




29 de abril de 2021

Honorable Jorge A. Rivera Segarra
Presidente
Comisión de Agricultura
Cámara de Representantes
PO Box 902228
San Juan, PR 00902-2228

RE: P de la C 64



Lcdo. Manuel Reyes Alfonso
Vicepresidente Ejecutivo

Agradecemos la invitación a expresarnos en torno al PC 64 el cual propone añadir un nuevo inciso (e), y reenumerar los actuales incisos (e), (f), (g), (h), (i), (j), (k), (l), (m), (n), (o) y (p) como incisos (f), (g), (h), (i), (j), (k), (l), (m), (n), (o), (p) y (q), respectivamente, del Artículo 5 de la Ley 10-1999, conocida como "Ley Orgánica de la Comisión de Alimentación y Nutrición del Estado Libre Asociado de Puerto Rico", a fin de ampliar las facultades y deberes de la Comisión de Alimentación y Nutrición de Puerto Rico, con el propósito de mejorar la salud y la calidad de vida de la población puertorriqueña; y para otros fines relacionados.

La Cámara de Mercadeo, Industria y Distribución de Alimentos (MIDA) comparte la preocupación del proponente con los problemas de salud en nuestra sociedad relacionados a la nutrición por lo que hemos desarrollado campañas educativas en colaboración con entidades de salud y educativas para orientar a nuestra matrícula y al público en general sobre este tema. Hace unos años lanzamos la campaña Aliméntate Saludable junto a Triple S y la escuela de nutrición de la Universidad del Turabo y por años hicimos la campaña Hecho en Casa, Económico, Saludable y en Familia que recibió el apoyo de múltiples cadenas de supermercados y marcas. Colaboramos con múltiples iniciativas del sector público, incluso como parte de la Comisión de Alimentación, y con iniciativas del sector privado como el Programa Nestlé Niños Saludables, entre otros. Para MIDA, la visita al supermercado representa una oportunidad única de educación nutricional a la ciudadanía y así lo hemos internalizado.

Además de las iniciativas privadas, la realidad es que la regulación federal hace mucho tiempo requiere que los productos que se venden en nuestros establecimientos contengan etiquetas con el contenido nutricional de los alimentos de manera que los consumidores puedan escoger. Este es un aspecto fundamental relacionado a lo que propone la presente medida porque al menos en los supermercados se cuenta con la información necesaria. Reconocemos que muchos no leen las etiquetas al igual de que muchos productos que usualmente se pueden considerar como de “bajo valor nutricional” invierten en promociones para atraer a esos consumidores. Pero debemos ser cuidadosos de no interferir en la libertad que tienen los consumidores de escoger.

Otro aspecto importante es cómo se define el alimento de “bajo valor nutricional” y si debe entenderse que el hecho de que se clasifique de esa forma es equivalente a que se trate de algo negativo para la salud. Desde nuestra perspectiva, en esta ecuación entran aspectos de porciones y de hábitos en otros ámbitos como el ejercicio, que precisamente la Comisión de Alimentación y Nutrición tiende a considerar en su proceso educativo. Muchos de los productos que se venden en los “llamados “checkouts” son considerados meriendas o postres (en inglés “snacks” o “treats”), que consumidos en moderación no deben definirse como negativos.

Por tanto, considerando la disponibilidad de la información nutricional requerida por las agencias federales, respetando la libertad de los consumidores y reconociendo que el tema de la buena nutrición es una ecuación con múltiples factores, nos agrada que el lenguaje sugerido por el proyecto está basado en “asesorar, orientar y guiar”. Sin embargo, la misma oración continúa hablando de “eliminar de las zonas de pago o “checkouts”, los alimentos con escaso valor nutricional.” Aparte de que no se define exactamente lo que son alimentos de escaso valor nutricional”, este lenguaje podría interpretarse como una prohibición o un imperativo lo cual entendemos no debe ser el enfoque. Sugerimos se reenfoque el lenguaje sustituyendo esa frase por “fomentar productos de alto valor nutricional”. Es decir, dejando absolutamente claro que se trata de asesoría cuyo objetivo no es obligar a eliminar productos sino educar positivamente para sustituir voluntariamente los productos en la caja registradora cuando el comerciante y el consumidor se sientan convencidos por ese proceso educativo. Entonces, en vez de enfocarse negativamente en los alimentos denominados de “escaso valor nutricional” pero que no se definen en la medida, se da un giro positivo para fomentar aquellos que tienen alto valor nutricional.

Por todo lo cual, la Cámara de Mercadeo, Industria y Distribución de Alimentos (MIDA) no recomienda la aprobación de esta medida según presentada por lo que sugerimos la medida sea enmendada acorde a nuestros comentarios. Agradecemos la oportunidad de ofrecer nuestras recomendaciones y formar parte del proceso de evaluación del proyecto en cuestión.