

**Bogotá D. C., 17 de noviembre de 2017**

**Doctor:**

**ALEJANDRO GÓMEZ LÓPEZ**

**Subdirección de Nutrición**

**Instituto Colombiano de Bienestar Familiar**

**ESD**

*Asunto: Petición de información sobre asuntos relacionados protección al derecho a la salud y la alimentación de niños, niñas y adolescentes de la Guajira.*

Los abajo firmantes, ciudadanos colombianos, identificados como aparece al pie de nuestras firmas, respetuosamente y, en ejercicio del derecho de petición contemplado en los artículos 20, 23 y 74 de la Constitución Política, el artículo 24 de la Ley 1712 de 2014 y la Ley 1755 de 2015 nos permitimos solicitar información relacionada con los efectos del consumo de bebidas azucaradas en niños, niñas y adolescentes de la Guajira.

## **I. ANTECEDENTES DE LA PETICIÓN**

En julio de 2017 se lanzó en el municipio de Manaure (Guajira) una bebida denominada KUFU; que en términos de la compañía productora Postobón S.A. en su comunicado del 7 de julio de 2017 es “una nueva estrategia social enfocada en la nutrición” y es ofrecida como “una bebida fortificada con vitaminas y minerales”<sup>1</sup> El producto tiene dos presentaciones, una de ellas es una bebida embotellada ligeramente gasificada, con sabor a fruta y fortificada con vitaminas y algunos minerales; la otra es una bebida con mango y avena, fortificada con vitaminas y minerales que viene en presentación ‘tetra pack’. De acuerdo con el comunicado de la empresa productora, “3.130 niños en condición de vulnerabilidad de los municipios Manaure y Riohacha y el corregimiento de Narazeth, recibirán de forma gratuita durante seis meses y como parte de su dieta diaria, dos unidades de KUFU que complementarán sus planes alimentarios y así poder atacar lo que comúnmente se determina hambre oculta [...]”<sup>2</sup>.

De acuerdo a las pesquisas realizadas por los abajo firmantes sobre la evidencia científica disponible, no logramos encontrar evidencia que sustente que el consumo de nutrientes en forma

---

<sup>1</sup> Postobón, ¡Conoce el Poder de KUFU!, comunicado de 7 de julio de 2017, disponible en <http://www.postobon.com/sala-prensa/noticias/conoce-el-poder-kufu>

<sup>2</sup> Idem.

aislada o ‘nutrientes aislados’ puedan contribuir a la nutrición y salud de las personas, con la misma efectividad que el consumo del mismo nutriente cuando este hace parte naturalmente de un alimento<sup>3</sup>, especialmente si la disponibilidad de aporte proteico calórico en la alimentación es reducida, como sucede en gran proporción de la población de la Guajira. La evidencia muestra que las necesidades nutricionales deben ser cubiertas principalmente a partir de alimentos con alta densidad nutricional, es decir, por medio de alimentos reales como frutas, verduras, leche, etc., los cuales contienen calorías, proteínas, grasas, carbohidratos, vitaminas, minerales y fibra, que tienen efectos positivos en la salud<sup>4</sup>.

Por otro lado, encontramos que, de acuerdo a la información declarada en la etiqueta, este producto contiene edulcorantes no calóricos, los cuales no son recomendados por el Perfil de Nutrientes de la Organización Panamericana de la Salud<sup>5</sup>. Estos edulcorantes, de sabor dulce al paladar, pueden tener el efecto de modificar las preferencias de los niños y niñas que los consumen, incentivando que los mismos demanden este tipo de productos al finalizar la campaña.

Adicionalmente, encontramos que varios estudios han señalado que la publicidad y el mercadeo incrementan los niveles de reconocimiento y recordación de marcas de bebidas y alimentos procesados en la población infantil, en etapas tan tempranas de la vida como la preescolar<sup>6</sup>. La exposición repetida a la publicidad y el mercadeo genera asociaciones positivas hacia las marcas e incrementa las preferencias de consumo, no solo a un producto específico, sino también hacia todas las categorías de productos comestibles y bebidas ultra-procesados<sup>7</sup>. Lo anterior, puede generar prácticas alimentarias no saludables en los niños, niñas y adolescentes, las cuales podrían perpetuarse hasta la edad adulta.

Con fundamento en los anteriores antecedentes nos permitimos presentar al Instituto Colombiano de Bienestar Familiar, la siguiente petición de información.

## II. PETICIÓN DE INFORMACIÓN

---

<sup>3</sup> Brasil. Ministerio de Salud de Brasil. Secretaría de Atención a la Salud. Departamento de Atención Primaria (2015) Guía alimentaria para la población brasileña; traducido por Carlos Augusto Monteiro con Organización Pan-Americana de la Salud. – Brasilia: Ministerio de Salud de Brasil.

<sup>4</sup> U.S. Department of Health and Human Services and U.S. Department of Agriculture. (December 2015) 2015–2020 Dietary Guidelines for Americans, 8th Edition.

<sup>5</sup> Organización Panamericana de la Salud (2016) Modelo de perfil de nutrientes de la Organización Panamericana de la Salud, Washington DC.

<sup>6</sup> Cairns G, Angus K, Hastings G, Caraher M. (2013) Systematic reviews of the evidence on the nature, extent and effects of food marketing to children. A retrospective summary. *Appetite*; 62:209-215; McGinnis JM, Gootman JA, Kraak VI. (2006) Food marketing to children and youth: threat or opportunity?: National Academies Press.

<sup>7</sup> Harris JL, Pomeranz JL, Lobstein T, Brownell KD. (2009) A crisis in the marketplace: how food marketing contributes to childhood obesity and what can be done. *Annu Rev Public Health*; 30:211-225; Kelly B, King M, Lesley, Chapman M, Kathy, Boyland E, Bauman AE, Baur LA. (2015) A hierarchy of unhealthy food promotion effects: identifying methodological approaches and knowledge gaps. *American journal of public health*;105(4): e86-e95.

De acuerdo con la Ley 7ª de 1979, que creó el Sistema Nacional de Bienestar Familiar y estableció sus objetivos y funciones, su artículo 20 afirma que “(e)l Instituto Colombiano de Bienestar Familiar tendrá por objeto propender y fortalecer la integración y el desarrollo armónico de la familia, proteger al menor de edad y garantizarle sus derechos.” En el mismo sentido, el decreto 2388 de 1979, que reglamenta la anterior ley, en su artículo 30 afirma que “(e)l ICBF cifrará su acción en el cumplimiento de las actividades tendientes a lograr la protección preventiva y especial del menor y el fortalecimiento de la familia [...]”. Así, en cumplimiento de este mandato general, tiene distintas funciones entre las cuales están “6. Asistir al Presidente de la República en la inspección y vigilancia de que trata el ordinal 19 del artículo 120 de la Constitución Nacional, sobre las instituciones de utilidad común que tengan como objetivo la protección de la familia y de los menores de edad.; 18. Investigar los problemas referentes a la nutrición del pueblo Colombiano, planear y ejecutar programas nutricionales y adelantar las acciones necesarias para el mejoramiento de la dieta alimenticia de la mujer embarazada o en periodo de lactancia y del menor, en coordinación con los demás organismos del Estado; ó 20. Imponer multas a su favor en los casos previstos por la Ley en la cuantía y según los procedimientos que se determinen en el Decreto reglamentario de la presente Ley; (Ley 7 de 1979, Artículo 21), entre otras, contenidas en leyes y decretos especiales, como el Código de Infancia y Adolescencia.

En ese mismo sentido, la Dirección de Nutrición del ICBF, en busca de la protección del derecho a una alimentación saludable de los niños, niñas y adolescentes colombianos y en desarrollo de los distintos objetivos del Instituto Colombiano de Bienestar familiar, de conformidad con el Decreto 987 de 2012 cumple, entre otras, las siguientes funciones:

- Liderar la implementación de las políticas, planes, programas y proyectos relativos a la nutrición, definidos por el Departamento Administrativo para la Prosperidad Social y por las demás Entidades y organismos competentes.
- Organizar la participación del ICBF, en la definición de la política de nutrición, para poblaciones vulnerables.
- Implementar acciones y estrategias de Seguridad Alimentaria y Nutricional en coordinación con la Comisión Intersectorial de Seguridad Alimentaria y Nutricional (CISAN), para fortalecer la formación de hábitos y estilos de vida saludables en los diversos programas del ICBF que lo requieran.
- Participar en el proceso de detección de necesidades, junto con las Direcciones de Primera Infancia, de Niñez y Adolescencia y, de Familia y Comunidades y, con la Dirección de Protección, estableciendo los parámetros que deben ser tenidos en cuenta, para identificar falencias en su tema de conocimiento en las poblaciones objeto de análisis.
- Definir los lineamientos y estándares técnicos de ejecución de los programas y proyectos de Nutrición, que deberán aplicarse, de acuerdo con el tipo de atención de su

competencia, para cada una de las Direcciones de Primera Infancia, Niñez y Adolescencia y de Familia y Comunidades y, con la Dirección de Protección.

- Realizar, en coordinación con la Dirección de Planeación y Control de Gestión, investigaciones sobre nutrición, relativa a la población objeto del Instituto.
- Propiciar y fortalecer la articulación intersectorial e interinstitucional, para la ejecución, seguimiento y evaluación de la Política Nacional de Seguridad Alimentaria y Nutricional y de la Política de Actividad Física.
- Participar activamente en la Comisión Intersectorial de Seguridad Alimentaria y Nutricional y en el Observatorio de Seguridad Alimentaria y Nutricional, con el fin de garantizar la coordinación y articulación en la observación, seguimiento y evaluación del fenómeno, en el marco de las responsabilidades del Instituto.
- Contribuir en la gestión de la normatividad relacionada con el tema de Seguridad Alimentaria y Nutricional.
- Desarrollar y actualizar herramientas e insumos técnicos en materia de nutrición que se constituyan en referentes nacionales, entre otros, la Tabla de Composición de Alimentos Colombianos, las Guías Alimentarias para la Población Colombiana, las Recomendaciones de Ingesta de Energía y Nutrientes para la Población Colombiana.
- Adelantar con el Ministerio de Salud y de la Protección Social, actividades educativas y acciones que propendan por ambientes saludables, dirigidos a promover una alimentación balanceada y saludable de la población colombiana, en especial de la de responsabilidad del Instituto, haciendo énfasis en la generación de ambientes saludables.
- Atender las peticiones y consultas relacionadas con asuntos de su competencia.

Considerando las competencias de esta Subdirección del ICBF en defensa de los derechos de los niños, niñas y adolescentes, así como la evidencia científica más reciente nos permitimos solicitar información sobre los siguientes aspectos:

*1. ¿Ha tenido conocimiento la Subdirección de Nutrición del ICBF sobre esta campaña realizada en la Guajira? ¿Entre julio y octubre de 2017 se han recibido quejas relacionadas con la campaña de distribución de KUFU a los niños, niñas y adolescentes de la Guajira?*

*2. Así mismo, ya que algunas de las funciones del ICBF se relacionan con la ejecución de programas con un componente de nutrición, al respecto quisiéramos conocer si ¿El proyecto de distribución de esta bebida KUFU se lleva a cabo con la coordinación o el acompañamiento institucional del ICBF en el departamento de la Guajira, específicamente, en los municipios de Manaure y Riohacha y el corregimiento de Narazeth?*

3. Como se mencionó anteriormente, varios estudios han señalado que la publicidad y el mercadeo incrementan los niveles de reconocimiento y recordación de marcas de bebidas y alimentos procesados en la población infantil, en etapas tan tempranas de la vida como la preescolar<sup>8</sup>. La exposición repetida a la publicidad y el mercadeo genera asociaciones positivas hacia las marcas e incrementa las preferencias de consumo, no solo a un producto específico, sino también hacia todas las categorías de productos comestibles y bebidas ultra-procesados<sup>9</sup>. Lo anterior, puede generar prácticas alimentarias no saludables en los niños, niñas y adolescentes, las cuales podrían perpetuarse hasta la edad adulta.

Así, partiendo de las funciones que esta dependencia cumple en la formación de hábitos y estilos de vida saludables de los niños, niñas y adolescentes, y con lo expresado anteriormente, quisiéramos saber:

*3.1 ¿Cuál es la política del ICBF en materia de productos comestibles ultraprocesados, o también llamados “Comida chatarra”, particularmente, frente a su deber de contribuir a la alimentación saludable de los niños, niñas y adolescentes?*

*3.2 ¿El ICBF lleva a cabo alguna acción para la protección para los niños, niñas y adolescentes de la Guajira, ante la comercialización de esta clase de productos?*

*3.3 ¿Cuáles son las actividades de vigilancia y control que el ICBF lleva a cabo frente a la publicidad agresiva por parte de la industria de alimentos y bebidas azucaradas, dirigida a niños niñas y adolescentes?*

4. Los Principios Rectores sobre Empresas y los Derechos Humanos de la ONU<sup>10</sup>, en especial el 11, 12 y 13, advierten sobre el deber de las empresas de respetar los derechos humanos. El principio 13 advierte que “[l]a **responsabilidad de respetar los derechos humanos exige que las empresas: a) Eviten que sus propias actividades provoquen o contribuyan a provocar consecuencias negativas sobre los derechos humanos y hagan frente a esas consecuencias cuando se produzcan.**” La estrategia desplegada por la empresa distribuidora de KUFU más que una práctica de responsabilidad social empresarial

---

<sup>8</sup> Cairns G, Angus K, Hastings G, Caraher M. (2013) Systematic reviews of the evidence on the nature, extent and effects of food marketing to children. A retrospective summary. *Appetite*.; 62:209-215; McGinnis JM, Gootman JA, Kraak VI. (2006) Food marketing to children and youth: threat or opportunity?: National Academies Press.

<sup>9</sup> Harris JL, Pomeranz JL, Lobstein T, Brownell KD. (2009) A crisis in the marketplace: how food marketing contributes to childhood obesity and what can be done. *Annu Rev Public Health*; 30:211-225; Kelly B, King M, Lesley, Chapman M, Kathy, Boyland E, Bauman AE, Baur LA. (2015) A hierarchy of unhealthy food promotion effects: identifying methodological approaches and knowledge gaps. *American journal of public health*.;105(4): e86-e95.

<sup>10</sup> ONU (2011) Principios Rectores sobre la Empresas y los Derechos Humanos, HR/PUB/11/04, disponible en [http://www.hchr.org.mx/images/doc\\_pub/GuidingPrinciplesBusinessHR\\_SP.pdf](http://www.hchr.org.mx/images/doc_pub/GuidingPrinciplesBusinessHR_SP.pdf)

parecería una estrategia de mercadeo que podría llegar a atentar contra la situación nutricional de los niños y niñas. En relación con este aspecto quisiéramos saber:

*4.1 ¿Cuál es la política del ICBF en materia de protección de los niños, niñas y adolescentes ante eventuales afectaciones que el desarrollo de estrategias de “responsabilidad social” de las empresas puedan generar sobre los derechos de estos?*

*4.2 ¿Qué acciones concretas lleva a cabo el ICBF para instar a las organizaciones privadas al respeto del derecho a una alimentación saludable de los niños, niñas y adolescentes? Si ha conocido de estos casos ¿Qué acciones concretas está llevando a cabo el ICBF para instar a esta empresa privada al reconocimiento y respeto por el derecho a la alimentación saludable de los niños, niñas y adolescentes de la Guajira, en el marco de este proyecto?*

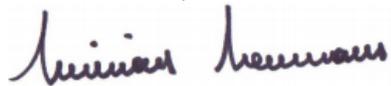
### III. SOLICITUD DE INTERVENCIÓN DEL ICBF

En el evento de no haber tenido conocimiento previo sobre la situación descrita y/o no haber adelantado acciones concretas, respetuosamente, solicitamos la intervención urgente de la Instituto Colombiano de Bienestar Familiar, para que en el marco de sus competencias, despliegue acciones orientadas a la prevención y protección de los derechos a la salud y alimentación de los niños, niñas y adolescentes de la Guajira, a quienes se les está distribuyendo la bebida KUFU dentro del programa de responsabilidad social que desarrolla la compañía productora Postobón S.A.

### IV. NOTIFICACIONES

Recibimos notificaciones a la dirección Carrera 24 # 34-61 (Bogotá) y al correo electrónico malbarracin@dejusticia.org

Cordialmente,



Vivian Newman Pont  
CC. 32.691.759  
Subdirectora Dejusticia



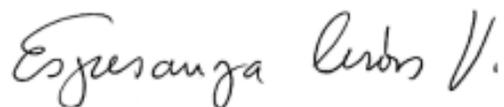
Diana Guarnizo Peralta  
CC. 52.907.494  
Investigador de Dejusticia



Mauricio Albarracín Caballero  
CC. 91.514.122  
Investigador de Dejusticia



Mary Luz Barragán  
CC. 1.128.055.154  
Investigadora Dejusticia



Esperanza Cerón  
CC. 34.527.617  
Directora Educar Consumidores



Carolina Piñeros  
CC. 39.694.233  
Directora RedPapaz



Javier Lautaro Medina Bernal  
CC. 74.814.770  
Coordinador Jurídico - FIAN Colombia



Blanca Llorente  
CC. 51.935.128  
Asesor Técnico Fundación Anáas



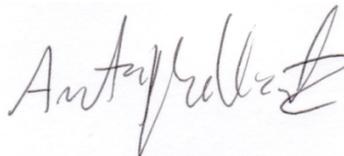
Vilma Amparo Gómez Pava  
CC. 36.176.946  
Presidenta DNI-Colombia



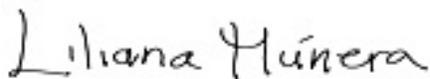
Luis Fernando Gómez  
CC. 18.592.176  
Docente - Pontificia Universidad Javeriana



Mercedes Mora  
CC. 51.68.64.63  
Docente -Pontificia Universidad Javeriana



Andrés Vecino  
CC. 80.094.514.



Liliana Múnera  
CC. 52.416.335  
Antropóloga - CINEP