

El exceso de grasa, azúcar y sal causa 15 enfermedades

SALUD | 2 | La diabetes y la hipertensión son dos de las 15 secuelas que deja el consumo de estos productos. El reglamento ya está en vigencia.

Estas dos dolencias son las primeras causas de muerte en el país. Según el INEC, su incidencia ha aumentado en 10 años. Los médicos sugieren disminuir el consumo de grasas y azúcar y mantener una dieta equilibrada.

14 prohibiciones en las etiquetas

No se puede usar imágenes de niños/as

No se puede usar a profesionales de la Salud

Se limita el uso de animales, reales o ficticios | 6

Las imágenes de animales y personas desaparecerán de algunas etiquetas

Quito • Miércoles 20 de noviembre del 2013 | EL COMERCIO |

CONSUMO

El Ministerio de Salud prohibió usar 14 recursos gráficos. Expertos en mercadotecnia lo ven como un desafío y otros como una oportunidad.

Mónica Orozco. Coordinadora negocios@elcomercio.com

De aquí a un año ya no se verá más en las etiquetas de los alimentos imágenes que no correspondan con las características del producto. De ahí que, probablemente, la imagen de tigres, osos o tucanes que hoy se pueden hallar en los cereales que le gustan a los niños desaparezcan.

Esta es solo una de las 14 prohibiciones (ver recuadros) que fijó el Ministerio de Salud en el Reglamento Sanitario de Etiquetado de Alimentos Procesados.

En un recorrido que efectuó ayer este Diario por un supermercado en Quito constató que estos recursos son un elemento utilizado por varias empresas para captar la atención de los clientes.

Algunas recurren a imágenes de niños, especialmente en productos para este segmento. En el empaque de una mantequilla destacaba la recomendación de un gremio médico especializado en cardiología. Un té adelgazante sugería en su empaque ingerir tres sobres al mes para garantizar su efectividad. Todo esto también está prohibido.

La iniciativa se enmarca en una política de lucha contra la diabetes, sobrepeso y otras afecciones.

Para Xavier Sisa, director jurídico de la Cámara de Industrias y la Producción, no se puede asignar la responsabilidad de esto a los alimentos procesados. Acota que no se consideran otros factores como la falta de ejercicio o la ingesta de comida ambulante.

"Un queso no podría tener el dibujo de una vaca... No sabemos cómo esto puede influir en el objetivo de la norma".

El catedrático en Mercadeo y Comunicación, Rodrigo Jordán, considera que comunicar el contenido de los alimentos en las etiquetas es positivo, porque el diseño del etiquetado no había tenido hasta ahora una regulación clara.

"¿Qué es más importante: la salud de la gente o comercializar un

Lo que no puede aparecer en la etiqueta

► **Afirmar** que consumir un producto por sí solo llena los requerimientos nutricionales de una persona.

► **Marca de conformidad** (fabricante certificada) del proceso. Si lo puede hacer si es del producto.

► **Declarar** en las etiquetas de los productos propiedades nutricionales incumpliendo valores ya normados.

► **Declarar** en el etiquetado de los alimentos propiedades saludables que no puedan comprobarse.

► **En las etiquetas** de los alimentos tampoco se podrá utilizar imágenes de niños, niñas y adolescentes.

► **Las empresas** tampoco podrán declarar en la etiqueta de un producto la frecuencia del consumo del país.

► **Utilizar** imágenes de celebridades en productos con contenido alto o medio de grasas, azúcar y sal.



► **Utilizar** logos, sellos, etc., de sociedades y otros relacionados a la calidad y composición del producto.

► **Declarar** que ingredientes que no tiene o atribuir un valor nutritivo distinto al del Registro Sanitario.

► **Realizar** en las etiquetas de los productos comparaciones en menoscabo de otros productos.

► **Atribuir** propiedades preventivas o terapéuticas de productos para aliviar, tratar o curar enfermedades.

► **Usar** en las etiquetas de los productos imágenes que no correspondan a sus características.

► **Utilizar** imágenes de profesionales de la salud también está prohibido por el reglamento.

► **Usar** imágenes de personas o animales, reales o ficticias cuando el contenido es alto o medio de calorías.

Transgénicos, el debate sigue

Aunque el tema del etiquetado de alimentos con contenido transgénico (genéticamente modificado) forma parte del Reglamento Sanitario de Etiquetado expedido el 15 de noviembre pasado, la industria cree que esta norma aún no aclara temas operativos de aplicación. De hecho, esta normativa solo aborda la definición de lo que es un alimento transgénico y establece que cuando un producto tenga estos insumos modificados genéticamente, la etiqueta debe decir "contiene transgénicos".

Según Xavier Sisa, director jurídico de la Cámara de la Industria y Producción, aún falta definir temas como desde qué porcentaje de contenido de transgénicos se debe reportar y hasta qué nivel de la cadena productiva.

Según Sisa, el Gobierno definirá esto en una norma más técnica. Ayer, representantes de las empresas y del Gobierno se reunieron desde las 14:00 para tratar el tema.

producto? Yo creo que necesitábamos un equilibrio entre ambos aspectos. Aunque generará malestar en empresas, este tipo de normas son cada vez más comunes".

Pero, dice, no será efectivo sin educación. "La gente no se fija siquiera en la fecha de caducidad".

Rosa Sanguano, quien realizaba compras ayer en un supermercado en Quito, reconoce que para elegir un producto mira la presentación, el precio y la marca. "Hay personas que compramos por la fundita, ahora con la norma vamos a tener más información", dice.

Mientras que Marco Calvache, gerente de la investigadora de mercados Sprocket, ve una oportunidad para cambiar la mercadotecnia en el país. "Hoy se cuentan historias y ahí es irrelevante la imagen de animalitos. Por ejemplo, Coca Cola no te vende datos sobre calorías sino que, como sabe que la gente vive estresada, te dice la vida es alegre".

Según la experta Wendy Carrion, las nuevas reglas plantean desafíos para que los estrategas de marketing logren que la gente compre sus marcas.

Para hacer los cambios a las etiquetas, la norma dio un plazo de seis meses para las firmas grandes y un año para las pequeñas.