

Fecha 02.10.2022	Sección Cartera	Página PP-20-21
----------------------------	---------------------------	---------------------------



ILUSTRACIÓN: DANIEL RAZO, EL UNIVERSAL

Norma de etiquetado, poco efectiva
contra consumo calórico: expertos

INFLACIÓN, CLAVE CONTRA COMIDA CHATARRA

A dos años del nuevo etiquetado de alimentos altos en calorías, **el efecto en reducir su consumo ha sido mínimo**; el alza de precios ha sido más efectiva para limitar las compras de estos, señalan expertos

Texto: **IVETTE SALDAÑA Y ANTONIO HERNÁNDEZ**

—cartera@eluniversal.com.mx

Ilustración: **DANIEL RAZO**

Ayer se cumplieron dos años de la entrada en vigor de las nuevas reglas de etiquetado de la

Norma Oficial Mexicana (NOM-051), la cual llenó de octágonos negros los empaques de botanas, refrescos, pan, golosinas y demás alimentos y bebidas.

La medida tiene como propósito disminuir el consumo de productos con **gran** contenido calórico ante los altos niveles de

obesidad en el país, pero sus efectos han sido mínimos, dijeron empresarios y expertos consultados por EL UNIVERSAL.

En su opinión, la inflación ha sido más efectiva para limitar las compras de comida chatarra que la nueva norma.

“No hay un impacto significa-

Continúa en siguiente hoja



Página 1 de 4
\$ 162261.00
Tam: 1089 cm2

Fecha	Sección	Página
02.10.2022	Cartera	PP-20-21

tivo en los patrones de consumo a raíz de la implementación de la norma. Los cambios que vemos son por incrementos de precios”, resaltó Juan Carlos Jouve, director de servicio al cliente y nuevos negocios en Kantar WorldPanel.

De acuerdo con la empresa londinense, en la parte más complicada del confinamiento por la pandemia y en el regreso a actividades presenciales, los mexicanos dejaron de comprar algunos productos con alto contenido calórico en la calle para recibirlos directamente a domicilio.

Sin embargo, reconoció efectos positivos de la nueva NOM-051, debido a que los consumidores reclasificaron y voltearon a ver productos más sanos, principalmente por el impacto visual que tienen los sellos, lo que obligó a la mayoría de las industrias a reformular y presentar opciones bajas en calorías y azúcares.

Kantar señaló que los hogares mexicanos están disminuyendo su consumo debido a la inflación récord, lo que seguirá transformando la canasta de alimentos en el corto plazo.

“Sí se han disminuido la cantidad de productos que se consumen más y son aquellos alimentos que tienen un incremento de precio que está por encima de la inflación. Por supuesto que hay un componente de precio que va a seguir jugando a futuro en cuanto al desarrollo de categorías y dirección de los productos”, indicó.

El Inegi reportó que la inflación nacional llegó a 8.8% en la primera mitad de septiembre, pero la comida chatarra subió

más de precio.

El pan dulce empaquetado se disparó 25.8% y fue la mayor alza en más de 25 años. Las galletas dulces se encarecieron 15%, un máximo en 22 años. El precio de las papas fritas se incrementó 11%, lo que no se veía en ocho años. Los chocolates y productos de confitería aumentaron 9%, siendo la mayor alza desde que hay registro de este producto en el Inegi.

Medida Incompleta

El presidente del Consejo Nacional Agropecuario (CNA), Juan Cortina Gallardo, opinó que la emisión de la NOM-051 no consideró otras variables como fomentar el ejercicio y el consumo de una dieta balanceada.

“En el caso chileno ocurrió algo similar a lo que pasó en México, le pusieron etiquetas a todo y al final el consumidor dijo sigo consumiendo lo mismo y creo que eso pasó en México”, dijo a este diario.

“Realmente hay que educar al consumidor, se tiene que impulsar que haya más movilidad, que no haya sedentarismo, porciones adecuadas, una dieta balanceada y eso se refleja en los niveles de diabetes y obesidad. Creo que ahí falló el etiquetado”.

Desde su punto de vista, se quiere culpar al azúcar de ser la causante de que los mexicanos suban de peso, por eso “en el sector azucarero hemos estado luchando desde hace años, porque

se nos acusa de que el sector azucarero es el culpable de la obesidad, pero si haces eso y no ves el problema completo y no lo diagnostican correctamente, ¿qué termina pasando? Nada. Seguimos igual”, comentó.

La obesidad tiene varios factores. En primer lugar, comer más de lo que necesitas, no hacer ejercicio, el sedentarismo, una dieta inadecuada, pues “evidentemente toda cosa en exceso es mala”, explicó.

En su opinión, el gran error es culpar a una sola cosa, en este caso el azúcar, de ser el origen de la obesidad, cuando en realidad hay otras cosas como las harinas refinadas, uso de otros endulzantes y no hacer ejercicio.

Efectos positivos

Evaluar el éxito del nuevo etiquetado es difícil para el director de El Poder del Consumidor, Alejandro Calvillo, porque la pandemia fue una situación extraordinaria que provocó que se dejaran de comprar algunos productos preenvasados.

Sin embargo, calificó como “una gran ganancia” el que se haya logrado que las empresas de alimentos y bebidas reformularon sus productos para que no tu-

vieran sellos de exceso de sal, grasas o azúcares.

“La reformulación es un efecto positivo de la ley de etiquetado”, pues la norma no prohíbe el alimento, pero advierte que, de acuerdo con los criterios de la

Organización Mundial de la Salud, si el producto tiene exceso de azúcares, sodio o grasas, se le pondrán sellos y “si la empresa no quiere tener sellos, le baja la concentración o reformula. Ese era un efecto buscado”, expuso.

Gracias a la nueva norma, destacó, los consumidores que pensaban que había productos más o menos saludables, como yogures, en realidad tenían una alta cantidad de azúcar, al igual que las barras de cereal.

“Las empresas empezaron a sacar productos alternativos con menos sellos o ninguno”.

Explicó también que en las cajas de cereales dejaron de aparecer personajes o elementos atractivos para niños, porque los infantes conocen más a las caricaturas de los empaques que a los héroes mexicanos. ●

8.8%

FUE LA INFLACIÓN

que reportó el Inegi durante la primera mitad de septiembre.

82%

DE SUS PRODUCTOS

reformuló Bimbo para reducir su contenido calórico.

Fecha 02.10.2022	Sección Cartera	Página PP-20-21
----------------------------	---------------------------	---------------------------



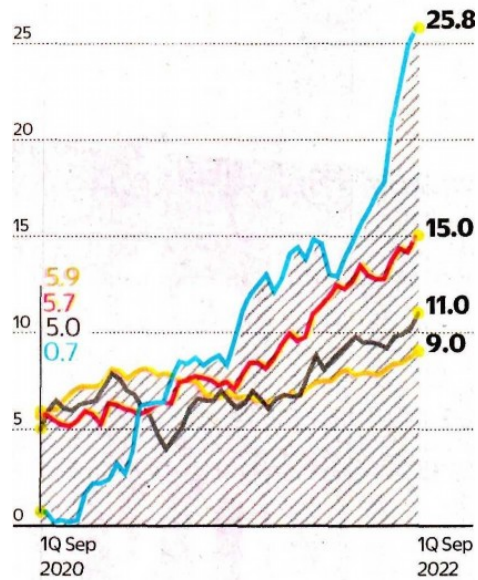
Bolsillos desprotegidos

El pan dulce es el alimento chatarra que más se ha encarecido.

Precios al consumidor

Variación porcentual anual

● PAN DULCE EMPAQUETADO ● GALLETAS DULCES
● PAPAS FRITAS ● CHOCOLATE Y CONFITERÍA



Fuente: Inegi.

Fecha	Sección	Página
02.10.2022	Cartera	PP-20-21

