

Mariano Peña: «Se debe mantener el uso de octógonos mediante adhesivos»

¿Por qué se creó el Sector de Importadores de Alimentos?

La idea nace del deseo de poder ejercer la defensa de nuestros derechos e intereses de forma conjunta. La creación del sector se presenta como una plataforma que permitirá promover y mejorar la competitividad de los importadores de alimentos.

¿De qué manera se podría mejorar la competitividad de su sector y qué beneficios traería ello?

El trabajo conjunto con nuestros asociados permitirá mejorar procesos como la obtención de registros sanitarios, autorizaciones y permisos con los que deben contar los productos alimenticios para ser comercializados en nuestro país; así como mejorar los mecanismos para la importación, a fin de generar ahorro de costos, lo que se traducirá en una ventaja a nivel operativo.

De igual forma, desde nuestro sector, estaremos atentos a las exigencias y modificaciones del marco regulatorio para estar alineados con el cumplimiento de las normas, con el objetivo de mejorar la imagen de nuestras empresas a nivel del mercado.

¿Cuáles son los objetivos del Sector en el corto y mediano plazo?

Dentro del corto y mediano plazo buscamos presentar

alternativas de solución a los principales problemas que afrontan los integrantes del sector, debido a las regulaciones existentes para la importación y/o comercialización de productos alimenticios; así como gestionar, ante autoridades del Gobierno, que se eliminen restricciones inadecuadas a los productos alimenticios importados.

¿Cuáles son los planes a desarrollar este 2021?

Una de las restricciones que generará grandes inconvenientes para la importación y comercialización de alimentos es la disposición que establece que las advertencias publicitarias (octógonos) deben ser colocados en la etiqueta de origen, no permitiendo el uso de adhesivos a partir del 30 de junio de este año.

Esto debido a que se está exigiendo que los fabricantes elaboren una etiqueta exclusiva para el mercado peruano, lo que en la mayoría de casos no es posible y, además, constituye una restricción al comercio internacional.

Nuestra prioridad para este año es conseguir que se mantenga el uso de adhesivos para colocar las advertencias publicitarias, en tanto cumplen la función de informar al consumidor, con lo cual se cumple el objetivo que persigue la Ley 30021 – Ley de Promoción de la Alimentación Saludable.

¿Es posible que las empresas cumplan con la segunda fase en esta coyuntura?

Si bien nuestros asociados se encuentran haciendo sus mejores esfuerzos en esta época muy complicada, a fin de que en

setiembre estén alineados a los nuevos límites que establece el reglamento para esta segunda etapa, es innegable el impacto negativo en las ventas por las restricciones que aún se mantienen, y es probable que se tengan que mantener a lo largo de este año a fin de prevenir el contagio de la COVID-19, así como la imposibilidad de tener campañas de promoción e información de forma presencial, todo ello genera grandes dificultades para poder cumplir con la segunda etapa.

Algunas instituciones están pidiendo postergar un año más el inicio de la segunda fase del uso de octógonos ¿Está de acuerdo?

Con la situación creada en el mercado con cierre de negocios o restricción de acceso a supermercados, las ventas han decrecido considerablemente desde marzo de 2020 y aún no se da la recuperación económica esperada, ya que las restricciones se mantienen y la mayoría de peruanos tiene limitado su capacidad de gasto.

En tal sentido, considerando que el sector no se encuentra preparado para afrontar un factor más que puede incidir de forma negativa en el nivel de ventas, creemos que se debe postergar el inicio de la segunda fase.

Sobre todo cuando, debido a las restricciones, no se pueden emplear mecanismos de información y campañas que nos permitan dar a conocer al consumidor que, no por el hecho de que un producto contenga una advertencia publicitaria resulta dañino para la salud o no debe ser consumido, sino que esta información debe tomarse en cuenta a fin de realizar un balance en el consumo y de esta forma tener una adecuada y mejor alimentación.

¿Cómo están trabajando en favor de los socios de la CCL en este sector?

Mediante la articulación con las autoridades y entidades reguladoras del sector para proponer y buscar soluciones a los problemas existentes. Asimismo, brindando soporte en materia regulatoria y comercial, a través de capacitaciones, foros y elaboración de boletines.