



Refrescos y azúcar. ¿Dónde está el debate?

ANA ESCUDERO. Secretaria General de la Asociación de Bebidas Refrescantes (ANFABRA).

RESUMEN

Son muchos los alimentos y bebidas (entre ellos algunos refrescos) que llevan azúcar, un nutriente, por otro lado, imprescindible para el buen funcionamiento del organismo. El aporte de calorías provenientes de los refrescos a la dieta es insignificante y también existe la opción de optar por versiones sin azúcar. Además, el sector de bebidas refrescantes sigue innovando para responder a la demanda de los consumidores de productos con menos calorías e informando claramente en el etiquetado de los ingredientes y del aporte calórico.

PALABRAS CLAVE: Refrescos, azúcar, dieta, salud, consumo, bebidas, alimentación.

En los últimos años, el azúcar y especialmente las bebidas azucaradas se han convertido en “blanco fácil” ante el incremento del sobrepeso y la obesidad, sin una base científica, ya que no se puede culpabilizar a este nutriente de los males más comunes de nuestro tiempo: el cambio en los hábitos de vida y el sedentarismo. El azúcar no es el enemigo, el problema son las calorías que se ingieren y que no se gastan, independientemente de dónde provengan.

Una dieta saludable debe ser equilibrada, variada y moderada. Permite disfrutar de los alimentos y bebidas para cubrir las necesidades nutricionales de cada persona en función de la actividad que desarrolle. Se trata de alcanzar el adecuado equilibrio energético.

Por tanto, no hay alimentos buenos ni malos sino dietas equilibradas o desequilibradas.

Los azúcares están presentes en multitud de alimentos básicos como las frutas, los vegetales, la leche o la miel y se añaden como ingrediente a bebidas y alimentos. Su función principal es aportar energía inmediata al organismo humano. También actúan como excelentes conservantes en los productos que los llevan y aportan un agradable sabor que los hace más apetecibles.

Todos los azúcares tienen un origen natural y son nutricionalmente idénticos. El cuerpo humano no diferencia entre los azúcares presentes naturalmente en un alimento y los añadidos, ya que nutricionalmente son idénticos y se digieren igualmente.

Los azúcares, como todos los carbohidratos, aportan 4 calorías por gramo. No es mucho, si lo comparamos con las 9 calorías de un gramo de grasa y las 7 calorías de uno de alcohol. Por tanto, su consumo de forma equilibrada los hace perfectamente compatibles con unos hábitos de vida y alimentación saludables. ¡Un dulce placer que nos da energía para el día a día!

Atacar a los refrescos por llevar azúcar y culparlos de la obesidad no es más que desviar el foco del verdadero problema, demonizando y discriminando a un sector frente a otros. Tampoco es justo establecer diferencias entre bebidas azucaradas y otros productos que también llevan este ingrediente. Más aún si se tiene en cuenta que, precisamente, en el caso de los refrescos se puede optar por la alternativa sin azúcar y sin calorías, los refrescos light.

La oferta de bebidas refrescantes es amplia y también lo es la libertad del consumidor para elegir lo que mejor se adapta a sus necesidades. Elecciones informadas y fundamentadas, con un etiquetado claro. No hay nada “oculto” en los refrescos. Los ingredientes y el aporte de calorías, entre otras cosas, están especificados en las etiquetas.

Las bebidas refrescantes aportan sólo el 3% del total de las calorías diarias que ingieren los españoles. Además, los hábitos de consumo están muy vinculados a los momentos de ocio y las relaciones sociales, especialmente en los establecimientos de hostelería.

Los datos hablan por sí solos. No se puede vincular bebidas azucaradas a un mayor riesgo de sobrepeso. Mientras que las cifras de obesidad han aumentado en las últimas décadas, sin embargo, el consumo de estas bebidas ha disminuido. Además, el sector de las bebidas refrescantes lleva años reduciendo las calorías de los productos (casi un 20% menos calorías por litro puesto en el mercado entre 2009 y 2014) y la cuarta parte de los refrescos son sin azúcar y sin calorías.

INFORMACIÓN NUTRICIONAL Y ETIQUETADO CLARO

La industria de bebidas refrescantes también ha destacado por asumir compromisos voluntarios y promover hábitos de vida saludables. Participa en iniciativas como la Estrategia NAOS del Ministerio de Sanidad, para educar en nutrición y actividad física y prevenir la obesidad, y el Código PAOS que regula la publicidad de alimentos dirigida a menores, algo que también se hace a nivel europeo.

Además, las empresas del sector de los refrescos han sido pioneras en adoptar políticas voluntarias para autorregular las acciones y comunicaciones dirigidas a niños y adolescentes, por ejemplo, el compromiso sobre las máquinas expendedoras de bebidas en colegios.

La información nutricional también es fundamental, a partir de un etiquetado claro que proporciona toda la información necesaria y facilita la libertad de elección del consumidor. El sector, que ya fue de los primeros en adoptar el sistema de CDOs (Cantidades Diarias Orientativas), sigue siendo de los más avanzados a la hora de hacer el etiquetado más comprensible a los consumidores. La Asociación de Bebidas Refrescantes, en representación de la industria, puso en marcha un proyecto basado en “etiquetas virtuales”, tanto de



un refresco tipo como de una bebida energética, que de una forma sencilla y mediante distintas llamadas, explican cada uno de los conceptos que se incluyen, como ingredientes, aporte energético, fecha de consumo preferente, etc. (www.refrescantes.es/etiquetado-la-informacion-de-un-refresco).

EL DEBATE DEL AZÚCAR

En resumen, son muchos los alimentos y bebidas (entre ellos algunos refrescos) que llevan azúcar, un nutriente, por otro lado, imprescindible para el buen funcionamiento del organismo. El aporte de calorías provenientes de los refrescos a la dieta es insignificante y también existe la opción de optar por versiones sin azúcar. Además, el sector sigue innovando para responder a la demanda de los consumidores de productos con menos calorías e informando claramente en el etiquetado de los ingredientes y del aporte calórico, entre otras cosas.

Entonces, ¿dónde está el debate? ¿Por qué los refrescos acaparan titulares en los medios de comunicación? La gran popularidad los convierte en blanco fácil de muchas campañas. En el sector de las bebidas refrescantes, con más de 180 años de historia en España, con productos que se fabrican y consumen aquí, conviven pequeñas empresas con algunas de las marcas más conocidas mundialmente. Y la potencia de las grandes firmas hace que el sector sea muy identificable y atractivo a la hora de acaparar titulares.

COMPROMISO CON LA EDUCACIÓN NUTRICIONAL

Los retos de salud a los que se enfrenta la sociedad actual competen a toda la industria alimentaria, las autoridades sanitarias, la comunidad científica y la población en general. No se puede poner el foco en productos ni en nutrientes concretos. Todos tienen cabida en una alimentación saludable. La educación nutricional y la actividad física son básicas.

El azúcar está ahora en el punto de mira como anteriormente lo han estado las grasas y la sal. Se habla de reducir su consu-

mo y de que la industria alimentaria limite su presencia en la composición de sus productos. En cualquier caso, ese no debería ser el centro del debate, sino que la cuestión tendría que estar en el equilibrio en las ingestas. De lo que se trata es de limitar los excesos no de demonizar el ingrediente o el producto per se, es decir, de promover estilos de vida saludables. No se consigue nada culpando y demonizando alimentos y bebidas concretos.

En paralelo y favorecido por esta corriente, existen otros intereses y grupos de presión que están aprovechando para promover campañas “contra el azúcar” y avivar el debate sobre la idoneidad de establecer impuestos sobre alimentos por motivos de salud. Algo que ya se ha vivido en los últimos años, en un contexto de crisis económica y elevadas tasas de déficit público que han hecho de los impuestos un recurso fácil para que muchos gobiernos traten de mejorar las arcas públicas.

Y como aumentar la presión fiscal es algo que no suele estar bien visto por la población, se buscan justificaciones que en realidad escondan el verdadero objetivo: recaudar.

La alimentación es una de las industrias que más aporta a la economía mundial y, por ello, un “pastel” apetecible para la “salud” de las cuentas públicas. El cuidar de la salud de los ciudadanos se ha convertido en una excusa para propuestas que rompen el principio básico de la nutrición de que “no existen alimentos buenos ni malos, sino dietas equilibradas” en las que debe incluir todo tipo de alimentos y bebidas, junto con la práctica de ejercicio físico.

Los impuestos sobre alimentos y bebidas no funcionan, son regresivos y afectan a las clases más modestas. Además, intentar mejorar la salud de la población mediante la imposición de medidas coercitivas tiene escaso impacto en los hábitos de los consumidores y, sin embargo, consecuencias negativas para las empresas, el empleo y la economía.

Pero aún más injusto e ineficaz sería pretender establecer un impuesto específico que grave bebidas con azúcar frente a otros productos que también llevan este ingrediente. En España, lo vivimos en el año 2013 cuando en Cataluña se intentó establecer este gravamen discriminatorio y que finalmente se desechó. Recientemente el gobierno británico anunció, dentro de la propuesta de presupuestos generales, un futuro impuesto a las bebidas con azúcar que se implantaría en 2018. Al igual que se pretendía en Cataluña se enfoca en determinados productos y, más aún, sólo se cargaría a algunas empresas, ya que los pequeños fabricantes estarían incluidos.

También son muchos los casos de impuestos fallidos. En Dinamarca se creó uno por salud (primero a grasas trans y luego extensible a azúcares) que se retiró y en Portugal se optó por una subida del IVA. Ambos resultaron ineficaces. Ni mejoran la salud ni contribuyen a mejorar la todavía débil recuperación económica.

LOS AZÚCARES SON BÁSICOS PARA EL ORGANISMO

La obesidad es, por tanto, un problema de salud pública en el que intervienen numerosos factores. El debate no debe estar

en los refrescos ni tampoco en el azúcar. Todo, con moderación y en su justa medida, tiene cabida en una adecuada alimentación. Hay que llevar el foco más allá y hablar de estilos de vida.

Es fundamental mantener una alimentación que incluya todas las proteínas, vitaminas, minerales, carbohidratos y grasas que requiere nuestro cuerpo. Los azúcares son carbohidratos necesarios para el buen funcionamiento del organismo. Según la Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria Nutrición (EFSA), los carbohidratos deben aportar entre un 45 y un 60% del total de energía consumida cada día.

Los azúcares aportan glucosa, fundamental para el rendimiento cognitivo y favorece el buen funcionamiento del cerebro, los músculos, el sistema nervioso, entre otras muchas cosas. Sin olvidar que el sabor dulce hace que los alimentos y bebidas sean más apetecibles al paladar. Por esa clara necesidad fisiológica, el gusto por lo dulce es innato al ser humano desde que nace.

SE PUEDE OPTAR POR REFRESCOS CON O SIN AZÚCAR

En el caso de los refrescos, el consumidor además tiene la opción de elegir. Hay refrescos con azúcar y sin ella. Los refrescos light sustituyen el azúcar por edulcorantes que no aportan calorías. Todos están por debajo de la 4 cal/ 100 ml, que es lo que según la legislación europea se consideran productos “sin calorías”. Se trata de productos sin calorías. En España, el consumo de este tipo de refrescos se ha duplicado en los últimos 15 años, y la producción de estas bebidas alcanza el 25% del total.

Los refrescos light son una opción para los que no quieren tomar azúcar en un momento dado. También para personas diabéticas o que por cuestión de salud tienen limitado el consumo de azúcar, que así pueden disfrutar sin problemas de todo su sabor pero sin aportar este nutriente. ¿El resultado? Distintas bebidas para saciar la sed y disfrutar de un buen sabor, según las necesidades de cada persona.

El consumo de cualquiera de esta amplia variedad de bebidas refrescantes, con o sin azúcar, facilita una adecuada hidratación ya que su materia prima fundamental es el agua. Pero, además, se beben por el puro placer de disfrutar de un buen sabor, ya que forman parte de la cultura de las relaciones sociales y de los momentos positivos y de ocio. Por eso, se consumen mayoritariamente fuera del hogar y en establecimientos de hostelería.

Al margen de debates que no conducen a nada y con la vista siempre puesta en adaptarse a los tiempos y satisfacer las demandas de los consumidores, el sector de las bebidas refrescantes seguirá buscando fórmulas innovadoras para continuar ofreciendo diversidad de bebidas apetecibles, con y sin azúcar, para que los consumidores las disfruten.

Más información

www.refrescantes.es
www.cibr.es

Coca-Cola, el disco rojo y el vaso contour son marcas registradas de The Coca-Cola Company.



SIENTE EL SABOR™