



PROFECO debe profundizar acciones contra gran cantidad de productos que violan la normatividad

- *Laboratorio de PROFECO registró la adulteración de quesos con grasas vegetales desde hace 20 años y no actuó.*
- *Danone fue multada en varias naciones por realizar afirmaciones no comprobables sobre los beneficios en salud de sus productos fermentados desde hace 10 años.*
- *Las normatividades en alimentos y bebidas deben a los mejores estándares internacionales.*

Ciudad de México, 20 de octubre 2020.- La suspensión de la comercialización de diversos productos con la denominación de “quesos” y “yogurt natural” dada a conocer por la Secretaría de Economía y por la Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO) el pasado 13 de octubre, debe ser el inicio del cumplimiento de la normatividad existente que por decenios ha sido violado por una gran diversidad de empresas en perjuicio de los consumidores. La aplicación de la normatividad debe ir acompañada de: 1) una revisión de las normas oficiales mexicanas existentes, que en muchos casos se diseñaron bajo el interés de las industrias reguladas en detrimento de los derechos de los consumidores y, 2) la expedición de una gran diversidad de normas para productos que aún no las tienen.

“La adulteración de quesos con grasas vegetales, violando la normatividad, es un asunto que, al menos, desde el año 2000, fue reportado por el laboratorio de PROFECO que ocurría en una muy larga lista de marcas. Esta práctica se ha mantenido por 20 años, hasta el día de hoy, esperamos que las acciones de PROFECO la detengan y puedan ir más allá, generando un cambio radical”, señaló Paulina Magaña, coordinadora de Salud Alimentaria de El Poder del Consumidor.

Las normas para quesos deben actualizarse porque presentan graves problemas ya que, por ejemplo, se usan distintas sustancias para retener agua sin estar normadas y/o se utilizan proteínas de suero o incluso proteína de soya. Un problema es que la norma de quesos es extremadamente laxa. El porcentaje de proteína es del 10% y en el queso tipo *petite suisse* (Danonino) 4%. Son porcentajes menores a la normas europeas.

En el caso de los yogures, la suspensión de comercialización se realizó en el sector de yogures bebibles, señalando que se violaba la normatividad específica al presentarse en las etiquetas la referencia a yogur natural a pesar de que presentan azúcares añadidos en dos productos de la marca Danone “Danone Bene Gastro” y “Danone Natural”, y por señalar beneficios en salud que no están fundamentados en evidencia científica. “Debemos señalar que hace 10 años, 2010, la empresa Danone fue mulada con 21 millones de dólares en los Estados Unidos por la Comisión Federal de Comercio por publicidad engañosa en su yogur Activia y Actimel al presentarse como productos que ayudan a aliviar la digestión, el estreñimiento, como reguladores del tracto intestinal. PROFECO debe actuar contra todo este tipo de productos que se siguen publicitando con esos supuestos beneficios en el mercado mexicano”, señaló Alejandro Calvillo, director de El Poder del Consumidor..



EL PODER DEL CONSUMIDOR

El Poder del Consumidor señaló que deben adecuarse las normatividades en alimentos y bebidas a los mejores estándares internacionales ya que una gran parte de la normatividad en el pasado, se hizo a modo de la industria a través del contubernio entre diversas empresas y la Secretaría de Economía. “Así fue que tuvimos en el mercado, durante decenios panes integrales sin tener una pizca de harina integral, jugos totalmente adulterados, actualmente atunes con altas cantidades de soya, jamones que no tienen la carne que anuncia, que contienen menos de la mitad de carne y contienen altas cantidades de almidones, etc.” agregó Calvillo.

La organización demandó que se prohíba el uso de imágenes o menciones a frutas, verduras, cereales integrales y otros ingredientes naturales, no procesados, en las etiquetas y publicidad de los productos que no los contienen entre sus principales ingredientes ya que están dirigidas a confundir al consumidor.

El Poder del Consumidor señaló que es una buena señal la acción de la Secretaría de Economía y PROFECO para retirar del mercado estos productos y obligar a su reetiquetado o reformulación, además, esta política debe mantenerse y profundizarse frente a la gran cantidad de productos que actualmente engañan al consumidor.

Contacto prensa:

Rosa Elena Luna 55-2271-5686;

Diana Turner cel. 55-8580-6525;

Majo Sendra cel. 55-3821-8589;

Denise Rojas cel. 55-1298-9928.