
SESIONES ORDINARIAS
2000
ORDEN DEL DIA N° 207

COMISION DEL MERCOSUR

Impreso el día 11 de mayo de 2000

Término del artículo 113 22 de mayo de 2000

SUMARIO Sello o isotipo identificatorio para los
bienes y servicios producidos en el Mercosur
Creación. Raimundi y otros. (1.435D.-2000.)

Dictamen de comisión

Honorable Cámara:

La Comisión del Mercosur ha considerado el proyecto de resolución del señor diputado Raimundi y otros señores diputados, por el que se solicita al Poder Ejecutivo disponga impulsar en la próxima reunión del Grupo Mercado Común (Subgrupo Normas Técnicas) la creación de un sello o isotipo identificatorio para los bienes o servicios producidos en el Mercosur ; y, por las razones expuestas en el informe que se acompaña y las que dará el miembro informante aconseja su aprobación.

Sala de la comisión, 3 de mayo de 2000.

*Alfredo Neme-Scheij. — Ricardo H.
Vázquez — Marcelo L. Dragan. —
Carlos A. Raimundi. — Alberto N.
Briozzo. — Enrique G. Cardesa. —
Carlos A Castellani. — Enzo T.
Herrera Páez — Carlos R. Iparraguirre.
Beatriz M. Leyba de Martí. —
Eduardo G. Macaluse. — Jorge A.
Obeid. — Jesús Rodríguez. — Pedro
Salvatori — Jorge R. Solmoirago.
Luis A. Trejo.*

Proyecto de resolución

La Cámara de Diputados de la Nación

RESUELVE:

Solicitar al Poder Ejecutivo para que impulse
en la próxima reunión del Grupo Mercado Común

(Subgrupo de Normas Técnicas) la creación de un sello o isotipo identificatorio para los bienes y servicios producidos en el Mercosur que cumplan con los requerimientos y normas de calidad que establezca el Grupo Mercado Común, establecimiento al Subgrupo de Normas Técnicas como la autoridad competente para el otorgamiento de dicha certificación de calidad.

Carlos A. Raimundi. — Alberto N. Briozzo. — Teresa B. Foglia. — Ricardo H. Vázquez

INFORME

Honorable Cámara:

La Comisión del Mercosur al considerar el proyecto de resolución del señor diputado Raimundi y otros señores diputados, cree innecesario abundar en más detalles que los expuestos en los fundamentos que lo acompañan, por lo que los hace suyos y así lo expresa.

Alfredo Neme-Scheij.

FUNDAMENTOS

Señor presidente :

Cuando se analizan diversas medidas para incrementar la competitividad de la oferta productiva regional, existe cierta recurrencia en utilizar casi con exclusividad instrumentos que permitan bajar los costos, con la intención de posibilitar una mejor inserción internacional de los productos. Sin lugar a dudas esto es necesario hacer en muchos productos. Pero si se busca participaciones en segmentos de mercados muy exigentes, donde el precio no es la variable determinante de la decisión de compra, otras deben ser las medidas para lograr la ansiada competitividad.

Existe una variedad de mecanismos para incorporar elementos de diferenciación objetiva y subjetiva que posibiliten obtener preferencias de la demanda internacional.

La idea de impulsar la discusión ante el Grupo Mercado Común de la creación y aplicación de un sello o isotipo identificatorio para los bienes y servicios producidos en el Mercosur que cumplan con los requerimientos y normas de calidad está pensada en ese sentido. Estos instrumentos buscan incrementar la competitividad a partir de la diferenciación en el ámbito de la calidad. Las normas de producto, de gestión ambiental, y de seguridad y salud organizacional "ISO" (International Standard Organization), las "HACCP" (Hazard Analysis Critical Control Point) o similares, son normas de aseguramiento de la calidad que cada día son más exigibles por los distintos mercados,

El uso de certificaciones debe, para ser un instrumento eficaz de diferenciación, estar vinculado con un protocolo de calidad, que establezca estándares y condiciones para acceder a su utilización. Creemos que se debería establecer al Subgrupo de Normas Técnicas como la autoridad competente para el otorgamiento de dicha certificación de calidad.

De esta manera al tener un efecto práctico positivo (aumento de las ventas) la certificación actuará como un importante incentivo a la actualización de la actividad empresaria.

En otro orden de cosas, pero siempre vinculado con el tema de la diferenciación, otros bloques regionales han empezado a construir una fuerte "imagen región", a fin de que las empresas se beneficien de las características generales pero diferenciales que la "marca región" brinda. Los elementos para la construcción de la "imagen región" son varios y deben ser coordinados para que actúen mancomunadamente.

Por todo ello, es que pongo este proyecto a disposición de mis pares solicitando su apoyo.

Carlos A. Raimundi. — Alberto N. Briozzo. — Teresa B. Foglia. — Ricardo H. Vázquez