

De: Angela Carriedo <angela_carriedo@yahoo.com>
Enviado el: jueves, 5 de diciembre de 2019 09:55 a. m.
Para: César Osvaldo Orozco Arce; Rebeca Rodríguez Moreno; rfs@cofepris.gob.mx; Mario.velasco@economia.gob.mx; Contacto CONAMER
CC: Margaret MILLER
Asunto: Comentarios a la NOM -051-SCFI/SSA1 2010 Especificaciones Generales de Etiquetado para Alimentos y Bebidas no Alcohólicas Preenvasados
Datos adjuntos: NOM_051 Etiquetado Frontal Mexico_ WPHNA Dec 2019.pdf; ATT00001.htm

Buenas tardes,

Escribo para someter comentarios a la consulta pública sobre la NOM-051-SCFI/SSA1 de parte de World Public Health Nutrition Association.

Cualquier duda, estamos a sus órdenes.

Saludos,

Dra. Angela Carriedo
WPHNA Communications Secretariat
www.wphna.org





Londres, Reino Unido a 4 de diciembre de 2019

Para: CONAMER

Asunto: CONSULTA PUBLICA PARA LA MODIFICACION DE LA NORMA SOBRE ETIQUETADO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

PRESENTE

Section 4.5.3.4

World Public Health Nutrition Association (WPHNA- Asociación Mundial de Salud Pública y Nutrición), es una organización internacional dedicada a abogar, defender y proveer liderazgo en el fortalecimiento de evidencia para acciones efectivas en temas de nutrición pública a nivel global. Actualmente colaboramos con otras organizaciones internacionales para lograr nuestros objetivos y estamos en relaciones oficiales con la Organización Mundial de la Salud, con la Comisión Permanente de Nutrición de Naciones Unidas (UNSCN), y con The Society for International Development (SID- Sociedad para el Desarrollo Internacional).

WPHNA considera principios éticos incluyendo los de transparencia, equidad y respeto en toda actividad relacionada con defender y proteger a la salud y la buena nutrición de la población como un derecho humano. Actualmente nuestros asociados provienen de 65 países, son expertos, practicantes y estudiantes de salud pública y nutrición; y pertenecen a una variedad de instituciones gubernamentales, sociales y académicas.

WPHNA se expresa a favor de las modificaciones propuestas en la NOM 051 sobre el etiquetado de alimentos y bebidas y felicita al gobierno Mexicano por una propuesta de NOM que identifica y protege la salud por encima de todo, garantizando un sistema completo y claro de etiquetado, cumpliendo con el derecho de información, transparencia y calidad.

WPHNA apoya el uso de un logotipo de advertencia octagonal para el Etiquetado Frontal de Alimentos porque se ha considerado el más efectivo para los consumidores en la evidencia científica que ha sido conducida sin conflicto de interés¹ y ha sido implementada con éxito en países como Chile, Perú e Israel. Ha sido apoyada por World Cancer Research Fund International, UNICEF y la Organización Mundial de la Salud, entre otras organizaciones internacionales.²³⁴

¹ PAHO. (2015). Nutrient Profile Model. 2015. Washington, USA. Available at: <http://iris.paho.org/xmlui/handle/123456789/18621>

² World Cancer Research Fund International. Building momentum: lessons on implementing a robust front-of-pack food label, 2019. Available at: <https://www.wcrf.org/sites/default/files/PPA-Building-Momentum-Report-2-WEB.pdf>

³ Unicef. Nota técnica: Un etiquetado nutrimental frontal claro y de fácil comprensión protege a niñas, niños y adolescentes en México. 2019 . Available at: <https://www.unicef.org/mexico/informes/un-etiquetado-nutrimental-frontal-claro-y-de-f%C3%A1cil-comprensi%C3%B3n>

Sección 4.5.3.4.2

WPHNA apoya el uso de un etiquetado de advertencia para endulzantes no calóricos en el etiquetado frontal de alimentos y bebidas. Es muy desafortunado que muchos productores de alimentos que han reformulado sus productos procesados con el objetivo de brindar alimentos más saludables, han acudido al recurso de endulzantes no calóricos. El recurrir a dichos ingredientes ha sido una estrategia que ha remplazado a la correcta y clara disminución o eliminación de azúcares añadidos. No solo es importante reducir el contenido calórico de los productos, pero incidir en cambiar las preferencias hacia productos menos dulces. Adicionalmente, actualmente no se recomienda el consumo de estos productos en niños y muchos productos publicitados para esta población los contienen. Es un derecho de los padres, cuidadores y niños en edad escolar y preescolar mexicanos que se indique claramente cuando un producto tiene endulzantes no calóricos.⁵⁶⁷⁸⁹

Sección 4.1.4 y 6.3

WPHNA apoya la iniciativa de la NOM de prohibir sellos de asociaciones u organizaciones profesionales, científicas o médicas que avalen o recomienden un producto en productos que lleven uno o más sellos de advertencia. También se apoya la prohibición de logotipos que indican características positivas de alimentos. Estos se han asociado con una percepción positiva del producto, a pesar de que dichos logotipos sean engañosos. Por ejemplo cuando un producto es comercializado como “sin colesterol” o “vegano” cuando es realidad es un alimento que no tiene ningún ingrediente de producto animal naturalmente, y se percibe como algo positivo, independiente de que sea o no un beneficio intrínseco al producto.

Además si dichos sellos de advertencia se aplican a un producto que es bajo en azúcar o grasa pero al mismo tiempo tiene sellos de advertencia, el consumidor se confundirá.¹⁰¹¹

⁴ Sistema de etiquetado frontal de alimentos y bebidas para México: una estrategia para la toma de decisiones saludables. Comité de expertos académicos nacionales del etiquetado frontal de alimentos y bebidas no alcohólicas para una mejor salud. Salud Pública de México. 2018. 60 (3): 328-337. Disponible en: <http://www.scielo.org.mx/pdf/spm/v60n4/0036-3634-spm-60-04-479.pdf>

⁵ Sylvetsky A, Rother KI, Brown R. Artificial Sweetener Use Among Children: Epidemiology, Recommendations, Metabolic Outcomes, and Future Directions. *Pediatr Clin North Am.* 2011;58(G):14G7-1480. doi:10.1016/j.pcl.2011.09.007

⁶ Swithers SE. Artificial sweeteners are not the answer to childhood obesity. *Appetite.* 2015. doi:10.1016/j.appet.2015.03.027.

⁷ Mennella JA. Ontogeny of taste preferences: Basic biology and implications for health1-5. *Am J Clin Nutr.* 2014. Doi:10.3945/ajcn.113.067694]

⁸ Lott M, Callahan E, Welker Duffy E, Story M, Daniels S. Healthy Beverage Consumption in Early Childhood: Recommendations from Key National Health and Nutrition Organizations. Technical Scientific Report. Durham, NC: Healthy Eating Research, 2019

⁹ Fox T, Corbett A, Story M. Robert Wood Johnson Foundation Healthy Eating Research Expert

¹⁰ Kaur A, Scarborough P, Rayner N. A systematic review, and meta-analyses, of the impact of health-related claims on dietary choices. *Int J Behav Nutr Phys Act.* 2017;14(1):93. doi:10.1186/s129GG-017-0548-1

¹¹ Faulkner et al. 2014. Perceived 'healthiness' of foods can influence consumption estimations of energy density and appropriate portion size. *International Journal of Obesity,* 38: 10G-112.



Sección 4.5.3 (Tabla 6)

WPHNA considera que los criterios nutricionales desarrollados por la Organización Panamericana de La Salud deben ser el ideal referente para la regulación Mexicana. No solo están basados en la mejor evidencia de la región, sino que han sido desarrollados por investigadores de alto nivel y sin conflicto de interés o relacionados a la industria productora de alimentos¹²¹³¹⁴.

Sección 4.1.5

WPHNA apoya la prohibición del uso de elementos publicitarios en los paquetes de alimentos procesados (personajes, celebridades, mascotas, etc.). La publicidad en los paquetes de alimentos es agresiva y persuasiva. La OMS y UNICEF han recomendado por varios años que este tipo de publicidad se prohíba. Al incluir el punto 4.1.5. en la NOM se atiende este punto critica importante para el cumplimiento con los derechos de los niños para protegerlos de publicidad que incita a malos hábitos alimentarios¹⁵¹⁶.

Agradecemos la oportunidad de participar en esta consulta y me pongo a sus órdenes por cualquier aclaración.

Margaret Miller

WPHNA President

12 Informe de una Consulta Mixta de Expertos OMS/FAO. DIETA, NUTRICIÓN Y PREVENCIÓN DE ENFERMEDADES CRÓNICAS. OMS, Serie de Informes Técnicos. 2003.

13 WHO (2013). Ingesta de sodio en adultos y niños. 2018, de ONS Sitio web: http://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10GG5/85224/WHO_NNH_NHD_13.2_spa.pdf;jsessionid=72455F959F7F488958D11GGF1B1BB82?sequence=1

14 WHO. Ingesta de azúcares para adultos y niños. 2018, de Organización Mundial de la Salud. Ginebra. 2015. Disponible en: http://www.who.int/nutrition/publications/guidelines/sugars_intake/es/

15 Organización Panamericana de la Salud. Recomendaciones de la consulta de expertos de la Organización Panamericana de la Salud sobre la promoción y publicidad de alimentos y bebidas no alcohólicas dirigida a los niños en la Región de las Américas. Washington. 2011. Disponible en: http://www.paho.org/hq/index.php?option=com_docman&task=doc_view&gid=18285.

16 UNICEF. Estudio exploratorio sobre la promoción y publicidad de alimentos y bebidas no saludables dirigida a niños en América Latina y el Caribe. Panamá. 2015. Disponible en: <http://www.unicef.org/lac/> UNICEF. Estudio exploratorio sobre la promoción y publicidad de alimentos y bebidas no saludables dirigida a niños en América Latina y el Caribe. Panamá. 2015. Disponible en: <http://www.unicef.org/lac/>

World Public Health Nutrition Association

www.wphna.org

46 Hodder Avenue, Peacehaven BN10 7PH

contact: secretariat@wphna.org