



2020 – Año del General Manuel Belgrano

La Honorable Cámara de Diputados y el Senado de la Nación

Sancionan con Fuerza de Ley:

PROYECTO DE LEY

LEY RÓTULOS FRONTALES DE ALERTA EN PRODUCTOS CON PRESENCIA DE JARABE DE MAÍZ DE ALTA FRUCTUOSA.

CAPÍTULO I Disposiciones generales

ARTÍCULO 1°- Objeto. La presente Ley tiene por objeto regular el etiquetado de todos los alimentos y bebidas destinadas al consumo humano que contengan entre sus ingredientes jarabe de maíz de alta fructuosa.

ARTÍCULO 2°- Son objetivos de la presente Ley:

- a. Mostrar de manera clara, accesible y veraz al consumidor que el producto que va adquirir está elaborado con este endulzante.
- b. Garantiza un mejor acceso a la información.
- c. Concientizar acerca de la nocividad del consumo de jarabe de maíz de alta fructuosa.
- d. Permitir elegir al consumidor su alimentación con mayor discernimiento.
- e. Facilitar la elección de alimentos más saludables.
- f. Promover la producción vinculada a las economías regionales del país, que provean de endulzantes optativos al jarabe de maíz de alta fructuosa.

CAPÍTULO II Definiciones

ARTICULO 3°: A los efectos de la presente ley, se entiende por:

- a) Jarabe de maíz de alta fructuosa. Es el producto obtenido de la hidrólisis del almidón seguida de procesos enzimáticos y de refinación. Asimismo, es un endulzante derivado del jarabe de maíz, el cual se procesa desde ese cereal, compuesto

principalmente de fructosa y glucosa, utilizado para endulzar alimentos procesados y bebidas.

- b) Etiquetado: Es toda inscripción, leyenda o imagen adherida que se halle escrita, impresa, estarcida, marcada en relieve o hueco grabado o adherida al envase de un alimento y/o bebida.
- c) Rótulo frontal de alerta. Letrero o inscripción con que se indica o da a conocer el contenido de jarabe de maíz de alta fructuosa en todo alimento o bebida, envasado en ausencia del consumidor y listo para ser ofrecido, que debe colocarse en la parte frontal del envase de manera gráfica y textual.
- d) Publicidad efectuada por alimentos y bebidas con jarabe de maíz de alta fructuosa. Es toda forma de comunicación, recomendación o acción comercial con el fin, el efecto o posible efecto de promover directa o indirectamente el consumo de bebidas y alimentos con ingrediente de jarabe de maíz de alta fructuosa.

CAPÍTULO III Rotulado frontal de alerta

ARTÍCULO 4- Aspecto del rótulo. La Autoridad de Aplicación será la encargada de establecer las características del rotulo de alerta de alimentos y bebidas en función de las recomendaciones emanadas por la Organización Mundial de la Salud y deberá:

- a) Incluirse en la parte frontal del envase conteniendo el texto: "CONTIENE JARABE DE MAÍZ DE ALTA FRUCTUOSA",
- b) Ser visible para el consumidor, no podrá ser tapado u ocultado por ninguna leyenda ni logo
- c) Encontrarse de manera separada de la información nutricional e información de ingredientes.

ARTÍCULO 5°-Tamaño y color. El tamaño del rótulo frontal de alerta no debe ser menor al QUINCE PORCIENTO (15%) de la superficie total de la cara principal del envase. El color del rótulo deberá ser de color negro con letras blancas. En caso que el color del envase o de la etiqueta sea negro, el rótulo frontal de alerta deberá ser blanco con letras negras.

ARTÍCULO 6°- La sola presencia entre los ingredientes de jarabe de maíz de alta fructuosa exige la utilización del rótulo frontal de alerta, sin importar la cantidad utilizada de dicho endulzante y los niveles de composición del mismo.

ARTÍCULO 7°- Sujeto obligado. Es responsable del rotulado frontal de alerta todos los fabricantes, productores, distribuidores e importadores de alimentos y bebidas con cuya razón social se comercialice el alimento o bebida que contenga entre sus ingredientes jarabe de maíz de alta fructuosa, apta para el consumo humano.

CAPÍTULO IV Publicidad

ARTÍCULO 8°- En toda publicidad efectuada por alimentos o bebidas alcanzadas por la presente Ley, sea cualquiera el medio de comunicación y/o plataforma digital donde se publicite, deberán mostrar de forma clara el rótulo frontal de alerta en caso de televisión y/o plataformas digitales respetando diseños y formatos,. Asimismo y en caso de un anuncio comercial en radiodifusión deberá incluirse leerse la leyenda “CONTIENE JARABE DE MAÍZ DE ALTA FRUCTUOSA”

ARTÍCULO 9°- La autoridad de aplicación del presente Capítulo será el Ente Nacional de Comunicaciones en el ámbito de sus competencias quien establecerá la instrumentación para el caso de las publicidades.

CAPÍTULO V Autoridad de aplicación

Artículo 10°- Autoridad de aplicación. Será autoridad de aplicación de la presente Ley los organismos de mayor jerarquía en materia de comercio y salud en los ámbitos de sus competencias que determine el Poder Ejecutivo Nacional.

ARTÍCULO 11°- Funciones. Serán funciones de la autoridad de aplicación:

- a. Fiscalizar el cumplimiento de la presente Ley en conjunto con las autoridades competentes de las provincias y de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.
- b. Corroborar con análisis propios la información indicada en la rotulación de los alimentos en cuanto a la utilización de jarabe de maíz de alta fructuosa.
- c. Elaborar un registro de alimentos y bebidas que entre sus ingredientes utilicen este endulzante.

- d. Llevar adelante campañas de concientización sobre los riesgos que conlleva el consumo de este endulzante, destinadas a consumidores.
- e. Llevar adelante campañas que alienten la utilización de endulzantes optativos más saludables vinculados a economías regionales, orientadas a los productores.
- f. Determinar multas, sanciones, decomisos y clausuras en caso de violación de la presente Ley cuya recaudación será utilizada para llevar adelante las campañas mencionadas en el inciso d. y f. del presente artículo.
- g. Dictar disposiciones complementarias.

CAPÍTULO VI. Régimen de infracciones

ARTÍCULO 12°- Se aplican a la presente Ley las sanciones provistas por el Código Alimentario Argentino y por la Ley 22.802 de Lealtad Comercial, sus disposiciones, modificatorias o Ley que en el futuro las reemplace.

ARTÍCULO 13°- En caso de que la infracción vulnere el derecho al consumidor será aplicables las sanciones provistas por la Ley 24.240, sus disposiciones, modificatorias o Ley que en el futuro la reemplace.

CAPÍTULO VII. Disposiciones finales

ARTÍCULO 14°- Progresividad. La presente Ley entrará en vigencia desde su publicación en el Boletín Oficial teniendo los sujetos obligados un plazo de NOVENTA (90) días para adecuarse a la norma. Dicho plazo podrá ser prorrogado por NOVENTA (90) días más en el caso de PYMES.

ARTÍCULO 15°- Invitase a las provincias y a la Ciudad de Buenos Aires a adherir a la presente Ley.

ARTÍCULO 16°- Comuníquese al Poder Ejecutivo Nacional.



FUNDAMENTOS

Señor Presidente,

El presente proyecto tiene por objeto crear un sistema de rotulado de los envases de aquellos alimentos o bebidas que contengan Jarabe de Maíz de Alta Fructuosa (JMAF). De acuerdo a nuestro Código Alimentario, el artículo 778 ter (res.489.29.12.78), se entiende por jarabe de maíz alta fructuosa al producto obtenido por hidrólisis completa del almidón, seguido de procesos enzimáticos y de refinación. Este jarabe que funciona como endulzante tiene severas consecuencias para la salud de los consumidores, se encuentra presente en muchos alimentos procesados y bebidas dado su costo inferior a otros tipos de endulzantes, además algunos científicos aseguran que al ser más dulce, es más adictivo. La presencia de este nocivo ingrediente al momento solo aparece enunciado dentro de la lista de ingredientes del alimento o bebida, en muchos casos incluso bajo la sigla “JMAF” dificultando al consumidor saber de qué se trata ese ingrediente que forma parte principal de lo que está consumiendo.

Es por ello que el presente proyecto de Ley no solo busca advertir la presencia de este producto a través de un sistema de rotulado de advertencia en la cara frontal de los envases, sino que también se buscan llevar adelante campañas que concienticen e informen al consumidor sobre los daños que genera para la salud el JMAF, además de fomentar el desarrollo de endulzantes alternativos más naturales en el amplio entramado de nuestras economías regionales.

Según lo explica la Nutricionista Luisina Del Río, en la gacetilla de prensa de la Asociación argentina de dietistas y Nutricionista dietistas, de julio de 2017: “Existe evidencia científica reciente que asocia el elevado consumo de fructuosa con diversas alteraciones en la salud: malabsorción, distensión abdominal, diarrea. Y el consumo prolongado puede producir Síndrome Metabólico, obesidad, hiperglucemia, hipertensión arterial; factores de riesgo para desarrollar enfermedades cardiovasculares, o diabetes.” Aclarando además que esta es una sustancia procesada, no se encuentra presente en frutas, verduras o miel que contienen fructuosa de forma natural, en baja concentración y diluido en agua. Por otro lado resaltamos el estudio realizado por la Procuraduría Federal del Consumidor de México, país



que ha cuestionado y trabajado muchísimo para limitar el uso de este producto, dedicado al componente conocido como JMAF, del 27 de marzo de 2020. Para la ProFeCo, el JMAF es un aditivo barato, potente y carente de nutrientes, que además prolonga el tiempo de caducidad de los alimentos.

La obesidad es un problema global del cual Argentina no escapa, en las últimas tres décadas la tasa de obesidad global se ha duplicado y ahora viven en el mundo más de 500 millones de personas obesas. Este exceso de grasa corporal está causando 3 millones de muertes cada año, según cifras de la OMS. Esta epidemia para algunos fue causada por el estilo de vida sedentario, asociado para otros con los alimentos que consumimos. Uno de los cambios más grandes en nuestra dieta se produjo a partir de los años 70, cuando la industria agrícola de EEUU se embarcó en la producción masiva del maíz y del JMAF, este último utilizado en todo el mundo como edulcorante de alimentos procesados, produciendo un incremento masivo de las cantidades de alimentos baratos, abasteciendo a los supermercados estadounidenses, desde cereal hasta galletitas a bajo precio. De esta manera es que se hace indispensable otorgarle y facilitarle al consumidor los elementos necesarios para poder determinar sin lugar a confusión, el tipo de producto que está consumiendo.

Haciendo un análisis comparado, resulta sumamente oportuno analizar lo sucedido en Mexico, sobre todo en lo referente al impacto que el desarrollo del JMAF en la industria azucarera. Y en este sentido, indicamos que es objetivo de esta ley, también, promover y sostener el desarrollo de nuestras economías regionales, en cuanto al impacto que estas tienen en el desarrollo territorial hacia el interior del país, principalmente.

Además de producir alimentos naturales, las Economías Regionales tienen impacto socioeconómico muy importante. El uso alternativo de **jugos y concentrados de jugos, como así mismo inclusive el azúcar de caña**, impactan muy positivamente en el crecimiento de nuestras economías regionales además de ser más saludables para el consumo humano, impacto positivo en la medida en que al mismo tiempo trabajemos en una correcta distribución de la renta, para lograr precios a los sectores más débiles que permitan continuar la actividad, es decir, precios con rentabilidad positiva.



Es por ello que este proyecto es complemento de cualquier otro que otorgue beneficios fiscales a quienes utilicen productos naturales como edulcoración.

Para evaluar el impacto en las economías regionales tomemos en consideración los datos que a continuación transcribimos¹:

VITIVINICULTURA

Argentina es el quinto productor mundial de vino y el décimo exportador, con una participación del 2,6% del comercio mundial. Se ubica dentro del grupo de países denominados del Nuevo Mundo, junto con Estados Unidos, Chile, Australia, Nueva Zelanda y Sudáfrica, diferenciándose de los productores tradicionales del Viejo Mundo como Italia, Francia y España, que lideran la producción mundial. También es el segundo exportador mundial de mosto, con una participación del 17% en el comercio mundial.

Las principales provincias productoras de vino son Mendoza y San Juan, concentrando el 76% y 18% de la producción, respectivamente. Otras provincias productoras destacadas son La Rioja, Salta, Catamarca, Neuquén y Río Negro.

La producción primaria se encuentra fuertemente atomizada. El área destinada al cultivo comprende más de 224 mil hectáreas distribuidas en 25 mil viñedos. Es un eslabón heterogéneo en términos de escala, antigüedad de las plantaciones, tecnología y vinculación entre agentes de la cadena. La etapa de elaboración de vino y mosto presenta cierta desconcentración, registrándose 1.284 bodegas con alta participación de pequeñas y medianas empresas. Se evidencia mayor concentración en la etapa de fraccionamiento, especialmente de vino genérico. El 92% de la uva cultivada se destina al vino, correspondiendo un 54% a variedades tintas, un 26% a rosadas y el 20% restantes a blancas. En el año 2015, se elaboraron 17,7 millones de hectolitros, de los cuales el 75% se destinaron a la elaboración de vino y el 25% a la producción de mosto. Del vino elaborado, el 64% corresponde a vino genérico y el 36% a vino con certificación varietal.

El 80% de la producción total de vinos se destina al mercado doméstico.

¹INFORMES:Citrícola y vitivinícola: estudios de cadenas de Valor, CAME,economías regionales. Azúcar, carozo y otros: estudios de cadena de Valor del Gobierno de la República Argentina, años 2017 a 2019, SSPMicro con base en SENASA.



El comercio internacional presenta saldo favorable. Las exportaciones adquirieron relevancia a partir de la reestructuración de la cadena de valor iniciada en los años noventa. El 93% de las exportaciones argentinas corresponde a vinos varietales, entre los principales destinos se encuentran Estados Unidos (37% de participación en volumen y 37% en valor), Reino Unido (13% de participación en volumen y 11% en valor), Canadá (10% de participación tanto en volumen como en valor) y Brasil (5% de participación en volumen y 6% en valor). La producción de mosto se despacha en un 87% a mercados externos. Los principales destinos de exportación son Estados Unidos (40% de participación en volumen y 37% en valor), Sudáfrica (20% de participación en volumen y 20% en valor), Japón (15% de participación en volumen y 14% en valor) y Canadá (10% de participación en volumen y 9% en valor).

La producción mundial de vinos tuvo un leve crecimiento en los últimos cinco años. Paralelamente, desde la demanda, se observa una tendencia de más largo plazo que muestra una reducción en el consumo de vinos, tanto en el nivel local como en el internacional. El mayor impacto se registra en el segmento de vinos genéricos, sustituidos por bebidas de menor graduación alcohólica como la cerveza. Los nuevos consumidores demandan vinos de alta consistencia y calidad.

CITRICULTURA

La producción citrícola argentina creció aceleradamente desde mediados de los '80, acompañada por mejoras tecnológicas en toda la cadena que le asignaron eficiencia y productividad. Desde que comenzó su expansión, la actividad se posicionó como una fuente dinamizadora de la producción y el empleo en las economías regionales.

Con una producción anual de cítricos frescos que promedió las 2.897.271 tn en 2010- 2014, la citricultura es una de las principales actividades agropecuarias de la región noreste y noroeste del país, especialmente en Tucumán, Entre Ríos, Corrientes, Jujuy y Salta.

En épocas de buena cosecha absorbe más de 110.000 empleos directos y 165.000 indirectos. El complejo citrícola aporta más de 660 millones de dólares anuales por exportaciones, y genera un valor bruto de producción anual de US\$ 1.160 millones.

Eso ha permitido que la Argentina se destaque entre los diez principales productores de cítricos del mundo y como el principal exportador de limón. Los citrus locales se exportan a más de 70 mercados. En 2014 las plazas más relevantes fueron Rusia, España, Holanda, Italia, y Paraguay. Más de la mitad de los envíos externos son limones. Los cítricos dulces, en cambio, se destinan mayormente al mercado interno. Pero como la mayoría de las producciones agropecuarias, la citricultura es una actividad cíclica, muy dependiente de factores exógenos como el clima, los precios, la oferta y demanda mundial, y permeable a cuestiones coyunturales del país, como el tipo de cambio, los costos internos, y las políticas de gobierno.

Actualmente el sector atraviesa momentos delicados. En 2014 la producción cayó 8.2%, afectada por la mala cosecha de limón en el norte argentino. Las zonas productoras de limones se vieron muy afectadas por las heladas del invierno 2013 y las altas temperaturas y falta de lluvias del verano 2014. Ya en 2012 la producción cítrica había registrado una baja muy fuerte en todas las variedades, y en 2013 la caída afectó sobre todo a los cítricos dulces.

Los últimos años tampoco han sido los mejores para la exportación, que convivió con fluctuaciones causadas por la menor demanda mundial tras la crisis financiera de 2008, la menor competitividad cambiaria local, una política interna que no estimuló la exportación, la ausencia de tratados comerciales favorables, y la menor producción. La normalización de las condiciones climáticas en 2015 anticipa un repunte en la producción, aunque leve, ya que la recuperación de las plantas requiere más tiempo. La producción primaria en 2015 sería cercana a 2,8 millones de tn, acercándose a los valores promedio de 2008-2013 y Argentina podría volver a ocupar el octavo puesto en el ranking de producción mundial.

FRUTA DE CAROZO

La fruta de carozo comprende al durazno, ciruela, pelón y damasco. Representa alrededor del 10% del total de frutas del país. Se destacan la ciruela y el durazno, con variedades específicas para fresco e industria, siendo estas últimas las más relevantes.

La principal provincia productora es Mendoza (83%), por sus características climáticas propicias. Otras zonas productoras son Buenos Aires, Río Negro, San Juan y Neuquén.



La fruta en fresco representa el 26% del cultivo de durazno y ciruela en la provincia de Mendoza y ocupa 8.000 hectáreas. La fruta destinada a la industria representa el 74% restante, donde la superficie implantada de durazno y ciruela para industria alcanza las 25,7 mil hectáreas.

El funcionamiento de la cadena comprende la producción primaria que presenta una marcada heterogeneidad y atomización; el acondicionamiento y conservación de fruta en fresco que varía sus características según la provincia pero que en todos los casos comparte su capacidad productiva con otras frutas; el preparado industrial y comercialización. En Mendoza, existen en la industria 35 plantas (enlatadoras, pulperas y mixtas) y se estiman alrededor de 1.500 secaderos. Las principales empresas se encuentran integradas y concentran casi la totalidad de las ventas externas.

Las frutas de carozo destinan un muy bajo porcentaje de su producción a la exportación en fresco. Los principales productos exportados son los duraznos en conserva y la ciruela desecada. Para los duraznos en conserva los principales destinos son Uruguay, Bolivia y Paraguay; para la ciruela desecada con carozo, Brasil aparece como el principal demandante. En la ciruela sin carozo, los destinos principales son Rusia, Brasil y España. Prácticamente la totalidad de la exportación nacional corresponde a la provincia de Mendoza.

Argentina y Chile se encuentran entre los principales productores de durazno en lata a nivel mundial, ocupando el sexto y séptimo puesto respectivamente. En el comercio exterior, Argentina se ubica en el octavo lugar entre los exportadores con una participación del 3% del total vendido. Los principales países importadores son EE.UU., Alemania, México, Japón y Reino Unido. Argentina destina su producción centralmente al mercado interno y a países del Mercosur, prácticamente no tiene participación en los principales mercados consumidores. Por su parte, Chile es el segundo productor mundial de ciruelas secas, seguido por Francia y Argentina. A su vez, Argentina ocupa el cuarto lugar entre los exportadores mundiales con una participación del 11%. En tanto, los principales mercados de destino de la ciruela desecada son Alemania, Brasil, Italia, Reino Unido y Japón. Argentina es un proveedor relevante en el mercado brasileño.

La tendencia de la producción primaria mundial de durazno es levemente creciente. Los productores tradicionales (especialmente, Unión Europea y Estados Unidos) experimentaron una caída en sus producciones, dando lugar al surgimiento de nuevos oferentes, tal es el caso de China. Para la ciruela, la tendencia es también creciente. China es el principal productor (53% del total), seguido por Serbia y Rumania.

MIEL

La apicultura es valorada no solamente por los productos de alto valor biológico y servicios que presta a la polinización de cultivos, sino también por su contribución al desarrollo regional con generación de empleo rural y por las bajas barreras a la entrada, particularmente en el eslabonamiento primario.

La producción de miel está traccionada por la demanda internacional de miel natural. Se exporta aproximadamente un 95% de lo que se produce. Argentina es el país con mayor cantidad de colmenas del Hemisferio Sur. Actualmente ocupa el 7o lugar como productor de miel y el 2o como exportador. Es reconocida por la calidad del producto.

En 2017 la cadena exportó US\$188 millones, un incremento del 8% anual producto de la recuperación de los precios internacionales de la miel. El 97% de las exportaciones corresponden a miel natural, casi en su totalidad a granel.

Los destinos de las exportaciones están poco diversificadas, se concentran en EE.UU. (48%) y Alemania (26%).

Argentina perdió participación en los principales mercados por el avance de países asiáticos con precios inferiores. China es el principal productor y exportador mundial. El volumen de miel comercializado a bajos precios - con calidad inferior- presiona los precios internacionales a la baja. El avance de la frontera agrícola y el uso de agroquímicos representa una fuerte limitación para el sector dado que reduce los espacios de explotación con disponibilidad de flora. La polinización está poco explotada en nuestro país. Este servicio puede potenciar los rendimientos de más del 70 % de los cultivos, aumentar la producción de alimentos y resguardar la biodiversidad.

INDUSTRIA AZUCARERA



En 2017, el Valor Bruto de Producción (VBP) de la cadena de valor azucarera explicó el 0,2% del total nacional. El 78% del VBP corresponde a la producción de azúcar y el 22% al bioetanol. Las exportaciones de la cadena de valor también explican el 0,2% de las ventas externas del país.

En 2017, los ingenios azucareros explicaron el 0,2% de los puestos de trabajo registrado del país y el 1,2% de la industria manufacturera. La cadena de valor exhibe una leve tendencia a la baja en la producción de azúcar en simultáneo que se observa una reconfiguración hacia la elaboración de bioetanol.

La producción de bioetanol creció a partir de la Ley de Biocombustibles. En 2016 se definió un aumento en el corte de bioetanol en naftas del 10% al 12% en beneficio de los ingenios azucareros, lo cual implicó un nuevo salto en la producción. A través del Decreto 133/2015 se eliminaron los derechos de exportación que eran del 5%. Por Decreto 1341/2016 los reintegros se elevaron de 4,05% a 5,00%.

En 2006 y 2009, las exportaciones argentinas alcanzaron sus máximos niveles, tanto en toneladas como en dólares, en consonancia con altos precios internacionales. En 2010 se inicia un ciclo de tendencia a la baja (a excepción de 2016) con oscilaciones significativas. En 2017, el azúcar crudo tuvo como principal destino a los Estados Unidos y el azúcar blanco a Chile.

La producción industrial mundial se incrementó 15% en el período 2006-2017. Brasil es el primer productor mundial (20%). Le siguen India (17%), la Unión Europea (11%), Tailandia (7%), China (5%) y Estados Unidos (5%). Argentina ocupó el puesto 19 en el ranking de productores con 1,2% del total. El comercio mundial es dominado por Brasil: 45% del total mundial en la campaña 2017/2018. Luego se ubicaron Tailandia (15%), Australia (6%), la Unión Europea (6%), India (3%) y Guatemala (3%).

PERRAS Y MANZANAS

La producción primaria mundial de manzana y pera, en 2013, alcanzó las 106,0 millones de toneladas. Cabe destacar que el 76% correspondió a manzana (80,8 millones de toneladas) y el 24% a pera (25,2 millones de toneladas).

China es el principal productor de manzana y pera (49,1% y 69,2%, respectivamente). En el caso de la manzana, le siguen EE.UU. (5,1%), Turquía (3,9%) y Polonia (3,8%). En tanto que en pera, le siguen EE.UU. (3,2%) e Italia (2,9%). Si se suma el conjunto de países de la UE, la misma tiene una participación superior al 15% en el caso de la manzana y cercana al 10% en pera. El incremento de la producción se explica por el dinamismo del principal productor mundial: China.

Manzana: se destina del total de la producción mundial cerca de 5 millones de toneladas a la exportación, y a la industria alrededor de 12 millones de toneladas.

Pera: se destina a exportación 1,6 millones de toneladas, y a la industria 2 millones de toneladas

La producción de fruta de pepita en Río Negro y Neuquén comienza en 1910, en los inicios de la colonización y la llegada del ferrocarril. La necesidad de generar cargas para transportar fomentó el desarrollo de un sistema agrícola basado en la mano de obra familiar. Así en 1918 Ferrocarril del Sud crea la Estación Agronómica Cinco Saltos para la investigación de tipos de frutales que se adaptan al área.

La producción se desarrolló fuertemente en la margen norte del Alto Valle del Río Negro, y en la confluencia del río Limay y Neuquén.

El poblamiento del área y el modelo productivo dio lugar al surgimiento de un continuo de localidades siendo Gral. Roca, Cipolletti y Villa Regina las más importantes.

La cadena de valor presenta grados de concentración elevados en la región. En 2016, se registraron 2.266 productores y 4.087 establecimientos vinculados a la producción de frutas de pepita y carozo.

Los mayores niveles de productividad se registran en los estratos medios, en donde se ubican el 17% de los productores de entre 20 y 50 ha que ocupan el 25% de la superficie.

La fase industrial adquiere carácter complementario en la cadena. Los productos procesados representaron el 40% en manzana y cerca del 25% de la producción en pera.

La industria requiere aproximadamente 7 kg de manzana para obtener 1 kg de jugo concentrado, esta relación puede variar en función del nivel tecnológico del establecimiento.

El jugo es un producto fuertemente orientado al mercado de exportación al que se destina el 95% de la producción. Constituye un commodity de bajo valor agregado que, mayormente, se vende a granel para ser utilizado como insumo por otras industrias alimenticias (mayormente como endulzante para la fabricación de bebidas gaseosas).

La estructura productiva primaria es heterogénea, aunque la concentración en el empaque, la industria y la comercialización es alta: 10 exportadoras concentran el 62% de las ventas en valor de fruta fresca. En tanto el 90% de la producción se concentra en la región de los valles norpatagónicos (Río Negro y Neuquén). Mendoza representa el 10% restante. La producción se orienta a la exportación de fruta en fresco. Industria (manzana 40%; pera 25%). Los gastos directos en mano de obra representan gran parte costo primario (entre un 42% y un 54% de acuerdo al modelo). En 2016, las exportaciones representaron el 49% de la producción de pera y sólo el 13% de manzana. La fruta en fresco constituyen el principal producto exportado (98% pera y más del 70% manzana). En manzana es importante el jugo concentrado (explica cerca del 23%).

Tanto en su etapa primaria como en el empaque, la actividad es mano de obra intensiva. El empleo tiene una marcada estacionalidad, concentrada en la cosecha. La demanda de empleo en el sector primario depende del nivel tecnológico y modelo productivo de las explotaciones. En el sector primario, se registraron para las tres provincias productoras 29,7 mil puestos de trabajo (Cultivo de Frutas y Nueces -excepto vid para vinificar-, 2015). Entre 2009 y 2015 el empleo registrado en el cultivo se incrementó un 14,4%.

A modo de complemento podemos resumir que Las **economías regionales en la industria primaria pueden emplear hasta cuatro veces más trabajadores de lo que lo hacen las economías centrales**, mientras que en la cadena agroindustrial la proporción puede ser de tres veces mayor en las economías regionales, según datos presentados en el encuentro de CREA Olivícola San Juan. En la producción primaria, mientras que la región Centro emplea 7,7 jornales por cada millón de dólares producidos; el NOA emplea 33,2 jornales, el NEA 15,7; Cuyo 31,9 y la Patagonia 30,2 empleos.

En tanto, en la cadena agroindustrial la relación es de 8,2 empleos por cada millón de dólares producidos en la región centro, para el NOA la cantidad de empleos crece a 27,7, en el NEA 17, en Cuyo 21,5 y en la Patagonia 19,6 empleos. "Las economías regionales son



estratégicas en la generación de empleo, valor y crecimiento sustentable de la Argentina", (**José Chediack**, presidente del Grupo Phronesis, el cuadro comparativo de empleabilidad en base a datos de Agroindustria).

"Las economías regionales pueden integrar la cadena de valor por su escala, algo que no pueden las economías del centro porque son de una magnitud tan grande que se los impide", dijo para explicar la razón de la proporción.

Resulta entonces más que claro la necesidad de impulsar las economías regionales "Las economías del centro con sus sectores, lácteos, sojero, maicero, triguero, exporta por US\$40.000 millones pero no consume más del 10% de la mano de obra total argentina. **Los US\$4.000 millones que exportan las economías regionales están consumiendo un 6% de la mano de obra**", **José Chediack**, presidente del Grupo Phronesis.

Por todo lo expuesto, y a modo de síntesis final es que con el presente proyecto de Ley buscamos establecer un rotulado para todos los alimentos y bebidas que contengan este endulzante, sin importar la proporción que se utiliza del mismo, sino apuntando a identificar su mera presencia, debemos considerar que esta ley tiene impacto en:

Consumidores: quienes tomarán conocimiento de la utilización del Jarabe de Maiz de alta fructuosa, y tal como cuando el producto no contiene azúcares, se informa esta situación, (0 azúcar , light, etc), muy a menudo de manera mucho mas visible que el resto de los ingredientes, se hace necesario una indicación más clara y precisa para otorgarle mayor libertad al publico en general para decidir el consumo del Jarabe de Maiz de alta Fructuosa.

Salud: la sociedad podrá en función del conocimiento inmediato de la existencia de JMAF al momento d comprar un producto, cuidar su salud seleccionando los productos que crea mas adecuados en función de la dieta seleccionada.

Economías regionales: las que, como motor indispensable del crecimiento del país, sobre todo al interior del mismo, necesitan apoyo de todos para generar mayor consumo de sus



productos. Generando mayor demanda y promoviendo una justa distribución de la renta al interior de las respectivas cadenas, foméntame fundamentalmente el empleo, y con este el desarrollo territorial de amplias zonas de nuestro extenso país.

Por todos lo expuesto, solicitamos a las Señoras Diputadas y Señores Diputados tengan a bien acompañar esta iniciativa.

Diputado Nacional Alejandro Daniel Bermejo