



‘Compartimos el interés de las familias’: Industria

Empresas productoras de alimentos aseguran que son responsables y les preocupa la educación.

La Cámara de la Industria de Alimentos de la Asociación Nacional de Empresarios de Colombia (Andi) integra a 52 compañías que se encargan de alimentar a los colombianos. Allí están productores de lácteos, chocolates, preparaciones alimenticias, grasas, mantequillas, aceites, panadería, arequipes, galletas y confites, entre otros.

Consultados por EL TIEMPO sobre la preocupación de los padres de familia, afirmaron que comparten la necesidad de que haya más información y pedagogía en materia nutricional, además de responder que desde la industria se cumple con la normatividad alimentaria. Y destacaron el interés compartido con los papás y las organizaciones civiles a favor de campañas de orientación; desde hace 2 meses desarrollan la iniciativa ‘Cómo como’ (www.comocomo.co), dirigida a las madres, y que promueve hábitos de vida saludable.

¿Qué opina la industria de la campaña planteada por Red Papaz?

Reconocemos y compartimos el interés de la Red Papaz por buscar cada vez mejores hábitos alimentarios en los niños colombianos. Sin embargo, creemos en la construcción de formas propositivas de abordar los temas de alimentación.

En la Andi representamos la industria que ha alimentado a Colombia y al mundo durante décadas, y que tiene el interés de seguir haciéndolo en la mejor forma. La industria de alimentos colombiana ha demostrado ser una de las más innovadoras y emprendedoras del continente. Permanentemente hace investigaciones para alimentar mejor a la población mundial, cuyo ritmo acelerado de crecimiento implica un gran reto.

En el área de la publicidad, las empresas de la Andi que hacen parte de este sector trabajan en enfoques de autorregulación, mejora de la información, diseño de etiquetados y creación de compromisos responsables, como el de no publicitar a menores de 12 años en espacios de comunicación dirigidos a este segmento. Entendemos que los niños son una población vulnerable y estamos comprometidos con su bienestar.

¿Son conscientes de los estudios que soportan dicha campaña a partir de los riesgos sobre la salud pública?

La industria de alimentos invierte una gran cantidad de recursos en estudios de impacto sobre la salud pública. Es evidente que el mayor impacto es el de ser la mayor fuente de alimentos, nutrientes y componentes necesarios para una gran parte de la población mundial.



Sala de Prensa

En el caso de Colombia, además llegan nuestras empresas con alimentos de calidad, cumpliendo con requerimientos de inocuidad a todos los rincones del país, hecho que se repite en muchas partes del mundo.

Cumplimos también con los más altos estándares internacionales, y es así como la industria se rige a nivel mundial por el Codex Alimentarius (normas alimentarias internacionales), establecido por la Organización Mundial de la Salud (OMS) y la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura FAO, que tiene como objetivo proteger la salud pública. Este 'codex' reúne el conocimiento científico y el consenso de 183 países, incluido Colombia, en lo relacionado con la ciencia y tecnología de alimentos en aspectos como inocuidad, higiene y límite máximo de aditivos.

En conclusión, seguimos la regulación nacional e internacional que busca proteger la salud pública y la vida de las personas, al tiempo que nos atrevemos a afirmar que alimentamos a la totalidad de la población.

¿Qué medidas han desplegado ustedes frente al avance mundial de advertir los riesgos en las etiquetas?

De acuerdo con nuestro compromiso de autorregulación en etiquetado, las empresas tienen en sus alimentos el etiquetado frontal nutricional que busca dar más información nutricional clara y completa al consumidor sobre los nutrientes de los alimentos en relación con las porciones. En la actualidad tenemos en redes sociales la campaña 'Cómo como', que enseña sobre hábitos de vida saludable y cómo leer el etiquetado frontal nutricional de los alimentos.

¿Es suficiente la autorregulación que ustedes plantean?

Es suficiente desde lo que le corresponde hacer a la industria, pero se puede hacer más. Creemos que con la participación de la sociedad, el Gobierno y todos, podemos tener información que nos ayude a tomar decisiones de consumo informadas.

El mayor esfuerzo que se debe hacer es en educación frente a los hábitos de vida saludable, aspecto en el cual creemos que está la clave para enfrentar muchos de los problemas de salud pública que existen en el mundo.

Varios países ya van por esta senda

En Chile se aprobó el año pasado la ley de alimentos, que exige que todos los comestibles envasados tengan etiquetas que, además de indicar su composición nutricional, contengan sellos de advertencia que muestren niveles de sodio, azúcares, grasas



saturadas o calorías superiores a lo establecido. Allí también se obligó a sacar a los muñequitos de los empaques.

En Brasil, la legislación hoy restringe la publicidad para menores de 12 años.

En Ecuador, las autoridades exigen que todos los productos procesados exhiban alertas sobre tres mensajes para cuidar la alimentación: “El exceso de azúcar puede causar diabetes”, “el exceso de sodio puede causar hipertensión” y “el exceso de grasas puede dañar tu corazón y cerebro”.

En Estados Unidos, la FDA modificó las guías para las etiquetas nutricionales en alimentos y bebidas procesadas para mostrar claramente la cantidad de calorías y el tamaño de las porciones. Deberán contar ahora los detalles específicos sobre la cantidad de azúcar añadida de cada alimento procesado, como jarabe de maíz, azúcar blanca y morena. Y tan importante se considera la influencia de la televisión sobre los niños que se modificó la dieta del monstruo comegalletas de ‘Plaza Sésamo’ para convertirlo en un gran aficionado a las verduras.

Diario EL TIEMPO, 5 de Noviembre de 2017. Página 1.4