

A RAÍZ DE LA RECIENTE SANCIÓN A EMPRESA QUE VENDE DÓNUTS:

Critican “desequilibrio” en labor de Seremi de Salud

“Celebro el combate al comercio informal, pero más efectivo sería promover, en serio, el comercio formal”. Así planteó en Cartas al Director el lector Eduardo Silva, quien añadió: “Urge que las autoridades eviten caer en fiscalizaciones absurdas. Ejemplo de estas últimas es la reciente fiscalización que efectuó la Seremi de Salud a un local de una conocida cadena internacional por vender donuts decorados con alusiones a ‘Los cazafantasmas’, película, supuestamente, para niños”.

El local aludido se trata de un Krispy Kreme ubicado en Providencia, que fue fiscalizado por el seremi Gonzalo Soto, quien instruyó el retiro inmediato de la publicidad de sus locales, redes sociales y medios de comunicación, como actividades de marketing que utilicen un gancho comercial destinado a menores

de 14 años bajo la Ley de Etiquetado, según planteó.

En 2024, de acuerdo con la autoridad sanitaria, realizó 279 fiscalizaciones por Ley del Etiquetado, cursando un total de 99 sumarios sanitarios. Señala que realizó acciones similares con cadenas como Carl’s Jr. Detalla que otro local de Providencia fue multado por vender vasos de la película “Deadpool y Wolverine”, como también Pizza Hut por promociones con cajas de las Tortugas Ninja.

Desde la Cámara Chilena de Comercio, el presidente, José Pakomio, manifiesta una postura similar a Silva y apunta: “Consideramos crítico este desequilibrio, pues mientras la autoridad presume estos operativos como logros, en las calles proliferan carros de venta de alimentos sin permisos ni



El seremi Soto (a la derecha) detrás del mostrador de los donuts.

medidas de higiene y sin enfrentar el mismo rigor fiscalizador”.

“El Mercurio” contactó a Krispy Kreme, pero no obtuvo respuesta.