



22 de abril de 2021

Honorable José H. Rivera Madera
Presidente Comisión de Turismo y Cooperativismo
Cámara de Representantes de Puerto Rico
PO Box 9022228
San Juan, Puerto Rico 00902-2228

RE: PC 447


Lcdo. Manuel Reyes Alfonso
Vicepresidente Ejecutivo

Agradecemos la oportunidad de expresarnos en torno al PC 447 que pretende crear la “Ley del Logo de Pescado Fresco del País”, a los fines de establecer un logo que identifique en las pescaderías, restaurantes y demás lugares la venta de pescado fresco para fomentar que la ciudadanía consuma el pescado fresco local mediante; y otros fines relacionados.

La Cámara de Mercadeo, Industria y Distribución de Alimentos (MIDA) apoya todo lo que sea producción de alimentos locales, incluyendo la pesca. Sin embargo, la presente medida no parece adecuada para fomentar el consumo del pescado local.

Debemos comenzar estableciendo que MIDA típicamente representa a la cadena de distribución que termina en el supermercado y la presente medida parece ir dirigida a pescaderías y restaurantes. Por tal razón sugerimos se les consulte a los gremios que les representan y, de aprobarse la medida, se aclare que no aplicará a los supermercados.

En términos del contenido del proyecto nos parece contradictorio que se busque fomentar el consumo de producto local limitando la cantidad de lugares que pueden venderlo y amenazando a los comercios con multas. Disponer que el pescador sólo puede vender pescado fresco a los establecimientos que hayan pagado \$20 para utilizar el logo no ofrece ninguna garantía de calidad y limita los potenciales clientes de los pescadores.

Este tipo de iniciativas con logos como el de “Hecho en PR”, lo que buscan es mercadear y expandir el consumo y para ello necesitan el apoyo de los comercios. Si la preocupación es que comerciantes inescrupulosos engañen a los consumidores, pues

Página -2-

para eso existen leyes o reglamentos bajo los Departamentos de Asuntos del Consumidor (DACO), de Salud y otras agencias que ya fiscalizan esos temas.

De la misma forma nos parece contraproducente que se quiera limitar al supuesto producto "fresco" cuando ese término no se define adecuadamente más allá de prohibir que haya sido congelado. Surgen inmediatamente varias preguntas. ¿Hasta cuándo ese producto refrigerado, pero no congelado, seguirá siendo "fresco"? Al no definirse técnicamente un comercio que venda pescado local con semanas y con calidad cuestionable cumpliría con la ley siempre que no lo congele. Eso no protege al consumidor ni al pescador.

De otra parte, nos preguntamos por qué no puede congelarse ese pescado local que no se ha vendido para evitar que se dañe. ¿No sigue siendo en beneficio de la pesca local que se pueda vender congelado pero en buenas condiciones posteriormente? Ante la opción de un pescado congelado importado versus uno local el consumidor podría todavía preferir apoyar al pescador local.

Otro asunto es que el proyecto no evita que un comercio obtenga el logo y además tenga una variedad de pescado importado congelado. No podría ser de otra forma porque la disponibilidad producto fresco es limitada e incierta por múltiples factores. Con lo cual, el comercio se beneficiaría de tener el logo pero su oferta al consumidor podría ser mayoritariamente de pescado congelado.

El proyecto establece además el cargo de \$20 para el uso del logo pero no deja claro a qué agencia se le pagaría ni cómo esta debe utilizar los fondos. El Artículo 3 menciona a varias agencias encargadas de fiscalizar aunque luego parece recaer en el Departamento de Recursos Naturales la reglamentación.

Por todo lo cual, la Cámara de Mercadeo, Industria y Distribución de Alimentos (MIDA), no favorece la aprobación de esta medida según presentada y recomienda buscar maneras más efectivas, menos burocráticas y menos punitivas para ayudar a la pesca local.