

Continuará la Cofepris con la cero tolerancia a productos milagro

■ Firman convenio de colaboración para fomentar los buenos hábitos alimenticios

POR FERNANDO AGUILAR

La vigilancia del mercado ilegal de productos milagro, entre los que se encuentran muchos suplementos alimenticios ha sido implacable y continuará la cero tolerancia, advirtió el titular de la Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios (Cofepris) de la Secretaría de Salud, Mikel Arriola.

Al formalizar un convenio con la compañía Nutrisa, destacó que en 146 operativos en las 32 entidades, se han decomisado 2.5 millones de unidades de este tipo de productos no saludables contra 40 mil piezas de 2010, lo que representa un incremento mayor a 6 mil por ciento.

El Convenio de Colaboración es para desarrollar acciones conjuntas que fomenten los buenos hábitos alimenticios, la publicidad responsable y combatan el comercio ilegal de productos, se destacó durante la firma. El objetivo central del Acuerdo es contribuir ambas partes a la nueva cultura alimenticia de los mexicanos, para prevenir riesgos sanitarios y enfermedades crónico-degenerativas.

Al firmar el Convenio, el Comisionado Federal, Mikel Arriola, reconoció el compromiso de Nutrisa con la regulación sanitaria y agradeció que esta empresa haya retirado de 2014 a la fecha -de manera voluntaria- 860 productos "milagro" y establecido controles para

cumplir cabalmente con la legislación sanitaria.

Destacó que la estrategia de la Cofepris en esta materia es apoyar de manera contundente al sector alimenticio formal y hacerle la vida cada más difícil al mercado informal, a fin de proteger la salud y la economía de la población.

Con este convenio, la Cofepris promoverá el fomento sanitario a través de importantes mecanismos, como la asesoría de regulación sanitaria para la comercialización de productos Nutrisa con apego a la legislación e intercambiarán información sobre normatividad sanitaria para la mejora periódica de los procesos de la empresa.

Asimismo, la información otorgada por Cofepris será difundida de manera directa en los canales de comunicación de Nutrisa que van desde sus puntos de venta, canales digitales, redes sociales, hasta sus campañas publicitarias, promoviendo una nueva cultura alimentaria para una mejor calidad de vida a la población.

Por su parte, el director general de Nutrisa, Luis Zubieta, dijo que en sus 433 tiendas sólo ofrecen productos de calidad y con etiquetado apegado a la norma sanitaria, en tanto que todas sus campañas publicitarias se rigen por el Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de Publicidad.

A través de 146 operativos en las 32 entidades, se han decomisado 2.5 millones de unidades de estos productos no saludables

