia o renuncia, con todas las atribuciones establecidas en el presente Estatuto.

Art. 10º — La remuneración del Directorio será determinada por los miembros integrantes de la Corporación a propuesta de aquel y salvo observación dentro de los 30 días se considerará aceptada.

Atribuciones

Art. 11º — La Corporación tendrá las siguientes atribuciones destinadas al cumplimiento de su objeto y fines:

- a) Adquirir bienes muebles e inmuebles y darlos en arrendamiento;
- b) Transferir bienes muebles a título oneroso y constituir sobre ellos derechos reales, previa autorización del Gobierno nacional, del de la provincia de Buenos Aires y de la Municipalidad de la ciudad de Buenos Aires;
- c) Previa declaración de utilidad pública y autorización legal, expropiar los bienes inmuebles que fueran necesarios para el cumplimiento de sus actividades;
- d) Celebrar convenios con organismos nacionales, internacionales o extranjeros, públicos o privados, y tomar dinero prestado de bancos u otras instituciones públicas nacionales o extranjeras, o de organismos internacionales, previa autorización del Gobierno nacional;
- e) Aceptar donaciones o legados con o sin cargos.

Capital y recursos

Art. 12º — Constituirá el capital de la Corporación:

- a) El fondo inicial de hasta m\$*n* 1.500 millones que por partes iguales integrarán la Nación, La Provincia y la Municipalidad de la ciudad de Buenos Aires;
- b) Las donaciones y legados que acepte;
- c) Los fondos de reserva que cree el organismo con el producido de sus operaciones;
- d) Los bienes muebles o inmuebles que el Estado nacional, la provincia de Buenos Aires, la Municipalidad de la ciudad de Buenos Aires y las provincias y municipios transfieran a la Corporación;
- e) Los bienes muebles o inmuebles que adquiera la Corporación.

Art. 13º — La Corporación tendrá los siguientes recursos:

- a) El producido de los derechos, tasas, tarifas, arrendamientos, cánones, derechos de concesión y toda retribución o contribución que determine la Corporación;



- b) Las donaciones y legados que acepte;*
- c) Los intereses devengados por las operaciones que realice;*
- d) Los fondos por créditos obtenidos en el país, en el extranjero o de organismos internacionales;*
- e) El producto de las multas que aplique.*

Recursos administrativos y contenciosos

Art. 14^o — *Contra las resoluciones que dicte el Directorio, sólo podrá interponerse recurso de revocatoria ante la misma Corporación, el cuál deberá deducirse dentro del término de 5-días hábiles de la notificación respectiva.*

El recurso deberá ser debidamente fundado por escrito y la resolución que recaiga será definitiva, no pudiendo los interesados deducir recurso alguno de carácter administrativo contra la misma.

Art. 15^o — *Contra las resoluciones definitivas del Directorio, en las materias a que se refiere el art. 6^o, inc. h) podrá deducirse recurso contencioso para ante la Cámara Federal de Apelaciones de la ciudad de La Plata.*

Este recurso deberá interponerse en el plazo de 5 días hábiles de notificada la resolución definitiva, debiendo los interesados en el mismo escrito expresar los agravios que tengan contra lo decidido por el Directorio.

El recurso contencioso será concedido al solo efecto devolutivo.

Disposición transitoria

Art. 16^o — *El Directorio de la Corporación proyectará y elevará a las partes para su aprobación el "Régimen de contrataciones y coparticipación impositiva".*

Intervención de mercados

DECRETO Nº 187

BUENOS AIRES, 9 Junio 1973.—

VISTO lo propuesto por el Ministro de Hacienda y Finanzas e interino de Comercio y de Agricultura y Ganadería; y

CONSIDERANDO:

Que es propósito del Gobierno Nacional lograr un adecuado sistema de comercialización de alimentos, que asegure una distribución justa y a precios que se conformen al poder adquisitivo de los usuarios, tutelando a su vez el derecho legítimo de los productores.

Que, como lo ha expresado el Poder Ejecutivo en su mensaje inaugural, "el Estado debe reservarse el derecho de intervenir de una manera directa en el accionar de los mercados de concentración, para asegurar el cumplimiento de sus objetivos", entre los que revisten fundamental importancia una confrontación más amplia de la oferta y la demanda, asegurar una justa retribución a los productores, la simplificación de las intermediaciones, y la participación efectiva del poder público en la determinación del precio y las calidades de los alimentos.

Que es necesario incorporar al servicio público a los mercados mayoristas privados existentes en la Capital Federal que operan en el abastecimiento del Gran Buenos Aires, en virtud de la importancia que reviste su participación en el comercio interjurisdiccional.

Que el artículo 24 de la llamada Ley 19.227 autoriza al Poder Ejecutivo a declarar a tales mercados incorporados al régimen de servicio público, y a designar sus concesionarios.

Que, hasta tanto se instrumente la relación entre concedente y concesionario, según lo dispuesto por el artículo 25 de la norma antes citada, corresponde disponer la intervención en la administración de los mercados, para asegurar la continuidad del servicio público, con sujeción a las pautas sobre las que se estructurará el régimen de concesión.

Que las facultades de la intervención deberán ser las legalmente establecidas para los concesionarios de los mercados incorporados al servicio de mercados de interés nacional.

Que en virtud de lo dispuesto por el convenio interestadual de creación de la Corporación del Mercado Central de Buenos Aires dicho Ente es el encargado de ordenar los abastecimientos del Area Metropolitana, evitando los perjuicios derivados de la existencia de múltiples jurisdicciones en la misma, por lo que es conveniente asignar-le las funciones que resulten necesarias para el logro de los propósitos que inspiran el presente decreto.

Por ello,

**EL PRESIDENTE DE LA NACION ARGENTINA
DECRETA:**

ARTICULO 1º – *Decláranse incorporados al servicio público conforme a lo dispuesto por el artículo 24 del régimen legal de los mercados de interés nacional (llamado Ley 19.227), a los siguientes mercados.*

- a) Abasto Proveedor;*
- b) Saldías;*
- c) Ciudad de Buenos Aires;*
- d) Demarchi;*
- e) Liniers;*
- f) Vélez Sarsfield*

Art. 2º – *Interviniere los mercados a que se refiere el artículo 1º, a los efectos de asegurar la continuidad del servicio.*

Art. 3º – *La Subsecretaría de Comercio Interior procederá a:*

a) designar interventores en los mercados, que ejercerán las funciones que el régimen legal atribuya a los concesionarios, en cuanto resulten aplicables;

b) elaborar en un plazo de SESENTA (60) días un régimen de concesión y a designar concesionario o concesionarios, según se considere conveniente.

Art. 4º — La Subsecretaría de Comercio Interior será el órgano de aplicación del régimen legal de los mercados de interés nacional y ejercerá las funciones atribuidas al ex-Ministerio de Industria, Comercio y Minería, por el Decreto Nro. 3872/71.

Art. 5º — La Corporación del Mercado Central de Buenos Aires dictará las instrucciones que resulten necesarias para el cumplimiento de las finalidades del presente decreto, las que serán de cumplimiento obligatorio para los interventores y concesionarios de los mercados a que se refiere el artículo 1º.

Art. 6º — El presente decreto será refrendado por el Señor Ministro Secretario de Estado en el Departamento de Hacienda y Finanzas interinamente a cargo del Ministerio de Comercio y de Agricultura y Ganadería.

Art. 7º — Comuníquese, publíquese, dese a la DIRECCION NACIONAL DEL REGISTRO OFICIAL y archívese.

RESOLUCION

de la Secretaría de Estado de Comercio

RESOLUCION N° 9935

BUENOS AIRES, 18 Julio 1974

VISTO el Decreto Ley N° 19.227/71 y los Decretos Nros. 3872/71, 1087/73 y 929/73, y

CONSIDERANDO:

Que a la Secretaría de Estado de Comercio, como órgano de aplicación del Decreto Ley 19.227/71 le compete elaborar un programa de Mercados de Interés Nacional determinado la localización en que han de habilitarse,

Que los estudios realizados para la integración de una Red de Mercados de Interés Nacional aconsejan diferenciar aquellos cuyos objetivos sean asegurar el abastecimiento de una población frente a la de otros cuya finalidad es la de concentrar la oferta de los productores.

Que si bien ambos mercados pueden tener localización diferente un eficiente sistema de comunicación permite integrar un mercado nacional que reúna la totalidad de la oferta y la demanda en condiciones de máxima transparencia de las operaciones.

Que la concreción del presente proyecto requiere su integración gradual siendo imperativo la definición de su primera etapa.

Que dicha integración gradual aconseja circunscribirse en esta etapa a los mercados más significativos y a los productos frutihortícolas de mayor consumo.

Que la localización de los mercados exige el ejercicio descentralizado de la responsabilidad siendo imprescindible solicitar la colaboración de los Gobiernos Provinciales para la concreción de este proyecto.

Que dicha colaboración representa asimismo una aspiración provincial expresada en repetidas reuniones del Consejo Nacional de Comercio y en las actas de concertación celebradas para la implementación regional del Plan Trienal.

Que, el Plan Trienal para la Reconstrucción y la Liberación Nacional indica como instrumento específico la constitución de una organización de mercados mayoristas, basada en la "construcción de nuevos mercados de concentración que, además de facilitar el contacto comercial directo entre productores y compradores, ofrezcan las condiciones tecnológicas y sanitarias que cada tipo de producto requiere". Esta política ha sido dotada de un órgano de ejecución, mediante la institución de la Dirección Nacional de Mercados de Interés Nacional en esta Secretaría de Estado.

Que, por lo tanto, resulta imprescindible proceder a la derogación de la Resolución 1047 del ex Ministerio de Comercio, sancionada el 17 de mayo de 1973, para sustituirla por otra que afirme los principios expuestos precedentemente.

Por ello,

EL SECRETARIO DE ESTADO DE COMERCIO

RESUELVE:

1º — Determinase en el Territorio Nacional, las siguientes localizaciones para la implantación de Mercados de Concentración en la primera etapa de la Red de Mercados de Interés Nacional:

a) Area Metropolitana;

b) Córdoba;

c) Rosario

d) Mendoza;

e) Santa Fé;

f) Tucumán;

g) Mar del Plata;

h) Corrientes;

i) Bahía Blanca;

j) San Juan;

k) Salta;

I) La Plata;

II) Neuquén

m) Villa Mercedes (San Luis)

2º — Establécese para la implantación de mercados de producción en la misma etapa, sin perjuicio de los ajustes a que se pueda arribar con los gobiernos provinciales las siguientes localizaciones:

- | | |
|----------------------------------------|-------------------|
| a) San Pedro, Balcarce y Médanos | (Buenos Aires); |
| b) Cruz del Eje | (Córdoba); |
| c) Pérez | (Santa Fé); |
| d) Villa Atuel, Tunuyán y Maipú | (Mendoza); |
| e) Tafí Viejo y Simoca | (Tucumán); |
| f) El Colorado y Clorinda | (Formosa); |
| g) Orán | (Salta); |
| h) Choele-Choel y Allen | (Río Negro); |
| i) Bella Vista, Goya y Monte Caseros | (Corrientes); |
| j) Lib. Gral. San Martín y Santa Clara | (Jujuy); |
| k) Jáchal y Villa Krause | (San Juan); |
| l) La Banda | (Sgo del Estero); |
| m) Concordia | (Entre Ríos); |
| n) Alem y Montecarlo | (Misiones); |
| ñ) San Luis | (San Luis). |

3º — La localización precisa de cada mercado dentro de cada zona, así como la delimitación del perímetro de protección cuando aún no haya sido establecido, serán determinados en cada caso de acuerdo a los estudios que se presenten con los proyectos a que se refiere el artículo 2º del Decreto Ley N° 19.227/71.

4º — Las personas mencionadas en el Artículo 3º del Decreto Ley N° 19.227/71 podrán presentar en la Subsecretaría de Sistemas Comerciales (Dirección Nacional de Mercados de Interés Nacional) proyectos para la construcción, remodelación o habilitación de Mercados de Interés Nacional, en las zonas establecidas en el apartado 1º conforme a los requisitos establecidos en dicha ley.

5º — Autorízase a la Subsecretaría de Sistemas Comerciales a convenir con organismos públicos la realización de estudios tendientes a especificar las características técnicas y operativas de los mercados mencionados en el apartado 1º.

6º — Encomiendase a la Subsecretaría de Sistemas Comerciales

las gestiones ante los Gobiernos Provinciales tendientes a coordinar su colaboración en la consecución de los fines establecidos en el Decreto Ley N° 19.227/71.

7° – Déjase sin efecto la Resolución N° 1047. del 17 de Mayo de 1973, del ex Ministerio de Comercio.

8° – Regístrese, comuníquese, dése a la DIRECCION NACIONAL DEL REGISTRO OFICIAL y archívese.

DECRETO 287/74.

ORDEN DE DISPOSICION DE FOLIO N° 11

EJERCICIO 1974

ARTICULO 18° — LEY N° 20.659

BUENOS AIRES, 24 Julio 1974

*VISTO lo informado por la Secretaría de Estado de Comercio; y
CONSIDERANDO:*

Que el proyecto del Mercado Central inserto en el Programa de Reconstrucción y Liberación Nacional a través de su inclusión en el Plan Trienal de Gobierno, producirá a partir de su inauguración una fundamental reestructuración del comercio frutihortícola;

Que la misma conducirá a: normalizar la oferta y demanda, hacer participar a los productores en la comercialización, mejorar la eficiencia de las operaciones de manipuleo, transporte, y almacenaje con la correspondiente disminución de costos operativos y mermas, y a definir reglas comerciales que inhiban la intermediación innecesaria;

Que la correcta formación de los precios y la mayor eficiencia operativa resultantes, permitirán ejecutar una política de distribución de ingresos y producir un importante ahorro social que puede ser revertido a la comunidad en servicios esenciales para la misma;

Que el proyecto original recalculado, a precios de marzo de 1974, alcanza a \$ 823,4 millones, mientras que los aportes de los Estados mandantes —ya que se trata de un proyecto interestadual del que participan la Nación, la Municipalidad de la Ciudad de Buenos

Aires y la Provincia de Buenos Aires— alcanzan a \$ 120 millones de los que solo se han ingresado efectivamente \$ 61,7 millones;

Que la actual coyuntura plantea un problema financiero, que debe resolverse oportuna y adecuadamente para asegurar que la obra se concrete dentro del Plan Trienal, como se ha previsto;

Que es menester autorizar a la Corporación del Mercado Central a contraer los compromisos que resulten necesarios para cumplir el cronograma de tareas aprobando el plan de obras expresado en valores financieros, a efectos de avalar la responsabilidad que deberá asumir el ente;

Que el Congreso de la Nación ha autorizado al Poder Ejecutivo a cubrir la posible insuficiencia financiera, tanto de la Provincia como de la Municipalidad, atendiendo sus compromisos de aporte con anticipos de la Tesorería General por el artículo 18º de la Ley 20.659 de Presupuesto para 1974;

Que dicha disposición legal determina que el Poder Ejecutivo reglamentara el régimen de los anticipos que autoriza;

Por ello;

LA PRESIDENTE DE LA NACION ARGENTINA

DECRETA:

Art. 1º — La Secretaría de Estado de Hacienda otorgará anticipos reintegrables de disponibilidades de fondos del Tesoro Nacional a la Corporación del Mercado Central de Buenos Aires, en la medida en que esta lo requiera por conducto de la Secretaría de Estado de Comercio, conforme al artículo 18º de la Ley Nº 20.659, ajustándose al plan de necesidades anexo, para proseguir con las obras a su cargo asegurando su finalización en los plazos previstos dentro del lapso de vigencia del Plan Trienal para la Reconstrucción y Liberación Nacional 1974-1977.

Art. 2º — La Tesorería General de la Nación pondrá a disposición del Servicio Administrativo de la Secretaría de Estado de Comercio, hasta la suma de NOVENTA Y DOS MILLONES DE PESOS (\$ 92.000.000,-) con el destino previsto en el artículo 1º.

Art. 3º — Sin perjuicio de lo dispuesto por los artículos anteriores, las Secretarías de Estado de Hacienda y de Comercio en representación de la Nación, convendrán con la Provincia de Buenos Aires y la Municipalidad de la Ciudad de Buenos Aires, la aprobación

de los planes financieros a que se refiere la cláusula sexta del Convenio Adicional del 25 de febrero de 1972, ratificado por Decreto Nº 2.282/72, atendiendo al plan de necesidades anexo, como así también las condiciones en que se reintegrarán al Tesoro Nacional, los fondos que se anticipen en virtud del presente decreto.

Art. 4º — Comuníquese, publíquese, dése a la Dirección Nacional del Registro Oficial, tome conocimiento el Servicio Administrativo de la Secretaría de Estado de Comercio y previa intervención del Tribunal de Cuentas de la Nación y de la Contaduría General de la Nación a sus efectos.

ANEXO DECRETO Nº 237

PLAN DE NECESIDADES PROYECTO MERCADO CENTRAL DE BUENOS AIRES

(en miles de pesos)

	Gastos Corrientes	Erogaciones de Capital	Total
Acumulado al 31/XII/73	5.889,65	48.780,42	54.670,07
Año 1974	6.344,45	104.771,58	111.116,03
Año 1975	10.280,00	400.286,00	410.566,00
Año 1976	5.530,00	241.581,30	247.111,30
Total Proyecto	28.044,10	795.419,30	823.463,40

La obra a ejecutar ha sido calculada a precios de marzo de 1974.-