

(S-0738/19)

PROYECTO DE COMUNICACIÓN

El Senado de la Nación

Solicita al Poder Ejecutivo Nacional para que, por intermedio de quien corresponda, se proceda a informar sobre los siguientes puntos:

1. Cuáles son las medidas para fortalecer los derechos de los consumidores en materia de información clara y precisa (no engañosa) con respecto a los “alimentos lácteos” aparecidos recientemente en el mercado (ej. obligando a informar el porcentaje de leche que contienen).
2. Cuáles son las medidas para promover la transparencia y competencia entre empresas que comercializan leche y que compiten con aquellas empresas que comercializan alimentos lácteos (ej. definiendo envases claramente distintos entre ambos productos).
3. Cuáles son las medidas para facilitar a los consumidores el acceso a información sobre estos productos y las diferencias con la leche (ej. campañas informativas en medios masivos de comunicación).
4. Consideran las autoridades del Ejecutivo que la aparición de estos productos lácteos agregan valor y nos posicionan como el “supermercado del mundo”.
5. Qué medidas se están implementando en la cadena láctea para que los consumidores accedan a leche en cantidad y calidad y los productores aumenten su oferta y sea una actividad rentable.

Fernando E. Solanas.-

FUNDAMENTOS

Señora Presidente:

En el último tiempo ha aparecido en bocas de expendio (tanto supermercados como comercios de barrio) un producto llamado “alimento lácteo con leche” o alguna denominación similar. El mismo se presenta en un formato como la leche y es muy difícil pensar que no lo es (envases típicos que se utilizan con la leche, fotos de un tambero, líquido blanco, varias veces la palabra leche, contenido de materia grasa, etc.).

Esta situación genera interrogantes en los consumidores: es o no leche?; si no es leche porque se presenta como tal?; cual es la composición del producto?; podemos suministrarlo a nuestros hijos con seguridad?; cuan nutritivo es?; es mejor que la leche?; sino es leche que precio es razonable pagar en función de su precio/calidad no conociendo esta última?; etc. Pero también surgen preguntas entre los productores: porque se ofrecen estos productos y no la leche que producimos?; en que calidad de producto final termina la leche producida?; como percibirán los consumidores la actitud de los productores que en lugar de suministrarles leche les suministran este producto?; etc.

Por parte del Estado debemos mencionar las funciones que poseen tanto la Secretaría de Comercio Interior (fortalecimiento de los derechos de los consumidores y la seguridad de los productos comercializados; autoridad de aplicación de la Ley de Defensa del Consumidor y de Lealtad Comercial; implementa políticas que promueven la transparencia y la competencia de los mercados, simplifican el comercio, y facilitan a los consumidores el acceso a información sobre bienes y servicios) como la Secretaria de Agroindustria (impulsar el diseño y ejecución de políticas públicas que aseguren una eficiente productividad, la generación de agregado de valor y el liderazgo en innovación y tecnología, facilitando así la inserción en el mundo de nuestros productos y servicios).

Por último mencionar la dirección totalmente equivocada de este tipo de apariciones de producto en nuestros comercios que van totalmente a contramano de lo que se propone como “agregado de valor” y “ser el supermercado del mundo”.

En razón de lo expuesto, solicito a mis pares se sirvan acompañar este Proyecto de Comunicación.

Fernando E. Solanas.-