

Núm. 594 /271213
México, D. F., a 27 de diciembre de 2013

OFRECEN FRUTAS Y VERDURAS EN VENTA LAS TIENDAS COMUNITARIAS DE DICONSA

- **La descentralizada contribuye a la Cruzada Nacional Contra el Hambre al garantizar la alimentación adecuada, aumento de la producción de alimentos**

En cumplimiento a las recomendaciones hechas por el Instituto Nacional de Salud Pública a Diconsa, de poner a la venta productos perecederos en sus 26 mil tiendas comunitarias y móviles, la paraestatal de la Secretaría de Desarrollo Social (Sedesol) adecuó sus reglas de operación para comercializar frutas y verduras, afirmó Héctor Velasco Monroy, director general de la empresa social sectorizada de la Secretaría de Desarrollo Social (Sedesol).

Con esta medida se benefician tanto los derechohabientes como los pequeños productores sociales de la región, porque los consumidores obtienen comida sana y nutritiva y los campesinos comercializan sus cosechas sin salir de su localidad.

Velasco Monroy afirmó que con esta estrategia Diconsa impulsa la economía regional y contribuye a los objetivos de la Cruzada Nacional Contra el Hambre (CNCH), de garantizar una alimentación adecuada y nutritiva, aumentar la producción de alimentos y reducir las pérdidas post-cosecha de los pequeños productores sociales.

En paralelo, informó que se fomenta en las 26 mil tiendas Diconsa y en las 300 tiendas móviles, el consumo de alimentos nutritivos a través de un semáforo nutricional diseñado por el Instituto Nacional de Salud Pública, consistente en el reacomodo de los alimentos en los anaqueles de las tiendas, de acuerdo con su valor nutrimental.

Los más visibles y con mejores espacios son los más nutritivos, etiquetados en color verde; los amarillos representan un riesgo para la salud, y los de etiqueta roja son aquellos cuyo consumo excesivo aumenta el riesgo de enfermedades.

Velasco Monroy dijo que en las tiendas comunitarias se imparten talleres de orientación nutricional a derechohabientes para incentivar la demanda de comida y bebidas saludables, y que la estrategia de comunicación educativa va dirigida a los clientes, además de que se capacita al personal que labora en las tiendas Diconsa en temas de nutrición y salud.

ooOoo