

TEMA: Alimentación

SUBTEMA: Coca-Cola colaboración Gobierno

REFERENCIA: Sin Embargo. (23 de septiembre de 2020). La Industria Mexicana de Coca-Cola fortalece colaboración con el Gobierno en favor de mexicanos. Recuperado de <https://bit.ly/3l8k5SB>

NOTA:

La Industria Mexicana de Coca-Cola fortalece colaboración con el Gobierno en favor de mexicanos

En reunión con el Presidente de México, Andrés Manuel López Obrador, James Quincey, CEO de The Coca-Cola Company; Brian Smith, director global de operaciones; y Roberto Mercadé, nuevo director general de Coca-Cola México, reiteraron el compromiso de la compañía por el bienestar de las familias mexicanas. Durante la reunión, realizada el 22 de septiembre, se abordaron las iniciativas para apoyar la reactivación económica del país y la agenda de salud pública a través de campañas de educación para que las personas puedan tomar decisiones informadas sobre sus hábitos de alimentación.

“Nos mantendremos abiertos a continuar el diálogo con los distintos actores de Gobierno para trabajar juntos hacia adelante”, destacó Mercadé, nuevo director general para México, quien anteriormente estuvo dirigiendo la región Latincenter, y ahora dará seguimiento a los compromisos realizados.

Apoyo a pequeños comerciantes

La Industria Mexicana de Coca-Cola (IMCC) anunció que continuará impulsando a los más de 1.2 millones de pequeños comercios -tienditas, puestos de comidas y fondas-,

de los cuales dependen más de 3 millones de familias mexicanas, a través del apoyo en infraestructura, digitalización, formación, y créditos para fortalecerlos, incrementar sus ventas y asegurar su supervivencia.

Campaña de orientación nutrimental

También, en conjunto con el Gobierno federal, se apoyará la agenda de salud pública para promover que las personas tomen decisiones informadas sobre su alimentación e ingesta calórica. A través de sus campañas de comunicación, la IMCC apoyaremos la educación sobre el consumo informado de opciones y porciones para cada persona; impulsando el consumo de bebidas bajas en calorías por medio de nuestra publicidad y haciendo que puedan encontrarlas con facilidad en todos nuestros puntos de venta.

Además, de 2020 a 2024 continuaremos trabajando en la innovación de productos para reducir calorías y fortalecer nutrimentos. Actualmente, el 66 por ciento de nuestras 70 marcas son bajas o sin calorías, un 20 por ciento más que en 2018.

Sustentabilidad del campo mexicano

Integrando prácticas de agricultura sustentable, en los próximos cuatro años incrementaremos la compra de insumos al campo mexicano, como leche, frutas, semillas y café, presentes en nuestras bebidas, para alcanzar anualmente 25 billones de pesos en productos, en sustitución de importaciones, y generando más de 30 mil empleos directos para 2024.

“Nos encontramos en un momento clave para coordinar esfuerzos con el Gobierno para impulsar la reactivación económica del país y la orientación nutricional de los mexicanos”, reiteró Roberto Mercadé.

Acciones como éstas, representan el esfuerzo de la Industria Mexicana de Coca-Cola para crecer junto con el país, trabajando continuamente de la mano de Gobierno, comunidades y empresas en favor de la sociedad, favoreciendo el desarrollo de los pequeños comercios, impulsando acciones que apoyen la agenda de salud pública, y promoviendo el crecimiento del sector agropecuario.

COMENTARIO

La industria mexicana de Coca-Cola reiteró su compromiso y colaboración con el gobierno federal para el bienestar de familias mexicanas a través de iniciativas como el apoyo a pequeños comerciantes y campañas de orientación nutrimental que promuevan el consumo informado de la ingesta calórica de sus productos, apoyando la agenda de salud pública. Las campañas educarán a la población respecto a porciones y promoverán el consumo de bebidas bajas en calorías.

Esta alianza entre la empresa y el gobierno aparece después de que a finales del mes pasado Coca-Cola Femsas¹ dio a conocer, en un comunicado enviado a la Bolsa Mexicana de Valores, que promovió un juicio de amparo en contra de la reforma a la NOM-051, que introduce un nuevo sistema de etiquetado para bebidas no-alcohólicas y alimentos preenvasados, lo que obliga a la empresa a contar con los nuevos lineamientos en todo su portafolio a partir del 1 de octubre de 2020, cuya resolución se encuentra pendiente. Los productos de esta empresa son unos de los más comunes en la dieta del mexicano, al mismo tiempo que son uno de los más nocivos para la

¹ Expansión. (28 de agosto de 2020). Coca-Cola Femsas promueve un amparo contra el nuevo etiquetado frontal. Recuperado de <https://bit.ly/30vb26l>

salud, pues su alto contenido en azúcares es un problema en un país con los primeros lugares a nivel mundial en obesidad en adultos e infantil.

El apoyo de la empresa a la agenda de salud pública podría parecer contradictorio por la resistencia a las nuevas normas del etiquetado, sin embargo, la promoción de campañas de información y educación nutrimental, con una reducción de la huella calórica, podría hacer que la población si bien no deje de consumir sus productos, si realice un consumo más cuidadoso de ellos.

RESPONSABLE

Cynthia Guadalupe Hernández Rojas