



COMERCIALIZACION

COMERCIALIZACION



MERCADOS EN ORIGEN DE PRODUCTOS AGRARIOS

Política general

El Decreto 2.916/1970 sobre ordenación de Mercados en Origen de Productos Agrarios, y el Decreto 3.178/1970, por el que se autoriza la constitución de la Sociedad Mercados en Origen de Productos Agrarios, S. A. (MERCORSA), forman la legislación básica por la que se regulan los Mercados en Origen.

El desarrollo de este marco jurídico se efectúa mediante la Orden de 29 de marzo de 1971, en la que se dan las normas sobre definición, productos y naturaleza del mercado, instalaciones y servicios, órgano de gestión y condiciones de inscripción en el Registro Especial de Mercados en Origen. Otra de las disposiciones que desarrolla el marco legal es el Decreto 421/1971, por el que se da acceso a los mercados en origen a los beneficios que concede la Ley de Ordenación Rural.

Al amparo de esta regulación básica se continuaron en 1971 los trabajos comenzados en este campo de la comercialización en zonas de producción, dedicados a:

- a) Investigación, sistematización y metodología de los Mercados en Origen.
- b) Localización de las zonas productoras más caracterizadas.
- c) Realizaciones concretas y actuaciones prácticas.

Se recibieron a lo largo del año 18 peticiones de construcción e instalación de nuevos Mercados en Origen y otras tres peticiones para inscripción en el Registro Especial de centros de contratación y venta actualmente existentes.

Realizaciones

a) Estudios:

Los estudios se han separado en dos vertientes completamente diferenciadas:

- 1) Localización de los Mercados en Origen establecidos actualmente y estudio de los métodos de comercialización practicados en los mismos.
- 2) Estudios para las diferentes zonas, consistentes básicamente en un análisis de la situación actual de las producciones y canales comerciales, con vistas, en su caso, a la futura promoción del Mercado en Origen en fase posterior.

Se estudiaron en este capítulo las regiones de Levante, Jalón-Jiloca, Valle del Duero, Ribera del Ebro y otras.

Se estudió asimismo la viabilidad de posibles emplazamientos de nuevos Mercados en Origen en aquellas zonas que no se habían incluido en los estudios y para las cuales se habían recibido peticiones de inscripción. Tal es el caso, entre otros, de Verín (Orense), Sanlúcar la Mayor (Sevilla), Chelva (Valencia), Priego (Córdoba), Talavera de la Reina (Toledo), Vélez-Málaga (Málaga), Cacabelos (León) y Aranjuez (Madrid).

b) Inscripción de mercados existentes:

En este apartado se trabajó profusamente para la redacción de los estatutos y reglamentos por los que se había de regular la Lonja avícola-ganadera de Bellpuig (Lérida), autorizándose su inscripción por Orden de este Departamento de 20 de diciembre de 1971.

c) Gestión y promoción de nuevos mercados:

Para la promoción de nuevos Mercados en Origen se ha establecido toma de contacto con las autoridades de las zonas encuestadas, con objeto de llegar a un acuerdo positivo de bases sobre la forma del Mercado y un compromiso en firme para la construcción del mismo. Estas gestiones se han realizado en Lérida, Badajoz, Guadalajara, Medina del Campo (Valladolid), iniciándose tales acciones en otras zonas.

d) Mercados en construcción:

Por la Empresa Nacional MERCORSA se han constituido durante el año 1971 las sociedades filiales Mercolérda, S. A., y Mercoguadiana, S. A., encargadas de la construcción, instalación, gestión y explotación de los correspondientes Mercados en Origen.

El Instituto Nacional de Reforma y Desarrollo Agrario (IRYDA) se encarga de la construcción del Mercado en Origen para patata de Guadalajara. La gestión y explotación del mismo será realizada por Mercohenares, S. A., filial también de la Empresa Nacional MERCORSA.

FERIAS Y MERCADOS GANADEROS

Los avances logrados en la producción ganadera debido a la introducción de nuevas y eficaces técnicas, han conducido a la necesidad de conseguir una mejora en la comercialización, a fin de que en todo momento se refuerce la posición negociadora del ganadero.

Si, por otra parte, se tiene en cuenta como premisa básica de actuación las garantías sanitarias del ganado que concurre a las ferias y mercados para su venta, se pone en evidencia la importancia que tiene el acondicionamiento adecuado de los recintos y lugares donde se reúnen los animales.

Siguiendo directrices marcadas en el II Plan de Desarrollo Económico y Social, han venido realizándose durante el año 1971 mejoras sustanciales en las instalaciones permanentes de los mercados que por su localización e importancia comercial se estimó más conveniente.

Estas mejoras están encaminadas a proporcionar, en primer lugar, unas condiciones higiénico-sanitarias que eviten la difusión de las enfermedades infecciosas, contagiosas y parasitarias, contribuyendo así a una mejora de la ganadería nacional.

Por otra parte, los servicios de información en cuanto a precios, calidades, situaciones del mercado, etc., proporcionan un mayor grado de transparencia al mercado, lo que contribuye a mejorar la comercialización.

La Orden Ministerial de 17 de agosto de 1968, por la que se clasifican los mercados ganaderos, en que se determina las condiciones que han de reunir y se dan normas para acogerse a subvenciones para su construcción,