

*Honorable Cámara de Diputados
Provincia de Buenos Aires*

PROYECTO DE SOLICITUD DE INFORMES

LA HONORABLE CÁMARA DE DIPUTADOS DE LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES

RESUELVE:

Dirigirse al Poder Ejecutivo de la Provincia de Buenos Aires para que a través de de la Dirección Provincial de Comercio, dependiente del Ministerio de la Producción Ciencia y Tecnología y/o el organismo que corresponda, informe en forma escrita, sobre los siguientes puntos.

1- Si los mercados abiertos por Liwins S.A. en la Ciudad de Cañuelas y por la Cooperativa de Consumo "Consumos Centrales Limitada" en la Ciudad de Bragado funcionan en calidad de sucursales o sedes de la Corporación del Mercado Central de Buenos Aires

2- Si dichos mercados han suscripto algún tipo de convenio con la Corporación del Mercado Central de Buenos Aires.

3- Si las instalaciones de estos mercados abiertos en la Ciudad de Cañuelas y Bragado poseen en sus frentes símbolos, propagandas y uso del nombre que hagan referencia al Mercado Central.

4- Si está al tanto de las recientes declaraciones, de público conocimiento, vertidas por el Vicepresidente de la Corporación del Mercado Central de Buenos Aires, Alberto Samid; en las que refirió a estos emprendimientos como sedes o sucursales de esta Corporación.

5- Si desde el Gobierno de la Provincia se han tomado medidas y/o aplicado sanciones a dichos establecimientos por publicidad engañosa y violación de los derechos de los

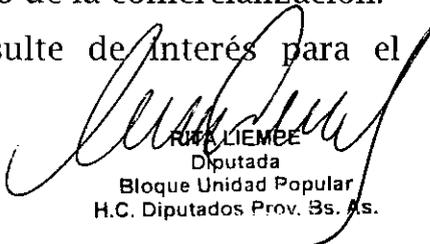


*Honorable Cámara de Diputados
Provincia de Buenos Aires*



consumidores a recibir una información cierta y precisa de las personas físicas o jurídicas en todo tramo de la comercialización.

6- Cualquier otro punto que resulte de interés para el presente.


ROSA LIEMPE
Diputada
Bloque Unidad Popular
H.C. Diputados Prov. Bs. As.



*Honorable Cámara de Diputados
Provincia de Buenos Aires*

FUNDAMENTOS

La Corporación del MCBA fue creada en agosto de 1967 para 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. Pudiendo también promover y fomentar la creación de un centro anexo de industrialización de dichos productos.

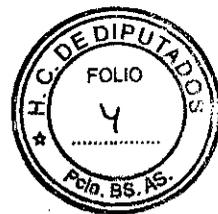
El Mercado frutihortícola es un ámbito creado por el Estado, para que los privados: productores, transportistas, mayoristas y minoristas realicen sus transacciones con destino final al abastecimiento de los consumidores.

Un reciente informe realizado por el Diario "El Perfil" denunció la apertura en Provincia de Buenos Aires, de dos supermercados privados simulados bajo la apariencia de "sucursales" de la corporación del Mercado Central de Buenos Aires, Liwins S.A. de la Ciudad de Cañuelas y la Cooperativa de Consumo "Consumos Centrales Limitada" de la Ciudad de Bragado.

El empresario Alberto Samid, quien a comienzos del 2014 asumió como vicepresidente de la Corporación Mercado Central, además de tener intereses en dichos mercados; presentó a los mismos en repetidas oportunidades como sucursales o sedes de la corporación del Mercado Central de Buenos Aires. Posteriormente ante investigaciones periodísticas que cuestionaron tal realidad Samid retiró tales declaraciones, desmintiendo la relación existente entre tales mercados con la Corporación del MCBA.

Se suma a esta circunstancia que dichos negocios privados, se muestran ante el conocimiento del público, en sus frentes,- conforme publicaciones periodísticas- con símbolos y empleando el uso del nombre MERCADO CENTRAL.

Tales situaciones implican un claro supuesto de publicidad engañosa, que es aquella que, de cualquier forma (incluida su presentación), puede inducir a error a sus destinatarios o afectar su

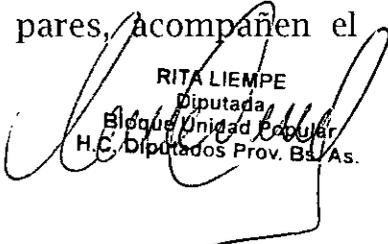


*Honorable Cámara de Diputados
Provincia de Buenos Aires*

comportamiento económico. Para los autores O'Guinn, Allen y Semenik, la publicidad engañosa es aquella cuyas características de un anuncio son distintas a las afirmaciones del desempeño de la marca. También se entiende por engañosa la publicidad que silencia datos fundamentales de los bienes, actividades, o servicios, siempre que dicha omisión induzca a error a los destinatarios. Cualquier mensaje publicitario que induzca a error o engaño es publicidad engañosa y constituye una infracción a la Ley del Consumidor.

Todo esto constituye una infracción a la Ley del Consumidor además de una violación al derecho a la información que exige que la publicidad, las etiquetas, los precios, los instructivos, las garantías y, en general, toda la información de los bienes y servicios que te ofrezcan debe ser oportuna, completa, clara y veraz, de manera que puedas elegir qué comprar, con pleno conocimiento.

Por todo lo expuesto es que solicito a mis pares, acompañen el presente proyecto.-


RITA LIEMPE
Diputada
Bloque Unidad Popular
H.C. Diputados Prov. Bs. As.