

EL DIARIO

- El periódico de Pereira -

()

Colombia ya tiene una aplicación para identificar comida chatarra



La aplicación móvil Escáner Nutricional, es la herramienta que le permitirá a los usuarios identificar si un producto ultraprocesado tiene exceso de azúcares, sodio o grasas saturadas.

Utilizamos cookies para asegurar que damos la mejor experiencia al usuario en nuestra web. Si sigues utilizando este sitio asumiremos que estás de acuerdo.

Acepto

[Términos, condiciones y tratamiento de datos personales \(https://www.eldiario.com.co/tratamiento-de-datos-personales__trashed/\)](https://www.eldiario.com.co/tratamiento-de-datos-personales__trashed/)



🕒 SEPTIEMBRE 30, 2019 ([HTTPS://WWW.ELDIARIO.COM.CO/COLOMBIA-YA-TIENE-UNA-APLICACION-PARA-IDENTIFICAR-COMIDA-CHATARRA/](https://www.eldiario.com.co/colombia-ya-tiene-una-aplicacion-para-identificar-comida-chatarra/)) ([HTTPS://WWW.ELDIARIO.COM.CO/AUTHOR/EDITORWEBELDIARIO-COM-CO/](https://www.eldiario.com.co/author/editorwebeldiario-com-co/)) EN [COLOMBIA \(HTTPS://WWW.ELDIARIO.COM.CO/CATEGORIA/NOTICIAS/COLOMBIA/\)](https://www.eldiario.com.co/categoria/noticias/colombia/)

Disfruta de nuestra v productos, experime conoce todos nustr

Anuncio Silk Colombia

[Ver más](#)

Por medio de la app, desarrollada por el Poder del Consumidor de México y adaptada para Colombia por Red PaPaz, el usuario podrá escanear el código de barras del producto ultraprocesado con el fin de determinar si su contenido excede algún nutriente crítico (azúcares, sodio o grasas saturadas), según los parámetros del modelo de perfil de nutrientes de la Organización Panamericana de la Salud. En caso de que al escanear el código de barras del producto ultraprocesado no esté en la base de datos de la aplicación, el usuario podrá ingresar manualmente la información del producto.

Así mismo, Red PaPaz, insiste en su mensaje de bien público ‘No Comas Más Mentiras’, al que han denominado: Colombia necesita la Ley Comida Chatarra, a través de la cual, hacen un llamado al Estado colombiano para que regule la publicidad de dichos productos que son dirigidos a menores de 18 años. Para Carolina Piñeros Ospina, directora Ejecutiva de Red PaPaz, se van a cumplir cinco años de la medición de la Encuesta de la Situación Nutricional (Ensin) y el país no ha adoptado ninguna de las políticas recomendadas por la Organización Mundial de la Salud para mitigar y cambiar esta tendencia.

“Reiteramos nuestra solicitud al Estado: Colombia necesita de La Ley Comida Chatarra, vamos a invitar a muchas personas a sumarse a este llamado y, mientras esto ocurre, apoyaremos a colegios, a padres,

mañe y a ciudadanos en general a recibir información sobre los productos que se publicitan como saludables. Utilizamos cookies para mejorar su experiencia de navegación y personalizar su contenido. Si usted no está de acuerdo, puede configurar su preferencias de cookies.

Acepto [para nuestros hijos, bajo términos, condiciones y tratamiento de datos personales \(https://www.eldiario.com.co/tratamiento-de-datos-personales__trashed/\)](https://www.eldiario.com.co/tratamiento-de-datos-personales__trashed/)



Publicidad llamativa

De acuerdo con la evidencia actual, la promoción y la publicidad de alimentos y bebidas no saludables dirigida a niñas y niños, así como la falta de sellos en el frente de los empaques que adviertan si el producto es alto en azúcar, sodio o grasas saturadas, tienen una fuerte influencia en los patrones de alimentación de la población infantil y adolescente. Diferentes estudios señalan que niñas y niños son fácilmente influenciados por la publicidad para que consuman de forma habitual comida chatarra. Esto incrementa el riesgo de presentar obesidad y enfermedades no transmisibles como hipertensión arterial, infartos del corazón, enfermedades cerebrovasculares (derrames cerebrales), diabetes, entre otros.

Obesidad

La obesidad en la población infantil en Colombia está presentando un incremento alarmante. De acuerdo con la Encuesta Nacional de la Situación Nutricional (Ensin) de 2010 y 2015, el exceso de peso (sobrepeso y obesidad), pasó de 4,9 % a 6,3 % en niños y niñas menores de cinco años. Además incrementó 5,6 puntos porcentuales en niños y niñas de cinco a 12 años (de 18,8% a 24,4 %), lo que equivale a uno de cada cuatro. El aumento en adolescentes (13 – 17 años) fue de 2,4 puntos porcentuales (de 15,5 % a 17,9 %).

En Pereira, la última investigación del estado nutricional de la población en 2014 indica que: el sobrepeso y la obesidad para la primera infancia es de 9,3 %. Entre cinco y 10 años es de 8,4 % y para el rango de edad entre 11 y 17 años es 4,1 %. En jóvenes (19 a 28 años) es de 23,9 %.

Utilizamos cookies para asegurar que damos la mejor experiencia al usuario en nuestra web. Si sigues utilizando este sitio asumiremos que estás de acuerdo.

Acepto [Términos, condiciones y tratamiento de datos personales \(https://www.eldiario.com.co/tratamiento-de-datos-personales__trashed/\)](https://www.eldiario.com.co/tratamiento-de-datos-personales__trashed/)

Según una publicación reciente de la Universidad de San Catarina de Brasil en la Revista Nutrients, los productos que contaban con publicidad dirigida a la población infantil e incluían la promoción de juguetes, juegos o mascotas con la compra de estos, tenían niveles más altos de azúcares, sodio o grasas saturadas que los que no la tenían.

Dato

Cifras de la Federación Internacional de Diabetes indican que en el 2017, 2.7 millones de personas padecían de diabetes y 17 mil entre 20 y 70 años murieron a causa de esta enfermedad

Otro estudio, titulado Comparación Mundial de la Exposición de Niños a Publicidad de Televisiva de Alimentos y Bebidas no Saludables, indica que el 21% de todos los anuncios televisivos en Colombia son sobre productos comestibles y bebidas, además, hay cuatro veces más anuncios en horario infantil de lo que la misma industria había propuesto vía autorregulación.

Mensaje de bien público

A través del mensaje 'No Comas Más Mentiras – Colombia necesita la Ley Comida Chatarra', esperan que los ciudadanos se concienticen sobre los productos que están consumiendo. El mensaje de bien público contiene tres piezas para televisión de 30 segundos, una cuña de radio, vallas y una estrategia digital.

Este mensaje es una iniciativa que realiza Red PaPaz con el apoyo económico y técnico de entidades internacionales, así como el soporte académico, científico y legal de instituciones de la sociedad civil como Fian Colombia, Educar Consumidores, Dejusticia y grupos de investigación de varias universidades.



Llegó Claro Club

Anuncio Claro - Marca

Trucos de cocina

eldiario.com.co

En un 30 % avanzan las obras de la nueva...

eldiario.com.co

Destinan recursos para aumentar productividad...

eldiario.com.co

Entregados estudios y diseños del puente de...

eldiario.com.co

Asesinato en La Virginia

eldiario.com.co

Narcomoto cayó en Guática

eldiario.com.co

A orillas d Pérsico

eldiario.com.co

Deja Un Comentario

Utilizamos cookies para asegurar que damos la mejor experiencia al usuario en nuestra web. Si sigues utilizando este sitio asumiremos que estás de acuerdo.

Acepto

Términos, condiciones y tratamiento de datos personales (https://www.eldiario.com.co/tratamiento-de-datos-personales__trashed/)

Iniciar la discusión...

Utilizamos cookies para asegurar que damos la mejor experiencia al usuario en nuestra web. Si sigues utilizando este sitio asumiremos que estás de acuerdo.

Acepto

[Términos, condiciones y tratamiento de datos personales \(https://www.eldiario.com.co/tratamiento-de-datos-personales__trashed/\)](https://www.eldiario.com.co/tratamiento-de-datos-personales__trashed/)

