

TEMA: Alimentación

SUBTEMA: Prohibida venta quesos

REFERENCIA: Moran, C. (14 de octubre de 2020). México prohíbe la venta inmediata de quesos de 20 marcas y dos yogures por engaño en el etiquetado. *El País*.

Recuperado de <https://bit.ly/2I3zlmG>

NOTA:

México prohíbe la venta inmediata de quesos de 20 marcas y dos yogures por engaño en el etiquetado

El Gobierno de México ha ordenado que se suspenda de inmediato la venta de diversos quesos y un par de yogures en las tiendas mexicanas porque los ingredientes que declara su etiquetado “inducen a engaño entre los consumidores” y advierte de que se impondrán las multas necesarias. La Secretaría de Economía y la Procuraduría Federal del Consumidor (Profeco) han detectado que en algunos quesos se declara una composición de 100% leche cuando no es así o que se añade grasa vegetal para sustituir parte de la leche que señala la etiqueta. Tampoco el peso neto del producto se ajusta a la verdad en algunos casos ni los caseinatos aparecen recogidos en la superficie principal del alimento.

La prohibición de vender estos productos afecta a 20 marcas de quesos en alguna de sus presentaciones comerciales y a dos de yogur, que declaran ser “naturales” cuando llevan azúcar añadido o no cumplen con el contenido mínimo de leche, según el comunicado de Economía. Danone Bene Gastro y Danone Natural han quedado prohibidos. Entre los quesos, las marcas afectadas son: Fud, Nochebuena, Premier Plus Cuadritos, Zwan, Caperucita, Burr, Precissimo, Frankly, Selecto Brand, Galbani,

Lala, El Parral, Portales, Walter, Sargento, Cremería Covadonga, Aurrera y Philadelphia.

Algunas de estas casas comerciales han salido de inmediato a defender sus productos. Lala ha enviado un comunicado en el que afirma que su queso manchego deslactosado rebanado de 400 gramos es 100% leche y cumple la normativa de 2018 al respecto. Aseguran que ya solventaron otro problema que señaló la Profeco en abril sobre la ausencia del país de origen del queso manchego en el etiquetado. Hace un par de años, la denominación de origen de los quesos desató otra tormenta, esta vez con la Unión Europea, puesto que muchos de los productos que se venden en México utilizan prestigiosas denominaciones del otro lado del Atlántico sin que el queso tenga nada que ver con aquellos: es el caso del manchego, el feta, el parmesano, el gouda, etcétera. Con algunos de ellos se llegó a un acuerdo, pero el consumidor europeo sigue asombrándose cuando prueba estos lácteos en México creyendo que serán los auténticos.

En esta ocasión, los incumplimientos detectados por la Profeco son de otro orden. El grupo Mondelēz International se ha apresurado a aclarar que sus productos involucrados en esta denuncia son el queso “reducido en grasa” y el “normal” de la marca Philadelphia, pero no la famosa crema de queso de la misma firma. La prohibición de vender es “totalmente infundada”, “genera sorpresa y desconcierto en la compañía” y “daña la reputación de la marca”, se quejan en un comunicado. En su defensa critican un incumplimiento formal, que “la autoridad no notificó oportunamente a la empresa el inicio del procedimiento administrativo”. Asimismo, afirman que el pasado 25 de septiembre, el laboratorio de Profeco “emitió resultados

favorables sobre la calidad” del producto que comercializan, lo que, entienden, “valida su cumplimiento normativo”. Aunque la calidad no siempre tiene que ver con el etiquetado.

Ambas empresas, Mondelēz International y Lala aseguran en sus comunicados que estarán en contacto con la autoridad para aclarar este asunto, del que se informará con transparencia al consumidor.

El Gobierno mexicano lleva algún tiempo tratando de regular algunos de los productos a la venta en todo el país que contienen alto contenido en azúcares o grasas. Prohibió la exhibición y venta de golosinas y refrescos altamente azucarados en los colegios. Y algunos Estados, como Oaxaca, con altos índices de obesidad entre la población más vulnerable, han votado recientemente leyes severas para la venta de estos productos entre los menores de edad, los primeros en obesidad infantil del país. Los mensajes del Gobierno federal, tanto del presidente López Obrador, como de las autoridades sanitarias han sido rotundos a este respecto.

COMENTARIO

El Gobierno mexicano se ha encargado de modificar sus lineamientos para la venta de productos en el sector alimentario, desde la entrada de la polémica norma de nuevo etiquetado, las autoridades gubernamentales en conjunto con las de salud han buscado estrategias que inciten a las empresas productoras de alimentos a adaptar sus productos y formulas a opciones más saludables que cuenten con etiquetados que le permitan al comprador saber que está consumiendo.

La suspensión en la venta de diversos quesos y yogures es resultado de un etiquetado engañoso que no cumple con las características necesarias para entrar en la categoría

de lácteos, estas casas comerciales podrían llegar a recibir multas como consecuencia del manejo de mala información para el consumidor, lo que ha traído descontento en las empresas que anteriormente ya se habían posicionado en contra de la nueva norma del etiquetado pues argumentaban que esta representarían pérdidas económicas.

Sin embargo, Simón Barquera director del Instituto de Investigación en Salud y Nutrición¹, afirma que en otros países como Chile el cambio en los lineamientos etiquetados ha demostrado generar una reformulación sustancial de la industria mejorando el perfil de sus productos.

Estos reajustes tienen por objetivo apoyar a la población para realizar un consumo informado de productos que podrían ser nocivos a la salud, así como obligar a las grandes empresas de la industria a mejorar la calidad en los productos que ofrece al público.

RESPONSABLE

Cynthia Guadalupe Hernández Rojas

¹ Milenio. (17 de septiembre de 2020). Industria ha mejorado productos con nuevo etiquetado: experto. Recuperado de <https://bit.ly/2J52CgO>