
SESIONES ORDINARIAS

2000

ORDEN DEL DIA N° 105

**COMISIONES DE COMERCIO Y DE ECONOMIAS
Y DESARROLLO REGIONAL**

Impreso el día 18 de abril de 2000

Término del artículo 113: 2 de mayo de 2000

SUMARIO: Mercado Central de Buenos Aires. Creación en el ámbito del mismo, de un canal específico para facilitar, apoyar y promover la comercialización de especies alimenticias que correspondan a la denominación genérica de productos regionales no perecederos. **Jobe.** (862-D.-2000.)

Dictamen de las comisiones

Honorable Cámara:

Las comisiones de Comercio y de Economías y Desarrollo Regional han considerado el proyecto de declaración del señor diputado Jobe, por el que se solicita al Poder Ejecutivo disponga promover un estudio para crear en el Mercado Central de Buenos Aires un canal específico para facilitar, apoyar y promover la comercialización de especies alimenticias de productos regionales no perecederos; y, por las razones expuestas en el informe que se acompaña y las que dará el miembro informante, aconsejan su aprobación.

Sala de las comisiones, 12 de abril de 2000.

*Rafael H. Flores. — Carlos D. Snopak.
— Francisco A. García — Raúl J. Solmoirago. — José L. Saquer. — Julio C. Conca. — Pablo D. Fernández. — Juan C. Olivero. — Luis A. Sebriano. — Guillermo E. Alchourón. — Mónica S. Arnaldi. — Jorge L. Bucco. — Mario A. H. Cafiero. — Mario O. Capello. — Héctor J. Cavallero. — Zulema B. Daher. — Mario Das Neves. — Jorge O. Folloni. — Pablo A. Fontdevila. —*

Gustavo C. Galland. — Angel O. Geijo. — Miguel A. Giubergia. — Carlos R. Iparraquirre. — Miguel A. Jobe. — Enrique M. Martínez. — Norberto R. Nicotra. — Alejandro A. Peyrou. — Federico R. Puerta. — Elsa S. Quiroz. — Rafael E. Romá. — Arnaldo M. P. Valdovinos. — Humberto A. Volando.

Proyecto de declaración

La Cámara de Diputados de la Nación

DECLARA:

Que vería con agrado que el Poder Ejecutivo, por intermedio de los organismos que corresponda, instruya a los directores que representan al Estado nacional en el directorio de la Corporación del Mercado Central de Buenos Aires para que promuevan un estudio que analice la factibilidad de crear en el ámbito de ese mercado un canal específico para facilitar, apoyar y promover la comercialización de especies alimenticias que correspondan a la denominación genérica de productos regionales no perecederos.

Miguel A. Jobe.

INFORME

Honorable Cámara:

Las comisiones de Comercio y de Economías y Desarrollo Regional, al considerar el proyecto de declaración del señor diputado Jobe, creen innecesario abundar en más detalles que los señalados en los fundamentos que lo acompañan, por lo cual los hacen suyos y así lo expresan.

Rafael H. Flores.

FUNDAMENTOS

Señor presidente:

La Corporación del Mercado Central de Buenos Aires, además de administrar el mercado mayorista metropolitano para la venta de productos perecederos frutihortícolas, está legalmente autorizado para promover "la concentración de frutos y productos alimenticios de todo tipo" (artículo 3º del convenio de creación y artículo 1º de su estatuto decreto ley 17.422/67). Dentro de la categoría enunciada se engloban la mayoría de los productos regionales que comprenden una numerosa cantidad de especies y que, generalmente, carecen de canales institucionales de comercialización.

En el Mercado Central están instalados grandes operadores, especialmente supermercados y pequeños minoristas que hacen posible que con su accionar concentren la demanda zonal y cubran un amplio espectro del mercado. Estos grupos, que permiten mantener una demanda permanente en especies fruti-

hortícolas, son en definitiva, los mismos que adquieren para su comercialización las producciones que se particularizan como provenientes de las economías regionales. Sin embargo no existe en ese Mercado Central institucionalizada la venta de estos productos, los que debidamente tipificados y promocionados, no sólo puedan acceder al mercado metropolitano sino también al de exportación.

Contando con la demanda —el elemento más esquivo de toda transacción— resulta conveniente analizar la posibilidad de que se estructuren en ese Mercado Central las facilidades que viabilicen la comercialización de estas producciones alimenticias. No escapa que el principal recurso que aporte el mercado es la de concitar y contener la capacidad empresarial suficiente para canalizar esta forma de comercialización mayorista, siempre que ella en su oferta específica pueda ser orientada o canalizada. Sobre este aspecto cabe acentuar el análisis solicitado, ya que, el éxito de esta posibilidad está centrado en la elección del agente comercial que tenga capacidad para convocar a abastecedores y clientes.

Miguel A. Jobe.