El congresista que suscribe, **SERGIO FRANCISCO FÉLIX DÁVILA VIZCARRA** en ejercicio del derecho de iniciativa legislativa que le confiere el artículo 107° de la Constitución Política del Estado y conforme lo establece los artículos 74° y 75° del Reglamento del Congreso de la República, presentan el siguiente:

CONGRESO DE LA REPÚBLICA
ÁREA DE TRÁMITE DOCUMENTARIO
19 MAR 2019
RECIBIDO
Firma Hora 3:10 pm

PROYECTO DE LEY

El Congreso de la República
Ha dado la ley siguiente:

"LEY QUE DECLARA DE NECESIDAD PÚBLICA Y PREFERENTE INTERÉS, LA CONSTRUCCIÓN DE MERCADOS MAYORISTAS DE ALIMENTOS EN LAS PRINCIPALES CIUDADES DEL PAÍS PARA FAVORECER EL COMERCIO Y EL DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD AGROPECUARIA".

CAPÍTULO I

DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 1°.- Declaración de Necesidad Pública y Preferente Interés

El objeto de la presente ley es que se declare de necesidad pública y preferente interés la construcción de mercados mayoristas de alimentos en las principales ciudades del país, en el marco de generar una mayor oferta de productos agrarios competitivos y fortaleciendo el eslabón de la comercialización dentro de la cadena productiva del agro nacional; y con la finalidad de incorporar en mayor medida a las organizaciones y/o asociaciones de la pequeña y mediana agricultura, dándoles acceso directo al mercado y a las demandas del consumidor final.

308651-ATP

Artículo 2°.- Coordinación y plazo de implementación

El Ministerio de la Producción evaluará la identificación y priorización de la construcción de los mercados mayoristas de alimentos, en coordinación con las municipalidades provinciales de las ciudades que superen los 200,000 (doscientos mil) habitantes, conforme a la Ley N° 28026 – Ley del Sistema de Mercados Mayoristas de Alimentos.

CONGRESO DE LA REPÚBLICA * SERGIO DÁVILA VIZCARRA *

SERGIO DÁVILA VIZCARRA
Congresista de la República

JORGE MELÉNDEZ CELIS
Portavoz titular
Grupo Parlamentario Peruanos por el Kambio

CONGRESO DE LA REPÚBLICA

Lima, 22 de MARZO del 2019

Según la consulta realizada, de conformidad con el Artículo 77° del Reglamento del Congreso de la República: pase la Proposición N° 4010 para su estudio y dictamen, a la (s) Comisión (es) de DESCENTRALIZACIÓN, REGIONALIZACIÓN, GOBIERNOS LOCALES Y MODERNIZACIÓN DE LA GESTIÓN DEL ESTADO; - AGRARIA .-

GIANMARCO PAZ MENDOZA
Oficial Mayor
CONGRESO DE LA REPÚBLICA

I.- EXPOSICIÓN DE MOTIVOS:

1. PROBLEMAS TIPO DE LA AGRICULTURA PERUANA

El Ministerio de Agricultura ha identificado un conjunto de problemas que afectan a la agricultura peruana, tales como:

a. Conservación del Medio Ambiente Erosión y Salinización:

El Perú es uno de los doce países considerados como mega diversos y se estima que posee entre 60 y 70% de la diversidad biológica. Esta ventajosa situación se ha visto amenazada con un inadecuado manejo de recursos existentes llevándolo a niveles críticos de deterioro de ciertas zonas del país generando problemas de desertificación, deforestación, salinización, pérdida de tierras agrícolas, toxicidad de la vegetación, agotamiento de las fuentes de agua, degradación de ecosistemas y desaparición de especies silvestres.

La situación de pobreza de la mayor parte de campesinos y pequeños productores agropecuarios se explican en parte por la utilización inadecuada y degradación de la base productiva de los recursos naturales debido a la aplicación de sistemas productivos que generan desequilibrios negativos entre el proceso de extracción y regeneración de los recursos naturales.

Promover acciones para el manejo y uso productivo de los recursos naturales renovables, agua, suelo y cobertura vegetal mediante obras de conservación de suelos, reforestación, transferencia tecnológica mejorada e infraestructura rural en la perspectiva de lograr una agricultura sostenible.

b. Minifundio:

La agricultura peruana constituye una economía de parceleros en la cual el 85% de los agricultores tiene parcelas con menos de 10 hectáreas predominando las unidades productivas con un área entre 3 y 10 hectáreas (33%) (Existen 5.7 millones de predios rurales de los cuales figuran inscritos en registro públicos solamente un tercio (1.9 millones). Lo más grave es que el minifundio sigue creciendo.

El fraccionamiento de las parcelas en pequeños minifundios y su gran dispersión representan un límite a la eficiencia productiva al tiempo que eleva los costos del transporte.

La tierra es el principal activo que posee el agricultor por lo que sus derechos de propiedad deben estar claramente definidos a fin de que ese reconocimiento legal les proporciones respaldo a la producción.

c. Precios y mercados:

La actividad agraria se caracteriza por el desorden en la producción y la disminución de su rentabilidad y competitividad. Asimismo, los procesos de postcosecha y de mercadeo están sumamente desordenados por la falta de una infraestructura vial adecuada y la ausencia de un sistema de mercados mayoristas, lo cual incide en los altos costos de comercialización que afectan a los productores agrarios.

Una característica del mercadeo interno agrícola es la multiplicidad de intermediarios. Geoffrey Cannock y Alberto Gonzales-Zúñiga en su Libro "Economía Agraria" mencionan al menos siete eslabones de intermediación:

1. El productor, quien normalmente mercadea un escaso volumen de producción, no están organizados para mercadear sus producto puede enfrentarse a situaciones de monopsonio y oligopsonio.
2. El acopiador, es el comerciante local.
3. El transportista, que actúa como rescatista.
4. El mayorista, generalmente está especializado por producto.
5. El distribuidor, que reparte el producto a través de sus canales de minoristas.
6. Los minoristas, quienes están generalmente muy dispersos y tienen poca capacidad de negociación frente a los distribuidores y mayoristas, operan en los mercados públicos, de barrio y en las calles.
7. El consumidor.

Por norma general, opinan ambos autores, "puede afirmarse que el sector de mercadeo interno enfrenta altos costos, problemas de escala, altas mermas, carencia de infraestructura, todos estos factores lo tornan ineficiente."

Un sistema de comercialización eficiente representa una de las claves para favorecer una correcta formación de precios en función de las fuerzas del mercado.

d. Asistencia Técnica:

Las tareas en el campo de la asistencia técnica son múltiples, consolidar el crecimiento agrario exigirá el desarrollo de factores productivos y el impulso de la innovación tecnológica, es por ello que una de las tareas es atender las necesidades urgentes de los productores en materias de Innovación tecnológica y gestión empresarial.

e. Crédito Agrario:

El 21 de julio de 2007 se publicó la Ley Nº 29064 - Ley de Relanzamiento del Banco Agropecuario –AGROBANCO- la cual establece las normas de adecuación

y funcionamiento, así como las actividades de transformación y comercialización de los productos del sector.

AGROBANCO es el principal instrumento de apoyo financiero del Estado para el desarrollo sostenido y permanente del sector agropecuario, con especial énfasis en las actividades agrícola, ganadera, forestal, acuícola, agroindustrial, y los procesos de transformación, comercialización y exportación de productos naturales y derivados de dichas actividades.

La banca comercial es la principal fuente de financiamiento del sector y el 86% de sus colocaciones están en Lima. La mitad de dichas colocaciones son de corto plazo lo que dificulta la capitalización de sectores como la agricultura. También participan en el financiamiento a agricultores los comerciantes, los habilitadores y transportistas en menor escala.

El tema de financiamiento agrario deberá enfrentar numerosos retos en la búsqueda por una agricultura en expansión sostenida en el tiempo y sustentable desde el punto de vista ambiental. Entre otros podemos mencionar:

- Acceso al crédito.
- El costo del crédito, el cual suele ser superior al resto de la economía debido al mayor riesgo.
- Su uso racional desde el punto de vista económico.
- Incorporación al mercado financiero de millares de agentes productivos sin crédito.
- La recuperabilidad de los créditos tema fundamental pues tiene que ver con la viabilidad de largo plazo del sistema de crédito y con la rentabilidad de la actividad agraria. Un sistema de crédito agrario basado en el subsidio, vía menores tasas de interés y con altos grados de incobrabilidad no es sostenible

en el tiempo; tienen elevados costos sociales y por lo general no cumple los objetivos trazados.

Mediante Ley Nº 30893 se modifican diversos artículos de la Ley Nº 29064 a efectos de fortalecer el Banco Agropecuario y establece facilidades para el pago de las deudas de sus prestatarios.

La Ley tiene por objeto el fortalecimiento del Banco Agropecuario - AGROBANCO, mejorar el gobierno corporativo del Banco Agropecuario - AGROBANCO, reorientar sus actividades hacia el financiamiento del pequeño productor agropecuario y crear el Fondo de Inclusión Financiera para el Pequeño Productor Agropecuario - FIFPPA.

Asimismo, establece como su finalidad el otorgar créditos directos, en el marco del rol subsidiario del Estado y el cumplimiento del principio de la sostenibilidad financiera, a los pequeños productores agropecuarios en forma individual o a las organizaciones de productores constituidas bajo cualquier forma asociativa como cooperativas, asociaciones de productores, miembros de comunidades campesinas y nativas, organizaciones de usuarios de agua y similares, así como otorgar líneas de crédito destinadas al financiamiento de dichos productores a través de cualquiera de las empresas del sistema financiero de operaciones múltiples supervisadas, a que hace referencia el literal A del artículo 16 de la Ley 26702, Ley General del Sistema Financiero y del Sistema de Seguros y Orgánica de la Superintendencia de Banca y Seguros, y a través de las cooperativas de ahorro y crédito no autorizadas a captar recursos del público del nivel 3 referidas en la vigésimo cuarta disposición final y complementaria de dicha ley general.

Para efectos de la ley Nº 30893, se entiende como pequeño productor agropecuario individual, aquel que trabaja la tierra en forma directa, con acceso

limitado a los recursos tierra, agua y capital de trabajo que restringen su desarrollo agropecuario, que dadas sus condiciones particulares no es atendido de manera adecuada por el sistema financiero tradicional y cuyas ventas brutas anuales no superan el importe de cien (100) unidades impositivas tributarias y conduce hasta diez (10) hectáreas en explotación. Para el caso de pequeños productores pecuarios en exclusividad, no se toma en cuenta el tamaño de las hectáreas en explotación.

f. Organizaciones:

El fortalecimiento de las organizaciones de productores y de otras organizaciones que contribuyan al desarrollo del agro representa una tarea impostergable; en un sector tan complejo la capacidad organizativa y de cooperación Inter e Intra sectorial representan importantes instrumentos de competitividad. "Muchas instituciones agrarias son vistas ahora como respuestas coherentes a la falta de desarrollo adecuado de los mecanismos del mercado, tales como el crédito, seguro agrario y mercados a futuro en un contexto caracterizado por altos riesgos, asimetrías de información y riesgo moral" (Cannock, Geoffrey; Gonzales-Zúñiga, Economía Agraria).

Apoyar a las organizaciones de los empresarios agrarios permitirá afianzar el planeamiento de las cadenas productivas que representa una parte sustantiva de la actividad agraria del país.

g. Seguridad Alimentaria:

La agricultura debe proveer los alimentos en la cantidad y la calidad necesarias para una vida sana; no obstante, el tema de la seguridad alimentaria implica no sólo mayor producción y productividad sino también una clara conciencia en los consumidores sobre cómo alimentarse mejor. La insuficiencia de alimentos en

cantidad y calidad, asociados con malos hábitos alimenticios repercute sobre la calidad de vida del habitante peruano, es por ello que los trabajos en materia de seguridad alimentaria tienen aún mucho por delante.

h. El Empleo:

La agricultura emplea al 26% de la PEA Nacional y al 65.5% de la PEA del área rural. En contraste con su capacidad de generar empleo, es uno de los sectores con menor productividad de mano de obra debido al bajo nivel educativo de la fuerza laboral en el ámbito rural

i. Sanidad:

Países como Chile muestran lo importante que resulta para el desarrollo del sector agrario el contar con una buen sistema de sanidad animal y vegetal, especialmente si existe la proyección hacia la exportación. Cautelar la seguridad sanitaria y fitosanitaria posibilitando el desarrollo de cosechas y crianzas sanas; controlar y erradicar las plagas y enfermedades representan acciones con una enorme incidencia socioeconómica en la actividad agraria. Un sistema sanitario eficaz es al mismo tiempo funcional al desarrollo exportador. Una de las principales limitaciones para el acceso a los mercados externos se relaciona con problemas sanitarios como es el caso de la mosca de la fruta.

2. EJES ESTRATÉGICOS DEL MINISTERIO DE AGRICULTURA:

Para alcanzar los Objetivos Estratégicos se han definido siete Ejes Estratégicos y sus correspondientes objetivos específicos, los mismos que responden a la problemática del sector y establecen lineamientos de políticas, estrategias, y metas para el período 2007 - 2011.

1. Gestión del agua
2. Acceso a Mercados
3. Información Agraria
4. Capitalización y Seguro Agrario
5. Innovación Agraria
6. Desarrollo Rural
7. Recursos Forestales y Fauna Silvestre.

3. SOBRE LAS CADENAS PRODUCTIVAS:

a. Definición:

"Conjunto de agentes económicos que participan directamente en la producción, en la transformación y en el traslado hacia el mercado de un mismo producto agropecuario".

"Sistema que agrupa a los agentes económicos - interrelacionados por el mercado - y que participan articuladamente en un mismo proceso, desde la provisión de insumos, producción, transformación, industrialización, comercialización hasta el consumo final, de un producto agrícola o pecuario, en forma sostenida y rentable, basados en principios de confianza y equidad".

b. Instrumentos de desarrollo de las cadenas productivas:

Alianzas Productivas

Acuerdos, vínculos y/o compromisos entre dos o más agentes para coordinar recursos, esfuerzos y habilidades, con un objetivo estratégico común y a fin de lograr beneficios mutuos.

Acuerdos de competitividad

Compromiso de los agentes económicos, sector privado y el Sector Público para fijar metas comunes, que viabilicen la competitividad y sostenibilidad de las cadenas.

Se concreta en un documento en el que se expresa la voluntad de los agentes y las entidades públicas de sacar adelante objetivos de largo plazo.

c. Componentes de la cadena productiva

- Ámbito Local, Regional, Nacional
- Convocatoria extendida, confianza entre agentes
- Concertación: Sector Público, Sector Privado, productores
- Búsqueda de competitividad, rentabilidad, equidad en los beneficios
- Fortalecimiento institucional: Central, Regional, Local
- Acuerdos marco
- Acuerdos de Competitividad

d. Ventajas de la cadena productiva

- Incremento de Competitividad, Rentabilidad
- Economías de Escala
- Visión Marco de la Problemática
- Concertación Público-Privada sobre objetivos comunes
- Facilitar el acceso al crédito
- Difusión de tecnología
- Incremento de niveles de confianza entre agentes
- Incentivo en la participación del individuo en propuestas de beneficio comunitario.

4. PROPUESTA PARA CONTRIBUIR CON LA SOLUCIÓN DE ALGUNOS DE LOS PROBLEMAS IDENTIFICADOS POR EL MINISTERIO DE AGRICULTURA QUE AFECTAN A LA AGRICULTURA.

4.1 Un sistema de mercados mayoristas de alimentos:

Los alimentos constituyen la necesidad más básica del ser humano. En los países menos desarrollados cualquier mejora en el mercadeo de alimentos tendrá una repercusión significativa sobre los segmentos más pobres de la comunidad. La proporción de los presupuestos familiares gastados en alimentos por las familias de bajos ingresos tiende a ser mucho más alta que la de los más pudientes y se sitúa entre el 50% y el 60% de esos ingresos. Para los muy pobres, el gasto en alimentos puede llegar hasta un 70% o un 80%. (Manual de Organización y Diseño de Mercados Mayoristas. FAO).

Consideramos que la implementación de mercados mayoristas de alimentos en las principales ciudades del país debe contribuir a mejorar las condiciones en que se desarrolla la agricultura del país, por las siguientes razones:

Un mercado mayorista que cuente con las facilidades técnicas de infraestructura y operación para prestar un servicio eficiente, permite:

i) Concentración de la oferta y la demanda en el tiempo y el espacio;
ii) Transparencia de las operaciones comerciales, mediante el cumplimiento de normativas internas y el suministro de información oportuna para clientes, usuarios y la colectividad en general, para favorecer una correcta formación de precios en función de las fuerzas del mercado;
iii) Disminución de los costos de comercialización, por las economías de escala, fortalecimiento de las organizaciones de productores y su integración a las cadenas productivas;
iv) Reducir las mermas, debido a una mejor manipulación de los productos;

v) Mejora la producción en cantidad, calidad y variedad de productos para satisfacer la demanda creciente de productos;
vi) Mejorar los ingresos y el empleo, por una participación más directa y organizada en el mercadeo de los productos;
vii) Implementación de servicios agregados tales como seguridad, comodidad, amplias zonas de estacionamiento, limpieza, etc.;
viii) Desarrollo de servicios complementarios como selección, clasificación y envasado de productos, procesamiento, almacenamiento, servicios de refrigeración y congelado, sistema de información privada de precios y mercados, etc.;
ix) Desarrollo de actividades conexas, como bancos, restaurantes, centros de capacitación, plataformas logísticas de supermercados, transportes, etc.

La Ley N° 28026, Ley del Sistema Nacional de Mercados de Alimentos, establece en su Tercera Disposiciones transitorias, complementarias y finales, que las municipalidades provinciales de las ciudades que superen los 200,000 (doscientos mil) habitantes tomarán las previsiones correspondientes para que dentro del plazo de 5 (cinco) años se establezcan los respectivos mercados mayoristas conforme a las normas de la presente Ley.

Según el Instituto Nacional de Estadística e Informática, las ciudades que sobrepasan los 200,000 habitantes. Población de la provincia estimada al 2001, son:

Lima	8'348,403
Lima - Cañete	219,564
Lima - Huaura	211,276
Ancash – Santa	423,381
Arequipa – Arequipa	925,667
Ayacucho - Huamanga	256,384
Cajamarca – Cajamarca	361,991
Callao – Callao	955,385
Cusco – Cusco	420,030
Huánuco – Huánuco	298,234
Ica – Ica	344,430
Ica - Chincha	207,529
Junín - Huancayo	495,002
Junín - Satipo	235,190
La Libertad - Trujillo	899,709
Lambayeque - Chiclayo	829,051
Lambayeque – Lambayeque	285,248
Loreto – Maynas	545,095
Piura – Piura	724,230
Piura - Sullana	306,882
Puno - San Román	270,737
Puno – Puno	243,441
Tacna - Tacna	298,044
Ucayali - Coronel Portillo	361,828

Fuente: INEI. Población Estimada al 2011 según departamentos y provincias.

La ciudad de Lima ya cuenta con el Gran Mercado Mayorista de Lima, construido en su primera etapa y actualmente se encuentra en operación. En el caso de las demás provincias, la mayoría no cuenta con un mercado mayorista.

Según la disponibilidad de recursos con la que se cuente, de las veintidós ciudades señaladas se puede priorizar un total de once ciudades como Ancash, Ayacucho, Cajamarca, Cusco, Huánuco, Junín, La Libertad, Loreto, Piura, Puno y Ucayali, cuya población rural representa un porcentaje importante con relación a la población de la región, que varían entre el 25% como en el caso de Ucayali y La Libertad, y el 67% como en el caso de Cajamarca, con lo que la población beneficiada sería de 12'108,554 personas; o sólo cinco ciudades como

Ayacucho, Cajamarca, Cusco, Huánuco y Puno, cuya población rural se encuentra entre el 42% y 67%, con lo que la población beneficiada sería de 5'202,365 personas; según como se muestra en el cuadro a continuación:

	Población censada 2007			
	Pob Total	Pob Urbana	Pob Rural	% Pob Rural
Lima	6,386,308	6,216,920	169,388	3
Lima - Cañete				
Lima - Huaura				
Ancash - Santa	1,063,459	682,954	380,505	**36**
Arequipa - Arequipa	1,152,303	1,044,392	107,911	9
Ayacucho - Huamanga	612,489	355,384	257,105	**42**
Cajamarca - Cajamarca	1,387,809	453,977	933,832	**67**
Callao - Callao	876,877	876,877		
Cusco - Cusco	1,171,403	644,684	526,719	**45**
Huánuco - Huánuco	762,223	323,935	438,288	**58**
Ica - Ica	711,932	635,987	75,945	11
Ica - Chincha				
Junín - Huancayo	1,225,474	825,263	400,211	**33**
Junín - Satipo				
La Libertad - Trujillo	1,617,050	1,218,922	398,128	**25**
Lambayeque - Chiclayo	1,112,868	885,234	227,634	20
Lambayeque - Lambayeque				
Loreto - Maynas	891,732	583,391	308,341	**35**
Piura - Piura	1,676,315	1,243,841	432,474	**26**
Piura - Sullana				
Puno - San Román	1,268,441	629,891	638,550	**50**
Puno - Puno				
Tacna - Tacna	288,781	263,641	25,140	9
Ucayali - Coronel Portillo	432,159	325,347	106,812	**25**

Fuente INEI: Censos Nacionales de Población y Vivienda, 2007.

4.2 Descripción general de un mercado mayorista:

Un mercado mayorista es un lugar físico encargado de organizar la distribución al por mayor de los alimentos en las principales ciudades y poblaciones:

- Ofrece unas instalaciones adecuadas a varios mayoristas independientes, que son compañías privadas que comercializan, almacenan, preparan o procesan alimentos generalmente destinados a minoristas alimentarios independientes, restaurantes, compañías de catering, mercados callejeros, etc.

- Facilita instalaciones y servicios compartidos a los mayoristas con el fin de mejorar su propia eficiencia y permitirles seguir siendo competitivos en la distribución de los alimentos. Mediante la presencia de plataformas logísticas, se añade valor a los productos mediante diferentes servicios: recepción y control de mercaderías, de almacenamiento climatizado, acondicionamiento, maduración, empaquetado, preparación de lotes y distribución de los productos.

- Es gestionada por una autoridad de mercado mayorista encargada de organizar las actividades de los mayoristas y que gestiona las áreas públicas.

La Unión Mundial de Mercados Mayoristas ha definido a un mercado mayorista como "El espacio físico gestionado como un negocio alimentario por una autoridad de mercado, dentro de cuyos límites operan negocios alimentarios independientes que pueden compartir instalaciones en las que los productos alimentarios son comercializados, almacenados, preparados o procesados".

4.3 Función de un mercado mayorista:

La producción y el consumo de los alimentos que se mercadean son funciones que están espacialmente separadas. La producción tiene lugar generalmente en áreas rurales, mientras que el consumo se lleva a cabo principalmente en las áreas urbanas. El mercadeo es el proceso que supera esta separación,

permitiendo que la producción se traslade de un área de abundancia a una de escasez.

La función de los mercados mayoristas es al mismo tiempo extremadamente simple y extremadamente compleja. Su función simple implica facilitar la comercialización de alimentos a nivel mayorista, generalmente sin procesar, entre productores y minoristas. Su complejidad se debe a la multiplicidad de sus funciones (descarga, recepción de productos, presentación de los productos, almacenamiento, preparación de los pedidos, pero también al rápido crecimiento en procesado que se está desarrollando para dar mayor valor añadido a las actividades mayoristas), a la multiplicidad de las actividades de los que ocupan el mercado, por ejemplo, mayoristas de productos envasados, distribuidores mayoristas, transformadores (cámaras de maduración para los plátanos, corte y fileteado, preparaciones diversas, etc.) y finalmente a la multiplicidad de los productos comercializados (frutas y verduras, carnes y productos basados en carne, pescado y productos derivados del pescado, etc.).

4.4 Responsabilidad de la autoridad del mercado mayorista:

La autoridad del Mercado Mayorista, sea pública o privada es un operador de negocios alimentarios con el requisito específico de organizar la actividad general de todos los negocios alimentarios (mayoristas) ubicados en el mercado mayorista, sin interferir en el negocio.

Sus principales funciones son las siguientes:

- Alquilar espacios adecuados a los mayoristas para que puedan llevar a cabo sus actividades bajo su propia responsabilidad, de acuerdo con los requisitos de la legislación alimentaria;

- Organizar las actividades de los mercados mayoristas para asegurar que las operaciones propias de los mayoristas están bien gestionadas, y que se respetan estrictamente las reglas normales de leal competencia;

- Gestionar todas las áreas públicas tales como las de presentación y ventas, las instalaciones públicas de almacenamiento, es decir, gestionando todas las actividades relacionadas con la limpieza, desinfección, mantenimiento, refrigeración, en su caso, etc.;

- Implementar un sistema eficiente de información de precios y volúmenes que contribuya a una correcta formación de precios y a la aplicación de la trazabilidad continúa entre el universo de la producción y el consumo.

- Ofrecer u organizar algunos o todos los suministros y servicios para los mayoristas (agua, aire, gas, calefacción, refrigeración, ventilación, electricidad, etc.);

- Ofrecer u organizar un control adecuado de la contaminación y de aguas residuales;

- Supervisar la gestión de los residuos del mercado, el control de plagas, etc, teniendo en cuenta aspectos económicos y medioambientales;

- Diseñar y proporcionar nuevos recintos, a ocupar por parte de los mayoristas y a operar bajo su control directo, que se ajusten a las exigencias de la ley del sistema de mercados de alimentos

- Organizar y gestionar la circulación del tráfico dentro del recinto.

En términos generales, la autoridad del mercado es directamente responsable de asegurar que se cumplan los requisitos de la ley del sistema de mercados de alimentos, ÚNICAMENTE en todas las áreas públicas bajo su control, es decir, zonas de venta, almacenamiento público, etc. NO es responsable de las actividades dentro de las instalaciones privadas de los negocios alimentarios individuales ni de los operadores de negocios alimentarios dentro del mercado.

5. EXPERIENCIAS INTERNACIONALES:

La Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO) ha utilizado los mercados mayoristas como un elemento de desarrollo y ha participado activamente en su implantación (por ejemplo, durante los años sesenta apoyó a países latinoamericanos como Argentina, Bolivia, Colombia o México en esta labor). Posteriormente ha desarrollado esta práctica para mejorar los mercados existentes, o instalar nuevos mercados, en países africanos y asiáticos (Tanzania, Kenia, India, Indonesia, Egipto, Nepal o Tailandia son algunos ejemplos) (Seidler, 2001). También en los países de Europa del Este ha realizado estudios de viabilidad para los nuevos mercados, por ejemplo en Polonia o Croacia (Shepherd, 2004).

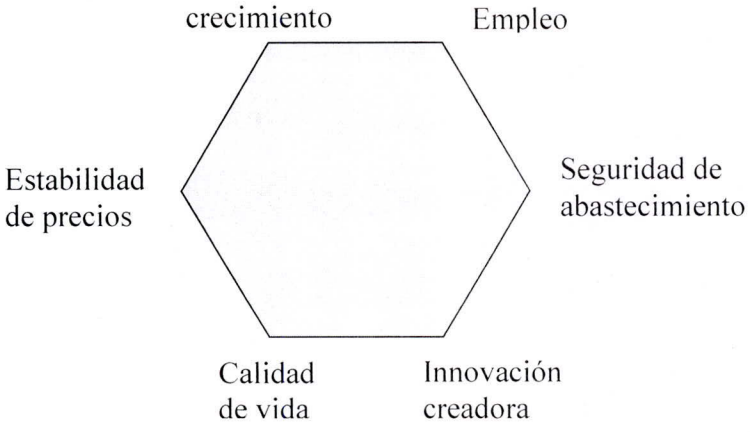
La importancia creciente de los mercados mayoristas en el contexto europeo se asocia al periodo posterior a la II Guerra Mundial, donde las actuaciones públicas tenían como cometido asegurar el abastecimiento y seguridad alimentaria (de hecho se aprovecharon fondos del Plan Marshall para la construcción de algunos mercados centrales mayoristas).

En este sentido, el gobierno francés a comienzos de la década de los cincuenta decidió crear una red de 16 Mercados de Interés Nacional para favorecer el escalón mayorista en la distribución de productos frescos. La misma experiencia

se llevó a cabo en España con la articulación de 23 mercados mayoristas, a través de MERCASA, centrados en la distribución de perecederos, el primero de los cuales se inauguró al comienzo de los años 70 y el más reciente ya iniciado el siglo XXI. La concepción de estas infraestructuras logísticas como bienes públicos se acentúa con la participación compartida en el capital y la gestión en estas sociedades de la Administración del Estado y los ayuntamientos respectivos. En 1972 el Gobierno Federal Brasilero crea el Sistema Nacional de Centrales de Abastecimiento (hoy Abracen) con el objetivo de extender a todo el país el programa de implantación de centrales de abastecimiento, habiéndose creado hasta la fecha, 21 centrales de abastecimiento.

6. FUNDAMENTACIÓN ECONÓMICA:

Javier Casares y Víctor Martín Cerdeño en su artículo sobre el hexágono benigno de los mercados mayoristas. Señas de identidad y diferencias en el ámbito internacional, señalan que "los mercados centrales mayoristas se configuran como un elemento esencial en los canales de distribución. Su papel se extiende hacia el crecimiento económico, la generación de empleo, la estabilidad de precios, la seguridad de abastecimiento, la innovación creadora y la calidad de vida (hexágono benigno de los mercados mayoristas). Existen distintas clasificaciones de los mercados mayoristas para catalogar las diferentes realidades en las que se desenvuelven estos centros de distribución y entre los criterios para articularlas destacan la ubicación geográfica, la función dentro del canal, la variedad y la orientación de la oferta, el tipo de gestión y la naturaleza de los propietarios".



Asimismo, indican que las infraestructuras mayoristas requieren considerables inversiones iniciales y periodos de participación pública. Aparece la mano visible de la política económica que contribuye al bienestar social. Adam Smith en su Historia de la Astronomía, escrita antes de La teoría de los sentimientos morales (1759) y publicada póstumamente, señala, en un contexto muy diferente del económico: nunca se temía que la mano invisible de Júpiter estuviera involucrada en estos asuntos. Las palabras mágicas están ahí: mano invisible. En La riqueza de las naciones (1776) el concepto es omnipresente. Por ejemplo, al buscar el interés personal, el hombre trabaja a menudo de una manera mucho más eficaz por el interés de la sociedad que si tuviera realmente el objetivo de trabajar por ella; o no esperemos nuestra cena de la benevolencia del carnicero, el cervecero o el panadero, sino del cuidado que ponga en sus propios intereses, no apelamos a su humanidad sino a su egoísmo y nunca les hablamos de nuestras necesidades sino de sus beneficios.

La mano invisible del mercado permite la armonía natural que lleva al pleno empleo en las sociedades. Sin embargo, y en función de las argumentaciones señaladas con anterioridad, también se requiere la mano visible de la política económica para hacer frente a los fallos del mercado: bienes y servicios públicos,

externalidades, información asimétrica, desequilibrios en los mercados... En este contexto surge impetuosamente la importancia de la acción pública en la provisión de mercados mayoristas concurrenciales.

Los mercados se pueden considerar como bienes públicos puesto que ofrecen servicios de interés general (transparencia, competencia, vigilancia alimentaria o formación de precios). Al mismo tiempo, las experiencias de distintos países demuestran que la participación privada dota de eficiencia a la labor de intermediación mayorista. Así pues, en la práctica, como combinación de actuaciones públicas y privadas, cada vez es más habitual la búsqueda de fórmulas mixtas para conseguir eficiencia y equidad en la actividad de los mercados mayoristas.

La intervención pública en la conformación de los mercados mayoristas se centra básicamente en las decisiones de localización extraurbana, la búsqueda de emplazamientos favorables en cuanto a vías de comunicación, la participación en la construcción, la vigilancia sanitaria de los productos o la promulgación de reglamentación para asegurar la libre competencia.

II.- EFECTOS DE LA VIGENCIA DE LA NORMA SOBRE LA LEGISLACIÓN NACIONAL:

Lo propuesta legislativa complementa lo señalado en los artículos 79° y 83° de la Ley N° 27972; así como también la Ley N° 28026, Ley del Sistema Nacional de Mercados de Alimentos; el DS N° 002-2016-MINAGRI, Política Nacional Agraria, la cual tiene como objetivo general lograr el incremento sostenido de los ingresos y medios de vida de los productores y productoras agrarios, priorizando la agricultura familiar, sobre la base de mayores capacidades y activos más productivos, y con un uso sostenible de los recursos agrarios en el marco de procesos de creciente inclusión social y

económica de la población rural, contribuyendo a la seguridad alimentaria y nutricional.

III.- ANÁLISIS COSTO-BENEFICIO

El proyecto de ley propuesto no irroga gasto al erario nacional, toda vez que declara de necesidad pública y preferente interés, la construcción de mercados mayoristas de alimentos en las principales ciudades del país, para favorecer el comercio y el desarrollo de la actividad agropecuaria, cuyos recursos estarán a cargo del presupuesto institucional del Ministerio de la Producción.

CONGRESO
REPÚBLICA

ÁREA DE DESPACHO PARLAMENTARIO

"Decenio de la Igualdad de Oportunidades para mujeres y hombres"
"Año de la lucha contra la corrupción y la impunidad"

Lima, 19 de junio de 2019

CONGRESO DE LA REPÚBLICA
COMISIÓN AGRARIA
21 JUN 2019
RECIBIDO
Firma
Registro N°
Hora 9:57

CONGRESO DE LA REPÚBLICA
V°B°
J. VILLENA
DESPACHO PARLAMENTARIO

CONGRESO DE LA REPÚBLICA
V°B°
DELGADO GUEMES
Departamento de Relatoría, Agenda y Actas

CONGRESO DE LA REPÚBLICA
V°B°
G. LLANOS
Director General Parlamentario

Oficio N° 1340-2018-2019-ADP-D/CR

Señor congresista
FEDERICO PARIONA GALINDO
Presidente de la Comisión Agraria

Tengo el agrado de dirigirme a usted, por especial encargo del señor Presidente del Congreso de la República, para comunicarle que en la sesión del Pleno celebrada el 14 de junio de 2019 se acumuló el Proyecto de Ley 4070/2018-CR, por el que se propone declarar de necesidad pública y preferente interés la construcción de mercados mayoristas de alimentos en las principales ciudades del país para favorecer el comercio y desarrollo de la actividad agropecuaria, al texto sustitutorio del dictamen de la comisión que preside recaído en los Proyectos de Ley 662 y 1372/2016-CR, por el que se propone modificar los artículos 1 y 5 de la Ley 29676, Ley de promoción del desarrollo de los mercados de productores agropecuarios que fue aprobado, en primera votación y exonerado de segunda votación, en la sesión que el Pleno celebró en la referida fecha.

En consecuencia, la comisión que preside queda eximida de presentar dictamen sobre el Proyecto de Ley 4070/2018-CR.

Con esta ocasión reitero a usted, señor congresista, la expresión de mi especial consideración y estima personal.

Atentamente,

GIANMARCO PAZ MENDOZA
Oficial Mayor del Congreso de la República

c.c. Área de Trámite Documentario

RV: 369255

CONGRESO
REPÚBLICA

ÁREA DE DESPACHO PARLAMENTARIO

"Decenio de la Igualdad de Oportunidades para mujeres y hombres"
"Año de la lucha contra la corrupción y la impunidad"

Lima, 19 de junio de 2019

Oficio N° 1341-2018-2019-ADP-D/CR

Señor congresista
CARLOS ALBERTO DOMÍNGUEZ HERRERA
Presidente de la Comisión de Descentralización, Regionalización,
Gobiernos Locales y Modernización de la Gestión del Estado

Tengo el agrado de dirigirme a usted, por especial encargo del señor Presidente del Congreso de la República, para comunicarle que en la sesión del Pleno celebrada el 14 de junio de 2019 se acumuló el Proyecto de Ley 4070/2018-CR, por el que se propone declarar de necesidad pública y preferente interés la construcción de mercados mayoristas de alimentos en las principales ciudades del país para favorecer el comercio y desarrollo de la actividad agropecuaria, al texto sustitutorio del dictamen de la Comisión Agraria recaído en los Proyectos de Ley 662 y 1372/2016-CR, por el que se propone modificar los artículos 1 y 5 de la Ley 29676, Ley de promoción del desarrollo de los mercados de productores agropecuarios que fue aprobado, en primera votación y exonerado de segunda votación, en la sesión que el Pleno celebró en la referida fecha.

En consecuencia, la comisión que preside queda eximida de presentar dictamen sobre el Proyecto de Ley 4070/2018-CR.

Con esta ocasión reitero a usted, señor congresista, la expresión de mi especial consideración y estima personal.

Atentamente,

GIANMARCO PAZ MENDOZA
Oficial Mayor del Congreso de la República

c.c. Área de Trámite Documentario