

## Una familia de clase media usa 12 % de sus ingresos para adquirir este tipo de productos que contribuyen al sobrepeso y la diabetes



Una familia mexicana de escasos recursos destina hasta 7.5 por ciento de sus ingresos totales para comprar refrescos, mientras que las familias de ingresos moderados gastan 12 por ciento en la adquisición de aguas y jugos embotellados, revela la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos en los Hogares.

La frecuencia en el consumo de refrescos, supera, según la Encuesta Nacional de Salud y Nutrición 2006 a alimentos básicos como la leche, huevo, carne, frutas y verduras.

De hecho, un estudio de la organización El Poder del Consumidor documentó que en comunidades rurales, siete de cada diez pequeños desayuna con refresco y sólo 26 por ciento acompaña su almuerzo con leche.

Tras recordar que México se ha convertido en el mayor consumidor de refrescos con un promedio de 163.3 litros por persona al año, la Alianza por la Salud Alimentaria conformada por diversas organizaciones de la sociedad civil advirtió que este consumo es suficiente para aumentar el riesgo de sobrepeso, obesidad y diabetes.

“En el periodo de 1999 a 2006 la energía consumida proveniente de bebidas altas en energía, en las que el refresco representa un papel predominante, incrementó más del doble en adolescentes y se triplicó en los adultos en un periodo solamente de siete años, ese periodo entre 1999 y 2006 es el de mayor crecimiento de la obesidad en México, en los niños de cinco a 11 años el sobrepeso y

la obesidad se incrementó casi en 40 por ciento”, expuso Alejandro Calvillo, director de El Poder del Consumidor que integra la Alianza.

En el marco del Día Mundial de la Alimentación, miembros de la Alianza subieron a la web, a través de las redes sociales de Twitter y Facebook, el video “Los Osos Reales”, en el que una familia de osos polares sufre como consecuencia del consumo de refresco, daños extremos generados por la diabetes, como la amputación de la pierna del jefe de familia, y deciden, por tanto, deshacerse de la bebida vertiéndola en el océano.

El video lanzado en Estados Unidos por el Center for Science in the Public Interest, fue adaptado por las organizaciones de nuestro país, para señalar que los mexicanos son quienes consumen más refresco en todo el mundo.

Aunado a ello, realizaron una acción pública frente a las oficinas de la Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios (Cofepris), organismo de la Secretaría de Salud federal (Ssa) al que acusaron de permitir a las empresas desarrollar su propio etiquetado “engañoso”, para los consumidores.

Durante el acto se mostró una persona disfrazada de oso polar, dañado por los efectos del refresco, con todo y diálisis tiró la bebida en un bote de basura.

Según datos del Instituto Nacional de Salud Pública, bebidas como el refresco aportan 21 por ciento de las calorías que se consumen en todo el día, cuando lo recomendado es que sólo brinden diez por ciento.

Al respecto la comisionada de evidencia y manejo de riesgos de la Cofepris, Rocio Alatorre, responsable de implementar la norma 051 que dicta cómo deben etiquetarse los alimentos y las bebidas no alcohólicas rechazó que los etiquetados sean engañosos, pues para ello se hacen constantemente verificaciones que han derivado en un total de 411 aseguramientos durante el periodo 2011-2012, lo que representa un incremento de 214 por ciento respecto de 2010