

PROYECTO DE LEY

*El Honorable Senado de la Nación y La H. Cámara de Diputados de la Nación
sancionan con fuerza de*

LEY

ETIQUETADO DE HUEVOS

Artículo 1.- Objeto. La presente ley tiene por objeto garantizar el acceso a información oportuna, clara, veraz y suficiente sobre los sistemas de producción de huevos, a fin de permitir a los consumidores tomar decisiones informadas respecto de su consumo.

Artículo 2.- Sujetos obligados. Las normas contenidas en esta ley se aplican a todas las personas humanas y jurídicas que se dediquen a la comercialización y/o producción de todo tipo de huevo de granjas avícolas.

Artículo 3.- Definiciones. A los fines de la presente ley, se entenderá por:

a) Granja avícola: establecimiento para el desarrollo de la actividad avícola, que tiene una capacidad instalada para alojar un número igual o superior a doscientas (200) aves de la misma especie y tipo de explotación. Sin perjuicio de ello, resulta facultativo para cualquier productor de menor cantidad de aves el etiquetado de su producto.

b) Producción de huevo en jaula: es el sistema de producción en el cual las aves están confinadas en jaulas de cualquier tamaño. Este tipo de producción impide el movimiento de la gallina privándola de sus hábitos típicos de especie causando un daño a su bienestar y salud.

c) Producción de huevo en galpón cerrado: es el sistema de producción en el cual un grupo de aves de la misma especie y edad está permanentemente confinado en un establecimiento cerrado ya sea sistema de piso o aviario.

d) Producción de huevo campero o de campo: es el sistema de producción en el cual las aves tienen acceso a un área exterior amplia en contacto directo con el suelo y los pastos.

e) Producción de huevo libre de jaulas orgánico: además de ser criadas en las condiciones indicadas por el inciso d), las gallinas que producen huevos denominados orgánicos deben contar con una certificación emitida por la autoridad competente que garantice que su alimentación sea predominantemente orgánica, libre de químicos, además de otros estándares adicionales de la certificación.

Artículo 4. - Etiquetado. Todos los huevos que se comercialicen y/o se produzcan en Argentina incluyendo huevos frescos, líquidos y en polvo, así como también los importados, deben especificar el sistema en el que fueron producidos según la siguiente nomenclatura:

a) Los que fueron producidos de acuerdo con el artículo 3, inciso b) serán identificados con la leyenda "Huevo producido en jaula".

b) Los que fueron producidos de acuerdo con el artículo 3, inciso c) serán identificados con la leyenda "Huevo producido en galpón cerrado".

c) Los que fueron producidos de acuerdo con el artículo 3, inciso d) serán identificados con la leyenda "huevo campero o huevo de libre pastoreo".

d) Los que fueron producidos de acuerdo con el artículo 3, inciso e) serán identificados con la leyenda "Huevo Orgánico".

Esta descripción deberá constar tanto en la etiqueta, como en la cara principal del envase o empaque.

Artículo 5.- Imágenes de etiquetado. Las imágenes, fotografías, dibujos, gráficos o similares que se incluyan en las etiquetas, envases o empaques de los huevos en cascarón deben ilustrar debidamente el sistema de producción utilizado. En ningún caso un empaque de huevos de aves enjauladas puede contener imágenes de aves libres en galpones o en el campo, ni ninguna otra imagen que pueda inducir a error o duda sobre el sistema de producción utilizado o las condiciones de bienestar de los animales involucrados en la producción.

Artículo 6.- Publicidad. Toda publicidad de huevos en cáscara, líquidos y en polvo, deberá advertir de forma clara y comprensible el sistema de producción que corresponda, mediante la descripción apropiada conforme el artículo 4 de esta ley.

Queda prohibida la utilización de palabras, imágenes, signos u otros tipos de representaciones que puedan inducir a error o duda sobre el sistema de producción utilizado o las condiciones de bienestar de los animales involucrados en la producción.

Artículo 7º. - Marcas y otros signos distintivos. Queda prohibido el registro de marcas u otros signos distintivos que puedan inducir a error o duda sobre el sistema de producción utilizado o las condiciones de bienestar de los animales involucrados en la producción.

Artículo 8º. – Autoridad de aplicación. La autoridad de aplicación de la presente ley a nivel nacional es el Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria (SENASA), quien dictará los lineamientos generales de aplicación de la presente ley.

Artículo 9º. - Sanciones en materia de etiquetado. La autoridad de aplicación en materia de Lealtad Comercial impondrá las sanciones por el incumplimiento de las disposiciones contenidas en el artículo 4 de la presente ley, conforme el artículo 18 del texto de la Ley N° 22.802.

Artículo 10º. - Sanciones en materia de protección al consumidor. La autoridad

de aplicación de la ley N° 24.240 será competente para dirimir conflictos por el incumplimiento de las disposiciones contenidas en la presente ley en materia de publicidad y garantía de los derechos de los consumidores, pudiendo aplicar sanciones de corresponder conforme al Art. 47 de la citada ley, o la normativa que en futuro las sustituya o complemente.

Artículo 11.- Disposición transitoria. Las disposiciones establecidas en la presente ley deben cumplirse en un plazo no mayor a un año desde su entrada en vigencia. Las micro, pequeñas y medianas empresas correspondientes al tramo 1 determinado en la ley 25.300 (MiPyMes), como así también las cooperativas en el marco de la economía popular, y los proveedores de productos del sector de la agricultura familiar definidos por el art. 5° de la ley 27.118, pueden exceder el límite de implementación en un plazo no mayor a los ciento ochenta (180) días, con posibilidad de prorrogar este plazo en caso de que el sujeto obligado pueda justificar motivos pertinentes ante la autoridad de aplicación.

Artículo 12.- Reglamentación. El Poder Ejecutivo reglamentará la presente ley dentro de los noventa (90) días de promulgada y dictará las normas complementarias que resulten necesarias para su aplicación.

Artículo 14.- De forma. Comuníquese al Poder Ejecutivo Nacional.

Dip. Nac. Carla Carrizo

Cofirmantes:

1. Maximiliano Ferraro
2. Emiliano Yacobitti
3. Danya Tavela
4. Marcela Antola

FUNDAMENTOS

Sra. presidenta:

Asistimos en la hora actual a un evento sin precedentes; esto es: la toma de conciencia ambiental y el paso a un modelo productivo sustentable, no como una obligación ética, sino como una necesidad de época. La pandemia ha dejado entrever lo falible que puede resultar la forma en la cual producimos, consumimos y descartamos. No obstante, la necesidad a la cual hacemos referencia se extiende particularmente sobre la industria alimenticia, más aún sobre los complejos industriales animales.

Es en este sentido que este proyecto de ley guarda la intención de poner en relieve una problemática tan cotidiana como imperceptible, relativa al consumo de productos avícolas, especialmente de huevos. Desde una perspectiva eminentemente ambiental, el 90% de la producción de huevos en Argentina se lleva a cabo por medio de jaulas en batería: se trata del sistema que más sufrimiento infringe a las gallinas. Esto tiene un doble impacto: por un lado, la afectación directa al ave como persona no humana sintiente¹; por otro, la calidad de producto alimentario obtenido de dicho proceso resulta cualitativamente menor en términos salubres y proteicos.

De este modo, el objetivo del presente proyecto de ley es garantizar a los consumidores de huevos el acceso a información clara sobre los sistemas de crianzas de gallinas, a fin de poder tomar decisiones conscientes y coherentes con el medio ambiente, su flora y fauna, fomentando el consumo sostenible.

¹ Si bien el Código Civil y Comercial de la Nación no se ajusta a la concepción moderna sobre la personalidad jurídica de las personas no humanas y su consideración como seres sintientes, su artículo 240 dispone que el ejercicio de los derechos individuales sobre los bienes no debe afectar el funcionamiento ni la sustentabilidad de los ecosistemas, la flora, la fauna y la biodiversidad, entre otros bienes naturales.

A su vez, el proyecto viene a dar respuesta a la necesidad de gran número de pequeños productores que hoy en día no pueden competir con sus productos diferenciados en cuanto a valor agregado en la góndola frente a productos de grandes empresas, siendo que los primeros suelen emplear con mayor frecuencia un sistema de producción sustentable, a diferencia de la producción a gran escala. La inexistencia de un sistema de etiquetado según el sistema de producción genera, además de una carencia de información, competencia desleal entre grandes y pequeños productores.

Contar con información es fundamental para poder ejercer nuestros derechos como consumidores. Hablar de derechos del consumidor en la era actual implica no sólo conocer la normativa en torno a las relaciones contractuales entabladas con los productores, sino asumir un compromiso con el medio ambiente en el cual habitamos.

En este sentido, la educación al consumidor es un pilar básico establecido en nuestra Constitución Nacional, en el Art. 42, a partir de la reforma de 1994. Este precepto sin embargo debe coordinarse con el Art. 41 de la Carta Magna que introduce el derecho y el deber a un medio ambiente sano y equilibrado y asimismo el derecho a una educación ambiental.

Así, el presente proyecto busca educar a los consumidores a través de la información que proporcionará el etiquetado de huevos. Se procura que los consumidores sepan si los huevos que consumen provienen de gallinas criadas en jaula, galpón o pastoreo y, de esa forma, puedan hacer un consumo consciente y responsable.

Con esta ley, los consumidores de huevo podrían saber si las gallinas vivieron en condiciones mínimas de bienestar o si, por el contrario, pasaron su vida hacinadas, inmobilizadas y en las peores condiciones de crueldad. El propósito es fomentar un consumo informado que contribuya al fortalecimiento del bienestar

animal en los procesos de producción de alimentos y a su vez la información clara y honesta dirigida al consumidor.

Bajo las normas argentinas actuales que rigen la producción y comercialización de huevos, los consumidores para quienes el bienestar animal es un criterio relevante a la hora de elegir qué consumir, no tienen cómo saber cuál es el origen de los alimentos. En concreto, los consumidores de huevos no tienen cómo saber en qué sistema de producción fueron criados los animales de donde provienen los productos que consumen.

La necesidad de realizar elecciones conscientes e informadas respecto de lo que consumimos no nos es ajena: la reciente implementación de la Ley N.º 27.642 de Etiquetado Frontal de alimentos industrializados constituye un antecedente clave, al tiempo que opera como impulso para poner en consideración el objeto de interés de este proyecto.

A su vez, se trata de una iniciativa con antecedentes importantes en la región: Chile y Colombia son ejemplo de ello, al tiempo la Unión Europea y varios países del mundo dan cuenta de su propio sistema de etiquetado de huevos. A nivel local, la iniciativa ha movilizado actores de la sociedad civil, impulsados por una necesidad de última hora en pos de un modo de producción más sustentable y una forma de consumir más informada.

En conclusión, el sistema de etiquetado incluido en la presente ley es una necesidad que se justifica desde los intereses de los consumidores, productores y comercializadores. Por supuesto, también desde los intereses de los animales, cuya calidad de vida mejorará de forma ostensible y considerable en la medida en que la dinámica del mercado estimule, entre productores y comercializadores, la adopción de sistemas de producción que garanticen en mayor medida el bienestar animal.

Por estos motivos es que solicito a mis pares acompañar el presente proyecto.