

Nuevo etiquetado frontal de advertencia con la mayor evidencia científica y a través de un proceso transparente y democrático

- **La oposición de la industria, la misma que presentaron en Chile, Perú y Uruguay, la misma que presentaron contra los lineamientos de alimentos y bebidas en escuelas.**
- **El proceso de elaboración del etiquetado frontal de advertencia está plenamente documentado en listas de asistencia y en actas firmadas por todos los sectores, más del 98% en consenso.**

Ciudad de México, 04 de febrero 2020. La Alianza por la Salud Alimentaria reconoce al proceso de modificación de la norma de etiquetado como el más transparente y democrático que se ha realizado, con una muy amplia participación, con un aporte rico en evidencia científica, y con un muy amplio consenso, incluso, con la industria.

Considerado el proyecto de norma que más comentarios ha recibido en la historia, más de 5 mil, y el primero de la actual administración, marca un antes y después en la forma en que se realizan las normas oficiales mexicanas por su transparencia. El proceso en el que se dio la participación de todos los sectores, incluyendo una representación mayoritaria de la industria, llegó a un consenso en 177 numerales de los 178 que se revisaron. En actas firmadas por todos los sectores quedaron registrados estos consensos y lo no consensuado pasó a votación.

Sobre las protestas de la industria, Alejandro Calvillo, director de El Poder del Consumidor expresó: “La oposición de la industria al nuevo etiquetado de advertencia es similar al que expresó esta industria en Chile, Perú y Uruguay contra el etiquetado de advertencia. Presentamos evidencia sobre cómo se trata de los mismos argumentos: no se nos toma en cuenta, no hay precedente, tendrá enormes costos, va contra las reglas de comercio, etc. Hay además evidencia sobre cómo el propio Consejo Coordinador Empresarial, junto con las grandes corporaciones se opusieron en 2010 a los lineamientos de alimentos y bebidas en escuelas, que dijeron eran anticonstitucionales”.

Por su parte, Ana Larrañaga, directora de Salud Crítica, declaró: “Llama la atención que la industria argumente que no fueron tomados en cuenta cuando todo el proceso está plenamente documentado. Y llama más la atención, porque el etiquetado que hay hoy en los productos fue diseñado por la industria y puesto por la autoridad como obligatorio, en contubernio con la industria, sin haber constituido un grupo de trabajo para su elaboración, sin consultar a los institutos de salud ni a las organizaciones sociales”.

La Alianza por la Salud Alimentaria refirió que el etiquetado con octágonos es la mejor opción para que sea entendida por los niños y grupos vulnerables, como se ha demostrado en encuestas y estudios realizados en México, Chile, Perú y Uruguay. La ASA presentó los resultados de una encuesta nacional que muestran una mayor preferencia por el etiquetado de advertencia con la leyenda de “Exceso...”.

Juan Martín Pérez, director de la Red por los Derechos de la Infancia en México, señaló: “Los niños y las niñas de nuestro país viven el peor escenario en salud por el deterioro de su alimentación. El etiquetado de advertencia es una necesidad urgente para que los niños puedan comenzar a tomar



alianza por la salud alimentaria

consciencia de lo que se llevan a la boca, siendo importante que se prohíba la publicidad de estos productos dirigida a la infancia, así como su presencia en las escuelas. Es un asunto de derecho de la infancia”.

Montserrat Salazar, Directora Ejecutiva de The Hunger Project México, resaltó la importancia de la evidencia en la construcción de políticas públicas, libres de conflicto de interés, y siempre con un enfoque de derechos humanos y perspectiva de género. Y recordó que el derecho a la alimentación es particularmente crítico en poblaciones indígenas y rurales, quienes por su condición de pobreza y marginación, son altamente vulnerables frente a alimentos ultraprocesados y bebidas azucaradas, que hoy compiten con la agricultura familiar y la economía local, lo que les aleja de tener una vida plena y digna, desafiando cualquier intento de caminar hacia un desarrollo sostenible y por ende su autosuficiencia y las de sus comunidades.

Julieta Ponce, directora del Centro de Orientación Alimentaria, comentó: “Lo que encontramos en las familias con alta marginación y niños con obesidad o desnutrición, es la invasión de su espacio, de sus hogares, con alimentos ultraprocesados que han penetrado en su intimidad, alimentos y marcas con los que han generado vínculos de confianza. Estos productos los pueden llevar tanto a la desnutrición como a la obesidad. Son los mismos productos que con sus empaques impactan a las comunidades, la principal causa de basura. Es el tiempo de recuperar nuestro paisaje alimentario, de revalorar nuestros alimentos.”

Finalmente, Erick Antonio Ochoa, director de Salud Justa MX, declaró: "Nada molesta más a la industria que brindarle información clara y veraz al consumidor. Lo mismo pasa con la industria de alimentos y bebidas ultraprocesados que con la industria tabacalera. Esta última debió obligarse con el Convenio Marco para el Control del Tabaco para advertir, con un etiquetado que muestra con crudeza los daños a la salud, que fumar es un factor de riesgo fundamental para diversos tipos de cáncer y enfermedades cardiovasculares y respiratorias. Ahora pasa exactamente lo mismo con las compañías que se oponen a este etiquetado en alimentos y bebidas: si un adulto decide consumirlos, que advierta los daños, sin engaños."

En relación a la propuesta de la industria para el etiquetado frontal, la ASA refirió que es un refrito del etiquetado llamado GDA, que impusieron en contubernio con el gobierno anterior, que no atiende lo que se establece en la Ley General de Salud. Desarrollar un etiquetado frontal con esos criterios están dirigidos a, nuevamente, como hace 10 años con los lineamientos en escuelas, abrir paso a la minichitarra para que ésta no presente advertencias como si por el tamaño un producto no saludable se convirtiera en saludables. En su presentación, mostraron cómo productos como los Doritos, Rancheritos, el Frutsi, el minigansito, el BubuLubu, no tendrían advertencias. Una estrategia para seguir atacando el mercado de los niños y las niñas.

Contacto prensa:

Diana Turner cel. 55-8580-6525,
Rosa Elena Luna cel. 55-2271-5686,
Denise Rojas cel. 55-1298-9928