



EL PODER DEL CONSUMIDOR

## **Semana Mundial de Concientización de la Sal** **Urgen medidas más fuertes para combatir el exceso de sal, “el asesino oculto”**

- *En México el consumo de sal es de entre 7-9 gramos, cantidad muy superior a la recomendación de la OMS (5 gramos de sal al día), gran parte proviene de productos altamente procesados.*
- *Una cuarta parte de los mexicanos padece hipertensión, de los cuales 40% desconocen que tienen este padecimiento.*
- *En México, el etiquetado actual no advierte sobre las grandes cantidades de sal en productos ultraprocesados y la regulación de la publicidad no protege a los niños de la sal oculta en estos productos.*

**Ciudad de México, 21 marzo 2016.-** En el marco de **Semana Mundial de la Concientización sobre la Sal**, El Poder del Consumidor destaca la necesidad de que el Estado modifique la regulación del etiquetado frontal en México y la regulación sobre la publicidad de alimentos y bebidas dirigida a la infancia para combatir el alto consumo de sal entre la población mexicana.

Los mexicanos consumen entre 7 y 9 gramos de sal promedio al día, mientras que la Organización Mundial de la Salud (OMS) recomienda, con base en evidencia científica, que los adultos consuman menos de 5 gramos de sal (equivalentes a 2 gramos de sodio) al día.

El alto consumo de sal eleva el riesgo de hipertensión, o presión alta, condición que aumenta el riesgo de muerte por enfermedades cardiovasculares como infartos y accidentes cerebrovasculares.

**De acuerdo con datos de la Encuesta Nacional de Salud y Nutrición (ENSANUT) 2016, la prevalencia de hipertensión arterial en adultos de 20 o más en México es de 25.5% y el 40.0% de las personas con esta condición desconocía que padecía esta enfermedad.**

Lo más grave es que aunque la gente se sepa con el padecimiento, no lleva un adecuado control. La misma encuesta revela que entre los adultos con diagnóstico previo de hipertensión, solo 58.7% se encontraron en control adecuado (<140/90 mmHg). Los casos de hipertensión son más comunes en adultos con obesidad que en adultos con peso normal.

Datos muestran que hasta hace poco más de una década, la hipertensión arterial afectaba sólo a personas mayores de 40 años de edad. Hoy en día, a causa de cambios en los hábitos de alimentación y el aumento del sobrepeso y la obesidad, también está presente en más de 16% de los jóvenes de 20 a 29 años y sólo alrededor de una tercera parte de ellos saben que tienen esta enfermedad.

Fiorella Espinosa, coordinadora de investigación en salud de El Poder del Consumidor, explicó que combatir el consumo de sal entre la población mexicana es una medida clave para reducir la

hipertensión y las enfermedades cardiovasculares que son la primera causa de muerte en México, responsable de más de 162 mil 837 muertes al año. En 2015, 128 mil 731 mexicanos fallecieron por enfermedades cardíacas y había 34,106 muertes por enfermedades cerebrovasculares.

**Uno de los principales problemas asociados al consumo de sal es que un gran parte de la sal que consumimos se encuentra oculta en productos ultraprocesados**, como las botanas, quesos, embutidos, salsas de tomate industrializadas, sopas instantáneas y la comida rápida. Incluso, hay muchos productos que aunque no tengan un sabor salado, contribuyen al alto consumo de sal, como los cereales de caja, pan empaquetado e incluso los refrescos.

**World Action on Salt and Health estima que, en el ámbito internacional, el 75% de la sal que comemos está oculta en la comida que compramos, es decir comida industrializada.** Además, según un estudio de la Organización Panamericana de la Salud (OPS), México es uno de los más grandes consumidores de productos ultraprocesados en el mundo. Ante este panorama, Fiorella Espinosa señaló que es urgente que México implemente medidas como un etiquetado frontal de advertencia y una regulación contra la publicidad de alimentos y bebidas dirigidas a la infancia que realmente protejan a la población, sobre todo a los niños y adolescentes contra los daños del alto consumo de sal.

En México, tenemos un etiquetado que según los resultados de ENSANUT (2016) sólo 13.8% de la población reportó que es “muy comprensible”, por lo cual es difícil para gran parte de los consumidores identificar si un producto es alto en sal y si debe de limitar su consumo. Por ejemplo, muchas de las botanas saladas altamente consumidas en México como *Barcel* Takis Fuego, *Doritos* sabor Flamin’ Hot y *Barcel* Hot Nuts, así como otros productos altamente consumidos por los niños como leches saborizadas, cereales de caja y sopas de pasta listas para preparar, contienen altas cantidades de sal y no tienen un etiquetado que transmita esta información al consumidor. En cambio, en Chile, un país que cuenta con un etiquetado frontal de advertencia, con esta cantidad de sodio que contienen tendrían un etiquetado que claramente indica que el producto por sí mismo es “ALTO EN SODIO”.

Por ejemplo, en México, el etiquetado para el producto *Ruffles* Mega Crunch sabor salsa roja indica que contiene 24% del sodio que se debe de consumir en un día, un mensaje que no informa al consumidor si este producto es alto o bajo en sodio, mientras que el etiquetado en Chile diría “ALTO EN SODIO” por contener más de 800 gramos de sodio en 100 gramos de producto. Lo mismo ocurre con otros productos que son directamente promocionados hacia la infancia como macarrones, dentro de las cuales varias marcas utilizan personajes llamativos para ellos, así como salchichas que se publicitan como alternativas de consumo para la alimentación infantil.

Además, el hecho de que, en México la regulación de publicidad de alimentos y bebidas dirigida a la infancia en televisión no la prohíbe en los programas y horarios más vistos por los niños de acuerdo al Instituto Federal de Telecomunicaciones, tanto niños como adolescentes siguen estando

expuestos a la publicidad de productos y comida rápida altamente salada. Además, los productos altos en sodio están siendo publicitados constantemente en espectaculares y usan ganchos y regalos para atraer a los niños. En México, la regulación sobre publicidad de alimentos y bebidas dirigida a la infancia tampoco prohíbe estas estrategias. En cambio, en Chile, productos altos en sodio no pueden ser publicitados a los niños en televisión entre las 6 am y 10 pm, y la publicidad tampoco puede utilizar ganchos, símbolos y personajes para publicitar sus productos a niños.

Esta Semana Mundial de la Concientización de la Sal exigimos que el estado implemente un etiquetado frontal de advertencia y una regulación estricta sobre la publicidad de alimentos y bebidas dirigida a la infancia para reducir el consumo de alimentos y bebidas altos en sal para evitar muertes prematuras relacionadas a su consumo.

**Contacto prensa:**

**Rosa Elena Luna 55-2271-5686**

**Diana Turner 55-8580-6525**

**Denise Rojas 55-1298-9928**