

SESIONES ORDINARIAS
2000
ORDEN DEL DIA N° 202

COMISIONES DE AGRICULTURA Y GANADERIA
Y DE COMERCIO

Impreso el día 10 de mayo de 2000

Término del artículo 113: 19 de mayo de 2000

SUMARIO: Campaña nacional de promoción del consumo y exportación que encala el Estado con las carnes y los vinos. Incorporación de la yerba mate y otros productos regionales. Solmoriago y Gómez de Marelli. (873-D.-2000.)

Dictamen de las comisiones

Honorable Cámara:

Las comisiones de Agricultura y Ganadería y de Comercio han considerado el proyecto de declaración del señor diputado Solmoriago y de la señora diputada Gómez de Marelli, por el que se solicita al Poder Ejecutivo disponga incorporar la yerba mate a la campaña nacional de promoción del consumo y exportación que encara el Estado con las carnes y los vinos; y, por las razones expuestas en el informe que se acompaña y las que dará el miembro informante aconsejan la aprobación del siguiente

Proyecto de declaración

La Cámara de Diputados de la Nación

DECLARA:

Que vería con agrado que el Poder Ejecutivo, a través del organismo que colresponda, incorpore la yerba mate y otros productos regionales que surgen, a la campaña nacional de promoción del consumo y exportación que encara el Estado con las carnes y los vinos, a efectos de lograr un mejor posicionamiento tanto en el mercado interno como externo.

Sala de las comisiones, 4 de mayo de 2000.

*Héctor R. Romero. — Rafael H. Flores.
— Francisco A. García. — Mirian B.*

Curletti de Wajsfeld — Miguel A. Giubergia. — Luis M. Díaz Colodrero — Julio C. Conca. — Guillermo E. Alchourón. — Antonio A. Romano. — Atlanto Honcheruk. — Alberto Briozzo — Mario A. Cafiero. — Fortunato R. Cambareri. — Mario O. Capello. — María R. D'Errico. — Zulema B. Daher. — María R. Drisaldi. — José O. Figueroa. — Jorge O. Folloni. — Carlos R. Iparraguirre. — Arnoldo Lamisovsky — Enrique O. Martínez. — Juan C. Olivero. — Ricardo A. Patterson — Alejandro A. Peyrou. — Sarah A. Picazo. — Rosa E. Tulio.

INFORME

Honorable Cámara:

Las comisiones de Agricultura y Ganadería y de Comercio al considerar el proyecto de declaración del señor diputado Solmoriago y de la señora diputada Gómez de Marelli, creen innecesario abundar en más detalles que los expuestos en los fundamentos que lo acompañan, por lo que los hacen suyos y así lo expresan.

Héctor R. Romero.

FUNDAMENTOS

Señor presidente :

Durante mucho tiempo se ha venido reclamando sistemáticamente que nuestro país debe encalar de manera organizada entre el Estado y el sector privado una política de desarrollo activo en promoción y marketing de los productos fabricados por la industria local.

Este desafío tendía una connotación de "campana nacional de promoción" que indudablemente beneficiaría no sólo a los productos involucrados directamente en dicha campana sino también a toda la industria nacional, ya que se comenzaría a forjar la tan mentada "imagen país" necesaria para alcanzar con algún éxito los mercados internacionales.

Muchos países recurren en actualmente a diversos recursos de marketing y efectos publicitarios intentando recrear la atmósfera que permita relacionar a un determinado producto apoyándose en la imagen del país de origen. Un denominador común es echar mano a figuras del deporte o del arte en general de relevancia mundial, así como también paisajes y lugares caracterizados por cierta fama en el turismo mundial.

El reconocimiento internacional de una estrella del deporte, de la música o la danza y un centro turístico internacional otorgan al productor o al país promocionado en el exterior el prestigio nece-

sario para lograr que el potencial comprador vea reflejada cierta **seguridad y** confianza en la operación comercial.

Nuestro país dispone de estos recursos. Lo que no tiene es el objetivo claro y la voluntad empresarial y política para desafiar los mercados mundiales, impidiéndole desarrollar una estrategia de posicionamiento seria.

Recientemente, la Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Nación en forma conjunta con un grupo de empleados y productores agropecuarios decidió encarar profesionalmente este tema programando en forma conjunta una campaña de promoción para diversos cortes de carne y vinos para el mercado interno y externo.

Consideramos que la difícil situación que atraviesa el sector yerbatero justifica claramente su inclusión en una campaña de promoción como la que se desarrolla con la carne y los vinos.

El sector primario de la actividad yerbatera se encuentra atravesando una de las crisis más graves de su historia llegando al extremo de considerarse una producción no sustentable.

La producción yerbatera es agredida actualmente por una sobreoferta de producción, la evasión impositiva, el trabajo en negro y las transgresiones al código alimentario.

La sobreoferta presiona fuertemente sobre el precio e induce al no cumplimiento de las obligaciones fiscales vigentes con el consiguiente perjuicio para el fisco nacional.

Por otro lado, la apertura económica, que debería ser una herramienta de la producción para conquistar nuevos mercados, no cumplió con su objetivo por la falta de competitividad. Ejemplo de ello es la relación comercial con Brasil, donde acentuamos nuestra desventaja competitiva, perdiendo el más importante mercado yerbatero que demandaba varios millones de kilogramos.

Consideramos que la yerba mate merece y necesita una política de Estado, una política sectorial activa que permita al sector solucionar todos los aspectos relacionados con el normal desarrollo de la actividad.

Esta situación de crisis puede revertirse si se alienta la expansión del consumo de la yerba mate dentro del país y en el exterior a través de una acción de promoción en forma conjunta entre productores, industria y Estado, ya que el establecimiento de esa política permitirá ir conquistando distintos mercados.

Creemos que ésta es la forma de organizar los valiosos esfuerzos individuales tanto del sector privado como del Estado, de participación en ferias o exposiciones internacionales y diversas promociones puntuales que se realizan en las oficinas comerciales de las embajadas.

Esta actitud de complementación contribuirá seguramente a producir un cambio profundo conceptual sobre la difícil tarea de ganar mercados internacionales.

Raúl J. Solmoirago. — Mabel Gómez de Marelli.

ANTECEDENTE

Proyecto de declaración

La Cámara de Diputados de la Nación

DECLARA:

Que vería con agrado que el Poder Ejecutivo, a través de la Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Nación, incorpore la yerba mate y otros productos a la campaña nacional de promoción del consumo y exportación que encara el Estado con las carnes y los vinos, a efectos de lograr un mejor posicionamiento tanto en el mercado interno como externo.

Raúl J. Solmoirago. — Mabel Gómez de Marelli