

**LA MUNICIPALIDAD DE ROSARIO HA SANCIONADO LA SIGUIENTE**

**ORDENANZA  
(Nº 8.869)**

**Concejo Municipal**

**Visto:** Las diversas presentaciones y sucesivas reuniones que desde hace más de 2 años han venido realizando la casi totalidad de las instituciones representativas de los distintos sectores de la comercialización de productos cuyo principal rubro es el alimenticio: Pequeños, medianos comerciantes minoristas, como así también del comercio mayorista, todos ellos integrados por comerciantes vecinos de la ciudad de Rosario y que cuentan con sus comercios en el ámbito geográfico de nuestra ciudad, y

**Considerando:** Que el pequeño y mediano comercio ha sido y es uno de los principales motores del crecimiento económico y desarrollo social en la ciudad de Rosario y su región, con su diario trabajo su aporte personal y familiar, con sus ideas innovadoras cuando pueden desarrollarse.

Que además debemos tener en cuenta que la rentabilidad del pequeño y mediano comercio se vuelca fundamentalmente en nuestra ciudad constituyendo uno de los pilares de desarrollo local.

Que a partir de la entrada en vigencia de la Ley nacional de defensa de la competencia 25156, de la ley de defensa del consumidor 24240, de la ley provincial 12069 y la Ordenanza 7790 que regulan las grandes superficies comerciales, para evitar la concentración monopólica del comercio de alimentos, estas organizaciones empresariales de capital concentrado están generando el desarrollo de cadenas de comercios minoristas con distintos nombres, que desplazan a los tradicionales comercios minoristas barriales.

Que las condiciones internacionales de volatilidad de los mercados sumados a las condiciones favorables al consumo interno que se han producido en los últimos años han facilitado que los capitales financieros se estén volcando al comercio minorista barrial destruyendo por su propio peso específico la estructura de comercio barrial tradicional de la ciudad de Rosario.

Que estas nuevas modalidades incipientes en nuestro país, pero que han avanzado notoriamente en otros países fundamentalmente de Europa, están comenzando a producir en la ciudad de Rosario una distorsión del mercado minorista de alimentos.

Que se hace necesario intervenir en defensa de la competencia, la libre elección del consumidor y la protección del sano desarrollo de las pequeñas y medianas empresas con los puestos de trabajo que generan. Sobre todo cuando se encuentran amenazados por formas de comercialización que tienden a la concentración económica, y a la distorsión del mercado basándose en una falsa competencia que muchas veces atenta contra la calidad y la seguridad alimentaria de los consumidores, cumpliendo así con los mandatos constitucionales de respeto a los derechos del consumidor, defensa de la competencia y preservación y generación del empleo.

**Bases constitucionales de la potestad estatal de regular el mercado**

Con la reforma de 1994, se le dio rango constitucional a la "defensa de la competencia contra toda forma de distorsión de los mercados" (Art. 42).

Como los derechos no son absolutos sino que su ejercicio está sujeto a la ley que los reglamente dentro de los límites contenidos en el Art. 28 de la C.N., la idea de defender la competencia y de promover un mercado sin distorsiones, remite necesariamente al ejercicio de un poder de policía por parte del Estado que garantice estas premisas constitucionales.

No puede concebirse de otro modo la defensa de la competencia y de un mercado sano, sin una regulación estatal que garantice además el derecho de los usuarios y consumidores a gozar de los beneficios que de ella se derivan.

Queda claro que en la reforma constitucional de 1994: la tutela de los usuarios y consumidores a acceder a los beneficios de un mercado en competencia, libre de distorsiones.

Le corresponde al Estado aplicar las herramientas que legítimamente le confiere el texto constitucional, cuidando de no asfixiar con un intervencionismo innecesario la libre



iniciativa privada y la libertad de comerciar y contratar de los particulares; pero debe hacerlo desde una posición equilibrada que no renuncie a su deber de controlar que el despliegue de las fuerzas del mercado no afecten los derechos de los usuarios y consumidores, ni el interés económico general.

Esta facultad constitucional del Estado en materia de regulación se funda también en el inciso 19 del Art. 75 de la Carta Magna, que atribuye al Congreso la tarea de “*Proveer lo conducente al desarrollo humano, al progreso económico con justicia social, a la productividad de la economía nacional, a la generación de empleo...*”

Para ello, se amplía la tradicional cláusula del progreso (hoy Art. 75 Inc. 18, C.N.) llevando los nuevos términos a la asignación de atribuciones similares que mantienen las provincias (Art. 124 CN) y los municipios (Art. 123) de los artículos mencionados se desprende válidamente que la libertad de comerciar y contratar requiere de la presencia de un mercado sano y transparente, que el Estado debe regular teniendo en miras el interés inmediato de los usuarios y los consumidores, pero también el interés mediato del desarrollo humano y el progreso económico con justicia social, procurando el objetivo de plasmar una economía productiva y alentando la generación de empleo<sup>a</sup>.

La Constitución de la Provincia de Santa Fe, ya desde 1962, incorporó en su texto los denominados derechos de segunda generación que comprenden los derechos económicos, sociales y culturales a que nos estamos refiriendo.

El Art. 25 se refiere a la cuestión al declarar que “*El Estado provincial promueve el desarrollo e integración económicos de las diferentes zonas de su territorio, en correlación con la economía nacional, y a este fin orienta la iniciativa económica privada...*”

Promoción del desarrollo y orientación de la iniciativa privada son entonces herramientas de rango constitucional que justifican el poder de policía estatal en la regulación de aquellos aspectos de la economía que se justifiquen para corregir las distorsiones de los mercados que afectan la competencia.

Ello así, pues el poder de policía no sólo implica un aspecto de limitación de derechos, sino también un aspecto dinámico de realización, a través de lo que la Corte Nacional ha dado en llamar *policía de prosperidad*. (Fallos 208:497).

#### **El poder de policía municipal**

Conforme el Art. 5 de la Constitución Nacional, la Nación garantiza a las provincias “*el goce y ejercicio de sus instituciones*” bajo ciertas condiciones, entre las que se cuenta la de asegurar “*su régimen municipal*”.

A partir de la reforma constitucional de 1994, el contenido del régimen de los municipios provinciales se vincula con la autonomía municipal por la expresa remisión al Art. 5 que efectúa el Art. 123 de la C.N., remitiendo a la competencia constitucional local “*... el alcance y contenido en el orden institucional, político, administrativo, económico y financiero...*” de dicha autonomía.

También la Constitución de la Provincia de Santa Fe, en el Art. 107 de la misma establece las pautas de organización del municipio local, debemos destacar que el inciso 3° de dicha norma constitucional prevé la asignación de las atribuciones necesarias para una eficaz gestión de los intereses locales.

Esta atribución está genéricamente contemplada en la Ley Orgánica de Municipios N° 2756, que si bien refiere a los aspectos organizativos y la delimitación de las potestades de los órganos municipales y las fuentes de financiamiento, esboza los contornos del poder de policía municipal.

<sup>a</sup> No se nos escapa la amplitud de cuestiones que involucran el concepto de “mercado sano”, al punto tal que la doctrina económica encuentra a la información imperfecta como una de las principales fallas del mercado, y la consecuente intervención del Estado para su solución. La falta de información, o la información asimétrica conduce a una asignación de recursos diferente a la que ocurriría si se cumplieran los supuestos del modelo competitivo. Esta falla justifica la intervención del Estado, ya sea brindando la información correcta o regulando la provisión de esta por el sector privado. (v. cita de Fischer, Dornsbush, Schmalensee (1998) en “La eficiencia. Nuevo principio rector del accionar público”, por César Isa Farje, Gustavo Leone y Pablo Rangel”, RAP XXVI-1, pág. 294).



Horacio Rosatti, al exponer los distintos criterios de clasificación de las competencias de los municipios, pone en evidencia la evolución del concepto y su adaptación a los tiempos que corren (v. Tratado de Derecho Municipal, t. I. Pág. 185 y sgtes.)

Al estándar de Pedro José Frías que exponía que todo servicio territorialmente divisible, debía prestarlo el ente menor (porque percibe mejor la necesidad, se presta más económicamente y se lo controla mejor); se le puede agregar el criterio fundante basado en la determinación enunciativa, en la que se formula una enumeración de las funciones municipales y se completa la incumbencia con un estándar de carácter general, tal como las que prescribe la Constitución Santafesina.

Este criterio, que Antonio M. Hernández denomina mixto (Derecho Municipal, 1984, t. I, Pág. 340) es en suma el que adherimos con Rosatti, y el que en definitiva tiene mayor predicamento en la doctrina autoral.

Dentro de estas competencias –denominadas económica financieras- se inscribe la de “asegurar el expendio de los artículos alimenticios en las mejores condiciones de precios y calidad, organizando si fuera menester, la elaboración y venta de ellos” (Hernández, op. cit., pág. 341).

El poder de policía, entendido como técnica de limitación de los derechos subjetivos, se erige así como una de las herramientas con que cuenta el municipio en la gestión de los intereses locales (Ivan Cullen Exposición EN REUNION Comisión Mixta Decreto 34.004).

Dentro de tal poder de policía, además de las tradicionales facultades reconocidas al municipio: urbanismo, salubridad, tránsito, moralidad, etc., deben agregarse ahora –en el ámbito geográfico de su competencia- la “policía de la prosperidad” que exige medidas de acción positivas para preservar los derechos de los arts. 41, 42, 75 inc. 19 y 124 de la Constitución Nacional.

Justo es reconocer y resaltar que ya desde sus orígenes tempranos la Corte Nacional dio validez a reglamentaciones en las que se establecían, desde los poderes públicos, limitaciones al ejercicio de la actividad comercial e industrial basadas en razones de ordenamiento, moralidad y salubridad. (Iván Cullen - ibídem).

En el caso “Varios Puesteros próximos al Mercado Central”, resuelto en el año 1966 (Fallos 3:468), la Corte confirmó disposiciones que impedían a diversos comerciantes de carnes y verduras instalarse y vender sus productos en un radio de seis cuadras próximo a la ubicación del Mercado del Centro.

Se trata de un embrionario reconocimiento a la potestad estatal para regular lo atinente a lo que hoy denominaríamos **zonificación comercial**, haciéndolas prevalecer con fundamento en el “interés general”, por sobre otras consideraciones vinculadas con las bondades de la competencia comercial y el supuesto beneficio para los consumidores (conf. Rosatti, Horacio “Tratado de Derecho Constitucional”, T. I, pág. 536).

Desde ya que para que el ejercicio de tales potestades sea reputado legítimo, debe cumplir con la exigencia de razonabilidad lógica e indispensable exigida por la Corte Nacional, en orden a no alterar el contenido del derecho que se reglamenta (Art. 28 C.N.).

Deben concurrir a tal efecto, los siguientes requisitos: 1) fin público; 2) circunstancias justificantes; 3) adecuación del medio elegido al fin propuesto; y 4) ausencia de iniquidad manifiesta (CS, Fallos 199:483 “Inchauspe”, 256:241 “BCRA; 217:468 “Aaron Rabinovich”, entre muchos otros).

La razonabilidad constituye entonces la pauta orientadora del obrar estatal municipal a la hora de reglar aspectos del comercio en la gestión de los intereses locales.

La Provincia de Santa Fe en general, y la ciudad de Rosario específicamente, cuentan con antecedentes válidos en la aplicación de normas que ponen en ejercicio la potestad estatal de tutelar los intereses locales.

En lo que respecta por ejemplo a la comercialización mayorista y minorista de alimentos y bebidas, la Ordenanza 7220/01 ha sido el primer antecedente de regulación local de grandes superficies comerciales de venta minorista, comprendiendo en dicha regulación las cadenas de distribución y los locales con superficie mayor a los 1.800 m<sup>2</sup>.

Con el dictado de la ley 12.069 en el que la Provincia de Santa Fe estableció un régimen más amplio y abarcativo de la actividad de este sector –ampliándolo al rubro mayoris-



ta-, la Municipalidad de Rosario dictó en el año 2004 la Ordenanza N° 7790 que actualizó aquella normativa estableciendo un procedimiento de coordinación entre los niveles provinciales y municipales.

En fecha reciente la Corte Suprema de Justicia de la Nación tuvo oportunidad de entender en un caso en el que se cuestionaba la validez constitucional de una Ley regulatoria de las grandes superficies comerciales en la Provincia de Buenos Aires (ley N° 12.573), similar a la santafesina.

En su voto concurrente al voto mayoritario que rechazó la pretensión del emprendimiento DIA ARGENTINA, la Juez Argibay se pronunció expresamente sobre la validez de la normativa en cuestión, señalando, en lo que aquí interesa que: *“En sentido contrario a lo postulado por la demandante, la circunstancia de que la reglamentación local afecte de alguna manera actividades que, en otros aspectos, están reguladas por normas de derecho común, como el Código de Comercio y la Ley Nacional de Defensa del Consumidor (sobre esta última, Fallos: 324:4349), por sí sola no pone las normas provinciales referidas a la habilitación de locales comerciales en el campo del derecho común y por lo tanto en la exclusiva órbita del Congreso Nacional. Toda actividad económica está alcanzada por una miríada de regulaciones proveniente de diversas autoridades y jurisdicciones, en especial en un estado federal que garantiza, además, la autonomía municipal y, en ese sentido lato, cada uno de los respectivos ordenamientos ‘legisla sobre’ aspectos diversos de la producción e intercambio de bienes y servicios. Por lo tanto, si es propio de la organización del estado argentino que, según la comprensión indicada, diversas jurisdicciones ‘legislen sobre’ un mismo tipo de actividad, entonces esa sola circunstancia no puede ser un motivo para reputar inconstitucional alguna de ellas.”* (CSJN, “DIA ARGENTINA S.A. y OTRA c. PCIA. DE BUENOS AIRES s. ACCIÓN DE INCONSTITUCIONALIDAD”, rto. el 15/6/2010, voto de la Dra. Carmen Argibay, consid. 5°).<sup>b</sup>

Bajo esta óptica, una regulación municipal que atienda a aspectos exclusivamente locales de la regulación comercial y que tenga en miras la gestión del interés económico general del municipio, la salud pública, los derechos de los consumidores, etc., no entra en colisión ni con las normas nacionales que regulan el comercio *interjurisdiccional*, ni con las normas provinciales, hoy inexistentes en la materia que aquí nos ocupa, que puedan regular el comercio *intraprovincial*, siempre claro está, que la normativa cumpla con la exigencia de razonabilidad a que aludiremos seguidamente.

En la evolución del concepto de autonomía municipal, se inscriben las iniciativas como las que aquí se proponen.

Como señala el profesor Parejo Alfonso *“Las formas de actuación clásicas de la Administración, inspiradas por los principios de autoridad, ajenidad, sanción y ubicuidad, deben ir siendo superadas, poco a poco, por nuevas vías de coordinación, ponderación y priorización de intereses, concordancia práctica entre bienes y objetivos, persuasión e influencia en las relaciones sociales y económicas, planificación y cooperación con los demás sujetos del or-*

<sup>b</sup> Aún cuando no forma parte del presente análisis, se destacan en el voto de la Dra. Argibay algunas consideraciones acerca de la constitucionalidad de la ley regulatoria de las grandes superficies comerciales, que son útiles mencionar. Al rechazar el planteo de la firma DIA ARGENTINA S.A., señala que: **a)** la ley no apunta a eliminar competidores o incrementar el poder de mercado de algunos participantes, sino evitar que la provisión minorista quede concentrada en pocos locales de igual clase que la actora; **b)** no restringe la oferta; **c)** el criterio del impacto sobre los precios de las decisiones de gobierno, es excesivamente amplio para juzgar la validez de una norma, y no es el que la Constitución y las leyes designan como relevante o decisivo para la toma de decisiones públicas en el variadísimo espectro de las decisiones gubernamentales; **d)** no se ha demostrado cómo la ley perjudica los mecanismos de la ley de Defensa del Consumidor; **e)** el Decreto 228/91 debe ser compatibilizado con la amplitud de las atribuciones que las legislaturas provinciales se reservaron para promover el bienestar de sus poblaciones, proscribiendo cualquier interpretación extensiva de aquellas normas que introduzcan límites a dicho poder provincial; **f)** no se trata de una ley que verse sobre temas propios de la legislación nacional, sino del poder para dictar normas que reglamentan la habilitación de cierto tipo de locales destinados al comercio minorista, el cual es propio de las facultades de las provincias para establecer el modo de ejercicio de los derechos individuales en general, y para regular la práctica del comercio dentro de su territorio, en particular; **g)** las barreras de entrada al mercado y su efecto sobre los precios son elementos tomados en cuenta por las leyes nacionales para detectar prácticas de los participantes en el mercado, oferentes o demandantes de bienes y servicios, privados o estatales, pero no para contrarrestar las medidas que toma el gobierno en su condición de regulador de las actividades económicas.



*denamamiento jurídico*” (Parejo Alfonso, L. y otros “Manual de Derecho Administrativo”, vol. 1, 1998, p. 29/30).

Así fue también que el municipio dictó una Ordenanza que coadyuva con la legislación provincial y nacional en materia de protección de los intereses de los usuarios y consumidores, al crear mediante la Ordenanza N° 5442/92 la Oficina Municipal del Consumidor en la órbita del Concejo Municipal.

También dentro del concepto moderno y dinámico de gestión municipal, Rosario creó el Consejo Asesor de Defensa de la Vivienda Única y de los Bienes de Producción de los Pequeños y Medianos Empresarios (Ordenanza N° 7882/05).

Otro antecedente que interesa destacar consiste en la creación del Instituto del Alimento mediante el Decreto del Departamento Ejecutivo N° 2347/96, con el objetivo de “...implementar un efectivo contralor de las actividades, procesos, tecnologías, transporte y comercialización que mediaren o estuvieren comprendidos en todo lo referido a la alimentación humana.”.

También en el ámbito de la tutela de la salud, el municipio local ha ido más allá de las explícitas competencias otorgadas por la ley orgánica de municipalidades, disponiendo en el año 1992 la creación del Laboratorio de Especialidades Medicinales (L.E.M.) mediante Decreto del Intendente Municipal encargado de la fabricación, distribución y comercialización de medicamentos, tanto para efectores públicos como privados, locales, nacionales o extranjeros y transformado en sociedad del Estado mediante Ordenanza N° 6310/97.

Por último en el ámbito de la ciudad de Rosario no se deben dejar de mencionar las recientes Ordenanzas 8664 que legisla sobre la actividad del Helado artesanal y la 8679 que modifica la 4975/90 en su punto 6.4.3.22 que ordena la instalación de Estaciones de Servicio.

La referencia a legislaciones internacionales son sumamente valiosas a la hora de analizar este fenómeno de la comercialización de alimentos y su incidencia en países y regiones: Entre otra citaremos solamente las leyes de la República de Francia. Concretamente la ley 1196/73 denomina ley Roger y sus modificaciones ampliatorias como la Ley 603/96 conocida como Ley Raffarin en ella hemos observado como el sistema francés tiene la exigencia de un acuerdo específico entre la administración central con las Administraciones autonómicas, Provincias, Municipios y Comunas, los criterios de carácter comercial y urbanístico, los informes o licencias para la utilización del suelo y así permitir o rechazar con una gran base técnica, jurídica y económica la apertura de comercios en las zonas mencionadas. También en ella convergen los criterios de competencia “clara y leal” según dice la ley en su ART. 1 cuyas funciones son: **“satisfacer las necesidades de los consumidores en cuanto al precio, la calidad de servicios y los productos ofrecidos. Participar del desarrollo del empleo y contribuir al crecimiento de la competitividad de la economía nacional, animando la vida urbana y rural y mejorando su calidad.**

**Los poderes públicos deben velar porque la expansión del comercio y el artesanado permitan la expansión de toda forma de empresa, independientes, agrupadas, o integradas, evitando que un crecimiento desordenado de formas nuevas de distribución provoquen la destrucción o deterioro de la pequeña empresa o el derroche de equipamientos comerciales además de no convertirse en perjudiciales para el comercio”.**

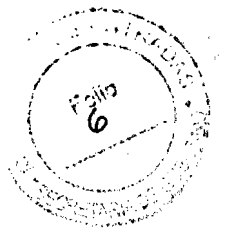
En el mismo sentido se expresan, la Ley española N° 7 /96 y sus modificatorias la legislación catalana Ley 17/2000 que modificó la Ley 1/1997, la legislación de Castilla y León Ley 2/1996 entre otras.

Hemos tomado solamente estos países a modo de ejemplo por tratarse la legislación francesa de la cuna del Hipermercado que tuvo que ir modificándose en defensa del comercio minorista y la recuperación de la vida barrial y la española por considerarla avanzada en materia de competencias regionales y municipales.

Por lo expresado se eleva para su aprobación el siguiente proyecto de:

## ORDENANZA

**Artículo 1°.- ALCANCES:** Se encuentra sujeta al régimen de la presente Ordenanza, la habilitación de las superficies comerciales que ocupen un área mayor a los cien metros cuadrados



(100m<sup>2</sup>) cubiertos, sea cual fuere la denominación que adopten –autoservicios, supermercados o las que en el futuro las sustituyan-, en los rubros de elaboración y/o comercialización a consumidores finales y a minoristas de productos comestibles, bebidas y artículos de limpieza en forma simultánea; como asimismo las carnicerías; sin perjuicio de lo dispuesto en la Ley Provincial 12.069, su Decreto reglamentario 1818/04 y Ordenanza 7790. Créase el Programa de Apoyo a las Carnicerías Locales, a fin de analizar la problemática del sector, realizando relevamientos de la cadena productiva, oportunidades de capacitación, acceso a nuevas tecnologías de comercialización, mecanismos de financiamiento, necesidades de soporte técnico, entre otros. A tal fin, el Departamento Ejecutivo Municipal elevará a este Cuerpo dentro de los 90 días la propuesta de proyectos especiales de apoyo que el sector requiera.

**Art. 2°.- DEFINICIONES:** A los fines de la aplicación de la presente Ordenanza se consideran:

1. Almacén, Granja y Minimercado: Los locales comerciales que ocupen una superficie mínima de dieciseis metros cuadrados cubiertos (16m<sup>2</sup>) y cuya superficie máxima no supere los 100 metros cuadrados cubiertos (100m<sup>2</sup>).
2. Autoservicios: Los locales comerciales que ocupen una superficie mínima de cien metros cuadrados cubiertos (100 m<sup>2</sup>) y cuya superficie máxima no supere los quinientos metros cuadrados cubiertos (500 m<sup>2</sup>).
3. Supermercados: Los locales comerciales que ocupen una superficie mínima de quinientos metros cuadrados cubiertos (500m<sup>2</sup>) requiriendo cocheras obligatorias para los que superen los mil metros cuadrados cubiertos (1000 m<sup>2</sup>).
4. Negocios Minoristas en Cadena: Los locales comerciales alcanzados en el art. 1° que no constituyan una Gran Superficie Comercial, prevista en la Ley 12.069 y que pertenezcan a una persona física o jurídica o grupo económico, o cuenten con una modalidad de desarrollo logístico y/o publicitario común a todos los locales, explotados por sí mismos o dados a concesión o franquicia; cualquiera sea la modalidad de comercialización: autoservicio, auto asistido, asistido por personal de la empresa o por sus dueños.

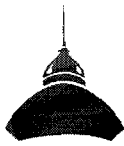
**Art. 3°.- RADIO DE PROTECCION:**

Se establece el criterio del Radio de protección para comercios de entre 100 a 1200 metros cuadrados de superficie cubierta, no pudiendo instalarse nuevos comercios dentro de los parámetros aquí dispuestos como distancias mínimas de separación entre locales ya habilitados y los que pretendan hacerlo.

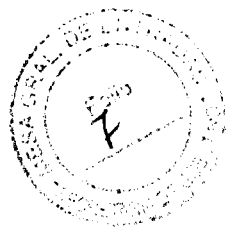
- 1) Establecimientos de más de cien (100) metros cuadrados cubiertos, hasta quinientos (500) metros cuadrados cubiertos, se establece una distancia mínima de separación de cuatrocientos metros (400).
- 2) Establecimientos de más de quinientos (500) metros cuadrados cubiertos, hasta mil (1000 mts<sup>2</sup>) metros cuadrados cubiertos, se establece una distancia mínima de separación de seiscientos metros (600).

Las distancias mínimas de separación de cada local alcanzado por la presente Ordenanza, se deben calcular desde los límites de medianera de los comercios habilitados, proyectándose por la acera de la vía pública.

**Art. 4°.-** Las distancias mínimas dispuestas por el radio de protección establecido en el artículo precedente, se revisarán por el término de 12 meses contados a partir del vencimiento del plazo establecido en el art. 9°. En dicho plazo, el Departamento Ejecutivo producirá información relativa al impacto económico-social de la aplicación de la norma, complementando los estudios con opinión fundada de Instituciones académicas en la materia. Asimismo, el Departamento Ejecutivo y el Concejo Municipal convocarán a mesas de diálogo a los fines de integrar opiniones de los diferentes sectores involucrados en la temática: representantes de las Cámaras Oficiales de Comercio; de Organizaciones Sindicales del sector; de las Asociaciones de Consumidores; de las ONGs afines; docentes e investigadores especializados en economía regional, entre otros. En dicho lapso, el Departamento Ejecutivo Municipal confeccionará un índice territorial de consumo per cápita, a los fines de garantizar el adecuado abastecimiento a la población y el cumplimiento de la normativa vigente en materia de protección de los derechos del consumidor. Asimismo, con la información producida y las conclusiones de las mesas de trabajo se propondrá la nueva normativa con vigencia definitiva.



Concejo Municipal de Rosario  
Dirección General de Despacho



**Art. 5°.-** Requisitos para la habilitación: Los comercios y actividades descriptos por los artículos precedentes, sin perjuicio de lo dispuesto por la Ley 12.069 y Ordenanza 7790 según los casos, deberán iniciar y concretar su habilitación de acuerdo a lo establecido en la presente norma. La autoridad de aplicación realizará el informe pertinente a los fines de verificar que la solicitud se adecúe a los parámetros establecidos en el Artículo 3 de la presente. En caso de adecuación se seguirá el trámite de la habilitación; caso contrario la solicitud será rechazada.

**Art. 6°.-** No quedan comprendidas dentro del radio de protección establecido por el Art. 3°, los trámites referentes a traslados, reformas, cambios de rubros y funcionamiento, transferencias y renovación de habilitaciones de las superficies comerciales detalladas por el artículo 2°, que estuvieran habilitadas.

Respecto de las ampliaciones las mismas podrán realizarse dentro los siguientes parámetros:

- a) Locales de 100 a 500 metros cuadrados cubiertos, que tengan una habilitación con una antigüedad mínima de un año, podrán ampliar en total hasta un 50% de la superficie cubierta y con una antigüedad mínima de tres años podrán ampliar en total hasta un 100% de su superficie cubierta.
- b) Locales desde 500 a 1200 metros cuadrados cubiertos, que tengan una habilitación con una antigüedad mínima de un año podrán ampliar en total hasta un 30% de su superficie cubierta y con una antigüedad mínima de tres años podrán ampliar en total hasta un 50% de su superficie cubierta.

**Art. 7°.-** Ante cada solicitud y de acuerdo a los parámetros establecidos por el artículo 3ro., se faculta al Departamento Ejecutivo Municipal para que, previo análisis socio económico, de saturación e impacto; pueda aplicar un porcentaje de reducción de las distancias dispuestas en un diez por ciento (10%) según el caso.

**Art. 8°.-** A los fines de procurar igualdad para los consumidores en zonas donde podría estimarse no existe una saturación del índice comercial, se establece para esas zonas una reducción en 100 metros de los parámetros establecidos en el art. 3 punto 1 y 2.

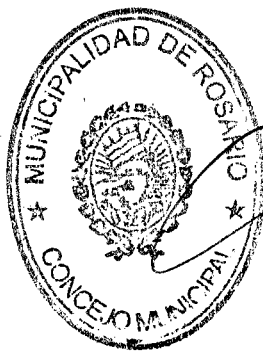
**Art. 9°.-** Atento que la implementación de la presente requiere de adecuaciones de organización y administrativas por las reparticiones municipales involucradas (relevamientos en terreno, información cartográfica, soporte informático, entre otros), la presente Ordenanza comenzará a regir a los sesenta (60) días corridos contados a partir de su promulgación.


**Art. 10°.-** Comuníquese a la Intendencia con sus considerandos, publíquese y agréguese al D.M.-

**Sala de Sesiones, 7 de Diciembre de 2011.**



  
Marisa Pugliani  
Secretaria General Parlamentaria  
Concejo Municipal de Rosario



  
Cjal. Miguel Zamarini  
Presidente  
Concejo Municipal de Rosario

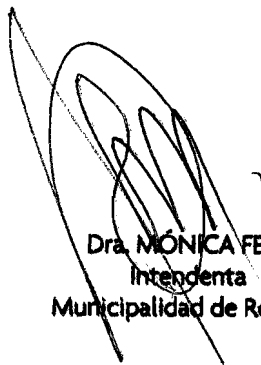
Exptes. Nros. 158.567-C-2007 C.M.; 158.568-C-2007 C.M.; 158.569-C-2007 C.M.; 158.570-S-2007 C.M.; 160.305-C-2007 C.M.; 169.155-C-2009 C.M.; 169.156-C-2009 C.M.; 169.157-S-2009 C.M.; 169.281-C-2009 C.M.; 180.457-C-2010 C.M.; 183.881-C-2010 C.M.; 189.776-P-2011 C.M.-

//sario, 4 de enero de 2012.

Cumplase, comuníquese, publíquese en el Boletín Oficial y dese a la Dirección General de Gobierno.



**FERNANDO ASEGURADO**  
Secretario de Gobierno  
Municipalidad de Rosario



**Dra. MÓNICA FEIN**  
Intendente  
Municipalidad de Rosario