

Percepción de la población colombiana sobre el aceite de palma

Colombians' Perception of Palm Oil

Paola Yanquen¹

Olga Lucía Mora²

Resumen

El Programa de Salud y Nutrición Humana de Cenipalma evaluó la percepción que diferentes grupos de interés tienen acerca del efecto del consumo de aceite de palma y otras grasas comestibles en la salud humana. Para cumplir con este propósito se llevó a cabo una encuesta en cinco ciudades de Colombia (Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla y Bucaramanga) aplicada a seis grupos de trabajo del Programa de Salud y Nutrición Humana considerados líderes de opinión y multiplicadores de información: consumidores, comunidad médica, palmicultores, periodistas, industrias de alimentos y laboratorios farmacéuticos. Los resultados indicaron un alto nivel de desinformación sobre los conceptos científicos relacionados con el aceite de palma y en el tema de grasas y aceites comestibles en general. Se destaca el interés de los diferentes grupos por conocer el tema, haciendo énfasis en aspectos propios de cada segmento evaluado. Para el Programa de Salud y Nutrición Humana de Cenipalma, los resultados obtenidos de este estudio de percepción son el punto de partida para diseñar un plan de educación nutricional y promover el establecimiento de una red de investigación en grasas comestibles que priorice los temas y medios de divulgación de información, teniendo en cuenta el perfil de cada grupo de interés.

Summary

The Cenipalma's Program on Human Health and Nutrition assessed the target groups' perception of the effect of the consumption of palm oil and other edible fats on human health. For this purpose, a survey was conducted in 5 Colombian cities (Bogota, Medellín, Cali, Barranquilla and Bucaramanga) applied to six work-groups of the Human Health and Nutrition Program considered to be opinion leaders and information multipliers: consumers, medical community, palm growers, journalists, food industries and pharmaceutical laboratories. The results indicated a high level of disinformation about scientific concepts related to palm oil and edible fats and oils in general. Of note was the interest shown by the different groups on learning more about the subject, making emphasis on aspects specific to each assessed segment. The results obtained from this perception study may be used by the Cenipalma's Human Health and Nutrition Program as a starting point to design a nutrition education plan and to promote the establishment of a research network on edible fats with emphasis on these subjects and on the communication and information means, taking into account each target group's profile.

Palabras clave

Aceite de palma, grasas comestibles, consumo de aceite.

1. Nutricionista Dietista. Directora, Programa de Salud y Nutrición Humana, Cenipalma. paola.yanquen@cenipalma
2. Nutricionista Dietista. Asesora, Programa de Salud y Nutrición Humana Cenipalma. moraolgalucia@yahoo.es

Recibido: 6 de agosto de 2004. Aprobado: 17 de septiembre de 2004.

Introducción

Durante la década del ochenta, especialmente, el aceite de palma fue víctima de una agresiva publicidad en su contra y hoy día todavía subsisten las impresiones erróneas que esparcieron los productores de sus principales competidores acerca de sus supuestos efectos nocivos sobre la salud. Ello, a pesar de que las autoridades de los diferentes países, sobre todo de Estados Unidos, en los últimos años han obligado a los productores de aceites y grasas a no incluir en sus etiquetas propaganda adversa para sus competidores, y a suministrarles a los consumidores información completa y veraz con las características propias de cada uno los productos que adquieren.

Tales hechos son la respuesta a la presión que sobre los gobiernos de esos países han ejercido no sólo los grandes productores de aceite de palma en el mundo, sino también los numerosos estudios científicos cuyos resultados, además de confirmar que el aceite de palma no es nocivo para la salud, le atribuyen características benéficas.

Justamente para difundir información científica relacionada con la composición, usos alimentarios y efectos del aceite de palma sobre la salud humana, los palmicultores colombianos crearon en 1995 el Programa de Salud y Nutrición Humana (PSNH) del Centro de Investigación en Palma de Aceite (Cenipalma).

Hasta ahora las actividades de difusión realizadas se han basado en apreciaciones *cualitativas*, que señalan una percepción negativa y desconocimiento del aceite de palma entre diferentes líderes de opinión. Así que para poder *cuantificar* esa percepción, el Programa realizó una

investigación entre seis grupos de interés que le permitió saber en concreto qué información y conocimiento sobre la composición, usos y efectos fisiológicos del aceite de palma y otras grasas comestibles tienen algunos grupos poblacionales colombianos. Esos grupos fueron:

- Profesionales de la salud (nutricionistas dietistas y médicos especialistas)
- Consumidores (decisores de compra)
- Periodistas que escriben sobre temas de salud
- Palmicultores
- Industrias de alimentos (oferentes y usuarias de grasas comestibles)
- Laboratorios farmacéuticos (productores/comercializadores de hipolipemiantes³).

Metodología

Definición de los parámetros de referencia

Para la ejecución del estudio, el PSNH y su comité asesor definieron los criterios que se tendrían en cuenta para la formulación de la investigación, así:

- a. Selección de seis grupos objetivo considerados como líderes de opinión y multiplicadores de información, incluyendo a los palmicultores.
- b. Definición de los aspectos que serían evaluados: fuentes de información, nivel de conocimiento y percepción acerca del aceite de palma en particular y de las grasas comestibles en general.
- c. Definición de la cobertura del estudio. Para ello se tuvieron en cuenta las ciudades de Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla y

3. Medicamento hipolipemiante: que reduce los niveles de colesterol en sangre.

Bucaramanga (que representan alrededor del 30% del total de la población colombiana, Dane 2004).

Caracterización de los universos de los grupos de interés (segmentos)

En la Tabla 1 se presentan los aspectos que fueron evaluados en cada segmento del estudio.

Convocatoria y selección de la firma encuestadora

El PSNH y el comité asesor seleccionaron la propuesta presentada por el Centro Nacional de Consultoría (CNC),

dada su trayectoria y reconocimiento en este tipo de investigaciones.

Obtención de las bases de datos de los seis grupos de interés

El PSNH y el CNC consultaron diferentes bases de datos para obtener la información básica de las personas que se contactarían en cada segmento (Tabla 2).

Diseño de los formularios

Teniendo en cuenta los términos de referencia se estableció el tipo de

Tabla 1 Aspectos evaluados por cada grupo de interés

Segmento	Temática por indagar
Consumidores que influyen o realizan la compra del mercado.	Criterios de compra, hábitos de consumo y conocimiento acerca del efecto que tienen las grasas comestibles, incluyendo el aceite de palma, sobre la salud.
Médicos cardiólogos, gineco-obstetras, endocrinólogos, pediatras y nutricionistas-dietistas. La mitad son docentes y atienden consulta externa.	Nivel de conocimiento y percepción acerca de la composición, usos y efecto del aceite de palma y otras grasas comestibles; tipo de aceites que consumen los pacientes; criterios para recomendar el consumo de grasas; fuentes y frecuencia de consulta de literatura sobre este tema.
Palmicultores dueños y gerentes de plantaciones ubicadas en las cuatro zonas palmeras de Colombia.	Además de la considerada para consumidores se indagó conocimiento sobre composición, usos y efectos fisiológicos del aceite de palma, conocimiento y opinión sobre las actividades del PSNH, e importancia del tema de salud en el futuro de la agroindustria de la palma de aceite.
Periodistas especializados en cubrir temas de salud.	Público al que van dirigidos sus artículos; fuentes y nivel de información sobre grasas comestibles y sus efectos en la salud; acceso y consulta de publicaciones científicas sobre el tema y Cenipalma como fuente de información.
Directores médicos de laboratorios farmacéuticos productores de hipolipemiantes.	Conocimiento sobre ventajas y desventajas (económicas, funcionales y nutricionales) del aceite de palma; fuentes y frecuencia de consulta de información sobre grasas comestibles, y diseño de material educativo sobre grasas.
Gerentes de investigación y desarrollo de la industria alimentaria (oferentes y usuarios de aceite de palma y otras grasas vegetales comestibles).	Materias primas grasas empleadas, conocimiento sobre ventajas y desventajas económicas, funcionales y nutricionales del aceite de palma respecto a otras grasas.

Tabla 2 Bases de datos consultadas de los segmentos entrevistados

Segmento	Bases de datos consultadas
Comunidad médica	Asociaciones, universidades con facultades de medicina y escuelas de nutrición, y directorios de entidades promotoras de salud (EPS) y medicina prepagada.
Consumidores	Base de datos nacional del CNC.
Palmicultores	Base de datos de Cenipalma.
Periodistas	Periódicos y revistas de alta circulación nacional, revistas de EPS y medicina prepagada y Asociación Colombiana de Periodismo Científico.
Laboratorios farmacéuticos	Se seleccionaron aquellos de las bases de datos del CNC y de Cenipalma que producen hipolipemiantes.
Industria de alimentos	Incluyó oferentes y usuarios de aceite de palma.

encuesta que sería aplicada para cada uno de los segmentos, según el nivel de profundidad requerido, así: el estudio sobre las percepciones y conocimientos de consumidores, comunidad médica y palmicultores fue de carácter cuantitativo y utilizó la metodología de encuestas personales. De otro lado, el de periodistas, industrias de alimentos y laboratorios farmacéuticos fue de carácter cualitativo y utilizó la metodología de entrevistas personales en profundidad. Se llevó a cabo una prueba piloto para cada uno de los grupos, luego de la cual se aprobaron los formularios

finales y se realizó el entrenamiento a encuestadores en cada ciudad (Centro Nacional de Consultoría 2003).

Trabajo de campo

La encuesta se realizó entre diciembre de 2003 y febrero de 2004 y contó con acompañamiento y supervisión del PSNH. Finalizada esta etapa se llevó a cabo el análisis de la información (codificación y crítica de los datos).

Resultados

A continuación se presentan los resultados de la encuesta para cada segmento.

a. Segmento de consumidores

Generalidades

El nivel educativo mínimo (primaria) permite establecer que la información escrita es un medio de comunicación importante que debe tenerse en cuenta.

El supermercado es el lugar más común de compra, lo que lo convierte en un espacio clave para la entrega de información de interés acerca del consumo de aceites y grasas, especialmente usos y beneficios del consumo de aceite de palma.

Consumo de aceites y grasas

Los aceites de cocina más utilizados por los consumidores entrevistados son mezclas de aceites vegetales que contienen aceite de palma (Figura 1). Resulta por lo menos interesante que las grasas y aceites hagan parte de la alimentación diaria, a pesar del concepto negativo que los entrevistados tienen sobre ellos.

Los principales criterios de selección de aceites y margarinas son los beneficios para la salud, costo y sabor, en su orden. El consumidor refleja un mayor interés en la «alimentación saludable» y en lograr un equilibrio entre «sabor, costo y salud».

Ficha técnica. Segmento de consumidores

Metodología	Cuantitativa
Técnica de recolección	Aplicación de encuestas con formulario estructurado
Tamaño muestral	407 encuestas
Nivel de confianza	95%
Ciudades	Bogotá, Medellín, Cali, Bucaramanga y Barranquilla
Informante	Quien toma la decisión de compra de mercado

Percepción del consumo de aceites y grasas

El 51% de los entrevistados considera que el consumo de grasas es perjudicial para la salud, y asocia su ingesta al aumento de colesterol en sangre y desarrollo de enfermedades cardiovasculares.

Los demás entrevistados consideran que el consumo de grasas es benéfico por su aporte de energía y vitaminas.

Acerca del aceite de palma 70% de los entrevistados no ha escuchado hablar de él, y quienes tienen información lo definen como un alimento saludable, rico en vitaminas A y E, y bajo en colesterol.

Fuentes de información

Los consumidores citan como fuentes de información la televisión, la radio y los folletos informativos. La mayoría de los entrevistados afirma estar interesada en recibir información sobre aceite de palma a través de medios masivos de comunicación, folletos y correo.

b. Segmento de comunidad médica

Cútenos de recomendación

Los profesionales de la salud entrevistados recomiendan el consumo de aceites y grasas según su origen, contenido de ácidos grasos y efectos sobre el perfil lipídico.

Con respecto a los aceites que recomiendan a sus pacientes, se destacan oliva y girasol como los más «cardiosaludables», afirmación que se encuentra basada principalmente en el contenido de grasa insaturada (considerada como benéfica para el organismo).

El 54% de los entrevistados no recomienda el aceite de palma como parte de una dieta saludable, debido principalmente al desconocimiento

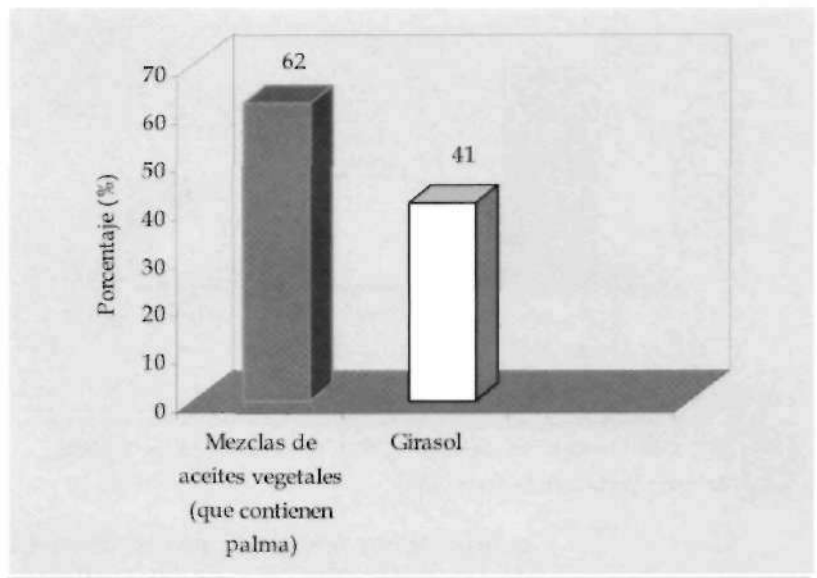


Figura 1 Tipo de aceites más consumidos, segmento de consumidores. 2003

del tema. El porcentaje restante señala como principales ventajas del consumo de aceite de palma que previene enfermedades cardiovasculares, disminuye el perfil lipídico y contiene vitaminas A y E (Figura 2).

Fuentes de información

El 66% de los profesionales entrevistados señala como fuentes de información sobre el tema, los artículos y publicaciones científicas, los medios masivos de comunicación y la información promocional.

Conocimiento de grasas y aceites comestibles

Acerca del aceite de palma, el 64% de los entrevistados desconoce su

Ficha técnica. Segmento de comunidad médica

Metodología	Cuantitativa
Técnica de recolección	Aplicación de encuestas con formulario estructurado.
Tamaño muestral	243 encuestas
Nivel de confianza	95%
Ciudades	Bogotá, Medellín, Cali, Bucaramanga y Barranquilla
Informante	Médico especialista o nutricionista-dietista

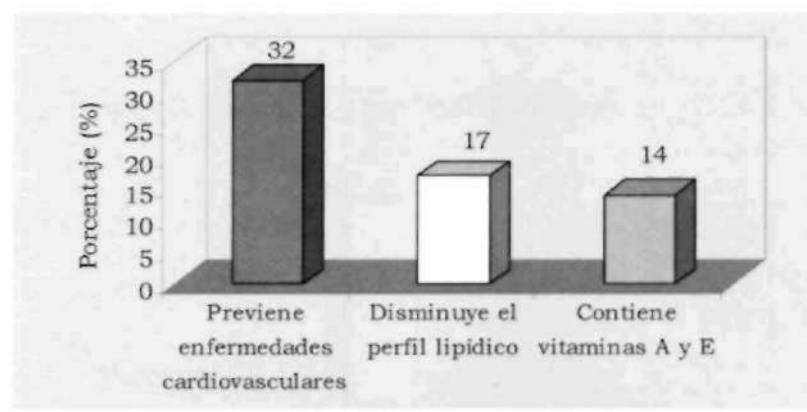


Figura 2 Principales ventajas del aceite de palma mencionadas en el segmento de profesionales de la salud. 2003.

composición. Desde el punto de vista de las especialidades de los profesionales de la salud entrevistados, el mayor desconocimiento en el tema de aceites y grasas se observa en los cardiólogos, especialistas con gran influencia en los hábitos de consumo de los pacientes.

En relación con la información científica en torno al aceite de palma, la que tienen disponible los profesionales se encuentra relacionada con su origen vegetal, efecto neutro en el perfil lipídico y prevención de enfermedades cardiovasculares, entre otros. Se observa desconocimiento en conceptos de ácidos grasos *trans*, tocotrienoles, contenido de colesterol en fuentes vegetales y estabilidad de las grasas a altas temperaturas.

La mayoría de los profesionales de la salud está interesada en recibir

información acerca del aceite de palma mediante artículos científicos que presenten composición, usos y efectos en la salud humana (estudios en Colombia).

c. Segmento de palmicultores

Consumo de aceites y grasas

Los aceites más consumidos por los palmicultores son los de girasol, mezclas de aceites vegetales y oliva. El criterio más importante para la elección de aceites y margarinas es su beneficio para la salud; también señalan la marca y el precio como aspectos relevantes.

Conocimiento de grasas y aceites comestibles

El 92% de los entrevistados señaló conocer las diferencias entre grasas animales y vegetales (la grasa animal aumenta el colesterol y contiene grasa saturada). Sobre el aceite de palma 96% de los entrevistados lo considera saludable y 80% reconoce su aporte de vitaminas. El 77% de los palmicultores considera que el aceite de palma no tiene ninguna desventaja. Sin embargo, se observa desconocimiento en aspectos como estabilidad oxidativa y ácidos grasos *trans*.

Conocimiento y expectativas del Programa de Salud y Nutrición Humana (PSNH)

Con respecto al PSNH mencionan como principales actividades las publicaciones, los seminarios de difusión y las investigaciones. El 81% de los palmicultores considera de gran importancia el tema de la salud en el futuro del negocio de la palma de aceite (Figura 3).

Frente a las expectativas que los palmicultores tienen del PSNH se destaca la orientación al consumidor sobre los beneficios del consumo de

Ficha Técnica. Segmento de palmicultores

Metodología	Cuantitativa
Técnica de recolección	Aplicación de encuestas con formulario estructurado
Tamaño muestral	26 entrevistas
Nivel de confianza	95%
Ciudades	Bogotá, Cali, Bucaramanga, Barranquilla, Valledupar, Villavicencio y Santa Marta
Informante	Dueños/gerentes de plantaciones de palma de aceite que cuentan con planta de beneficio

aceite de palma, la divulgación de información científica, el mayor contacto con los profesionales de la salud, mayor actividad investigativa y mayor participación del gremio en las diferentes actividades del programa.

d. Segmento de periodistas

Conocimiento de grasas y aceites comestibles

Seis de los once periodistas entrevistados no han escrito artículos sobre grasas comestibles, lo cual atribuyen a la falta de información. Señalan que la principal motivación para escribir acerca del tema es la disponibilidad de información sobre resultados de investigaciones, seguida de la novedad del tema y su cercanía con el público.

Acerca del aceite de palma, aunque sólo tres periodistas lo conocen, les interesaría recibir información sobre sus fortalezas respecto a otros aceites y usos alimentarios.

Fuentes de información

Para la mayoría de los periodistas, los médicos especialistas son la principal fuente de información. Entre los criterios por los que los periodistas consideran una fuente de información confiable están la credibilidad, la confianza en el especialista consultado y su trayectoria, entre otras.

La mayoría de los periodistas entrevistados conceptúa que los centros de investigación no envían información a los medios, por lo cual no se consideran bien documentados en muchos temas científicos. Además, indican que los resultados de experimentos y proyectos de investigación deben ser divulgados objetivamente.

Todos los encuestados están interesados en recibir información sobre aceites vegetales, diferencias entre las grasas comestibles, y los efectos, usos y recomendaciones de consumo.

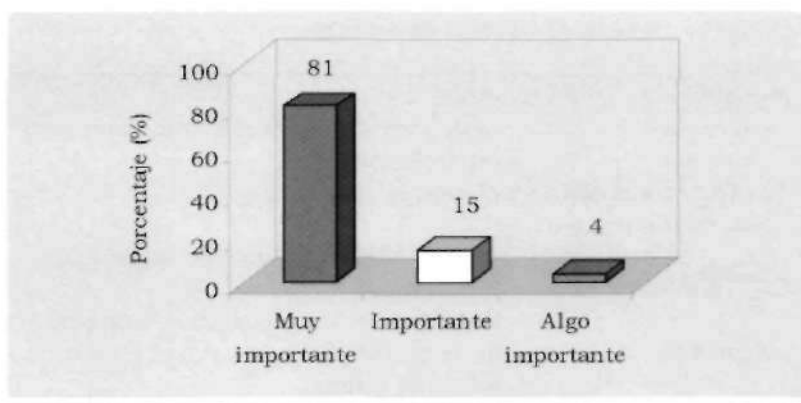


Figura 3 Importancia del tema de salud para los palmicultores. 2003

e. Segmento de industrias de alimentos

Utilización de aceites y grasas

A pesar de que todas las empresas consultadas utilizan aceite de palma para sus actividades de producción se observa falta de profundidad en el conocimiento de grasas y aceites, y su uso en la industria.

Las empresas oferentes destacan los beneficios del aceite de palma como insumo: sus propiedades funcionales asociadas a su alta estabilidad oxidativa, la proporción 50/50 entre grasas saturadas e insaturadas, el contenido de carotenos, mayor rendimiento y economía en su formulación.

Fuentes de información

Las principales fuentes de información acerca de materias primas grasas son los proveedores, y algunas revistas especializadas e Internet.

Ficha técnica. Segmento de periodistas

Metodología	Cualitativa
Técnica de recolección	Aplicación de encuestas con formulario estructurado
Tamaño muestral	11 entrevistas
Nivel de confianza	95%
Ciudades	Bogotá, Medellín, Cali, Bucaramanga y Barranquilla
Informante	Periodista que escribe sobre temas de salud

Ficha técnica. Segmento de industrias de alimentos

Metodología	Cualitativa
Técnica de recolección	Aplicación de encuestas con formulario estructurado.
Tamaño muestral	15 entrevistas
Nivel de confianza	95%
Ciudades	Bogotá, Medellín, Cali, Bucaramanga y Barranquilla
Informante	Gerentes de investigación y desarrollo de empresas oferentes y usuarias de aceite de palma

Sólo tres de las quince empresas entrevistadas han llevado a cabo actividades de investigación.

Al igual que en los anteriores segmentos las industrias de alimentos entrevistadas se encuentran interesadas en recibir información relacionada con aceites y grasas y su utilización en procesos industriales.

f. Segmento de laboratorios farmacéuticos

Material educativo y recomendaciones de consumo

Dado que en los consultorios médicos es frecuente encontrar información acerca del consumo de grasas proveniente de laboratorios que producen o comercializan hipolipemiantes o medicamentos para reducción de peso, se indagó sobre la elaboración de material educativo. Al respecto, los directores médicos consideran que no les compete elaborar este tipo de

información, por lo cual se limitan a diseñar la información técnico-sanitaria de sus productos.

La mayoría de los entrevistados no hace recomendaciones sobre el consumo de aceites y grasas. Siete de los quince entrevistados consideran que no pueden recomendar el consumo de aceite de palma, argumentando falta de información sobre el tema o una percepción negativa del alimento.

De otro lado, los laboratorios que lo recomiendan destacan sus propiedades funcionales (alta estabilidad físico-química).

Fuentes de información

Las fuentes de información consultadas son libros, revistas e Internet científico. Los directores médicos entrevistados señalan escasez de información sobre grasas comestibles, debido a que no existe una institución en el país encargada del desarrollo de proyectos de investigación y difusión de información sobre el tema. Los temas que generan mayor interés son cualidades y aplicaciones del aceite de palma en la industria, su compatibilidad con otros insumos utilizados como materia prima para la elaboración de medicamentos y los resultados de estudios científicos realizados en Colombia.

Conclusiones

Se observó como característica común para todos los segmentos cuantitativos un alto nivel de desinformación, tanto en conceptos básicos como científicos relacionados con el aceite de palma y otras grasas comestibles en general. En los segmentos cualitativos, a pesar de que se observa la utilización de aceites y grasas, se desconocen sus beneficios en los sectores de industrias de alimentos y laboratorios farmacéuticos.

Ficha técnica. Segmento de laboratorios farmacéuticos

Metodología	Cualitativa
Técnica de recolección	Aplicación de encuestas con formulario estructurado
Tamaño muestral	9 entrevistas
Nivel de confianza	95%
Ciudades	Bogotá, Medellín, Cali, Bucaramanga y Barranquilla
Informante	Directores médicos

En el segmento de consumidores, en relación con los criterios de selección de aceites y grasas, contrario a lo esperado, aparentemente el *color* no es un factor determinante en la elección de estos alimentos.

Sobre la percepción del consumo de aceites y grasas es importante tener en cuenta el origen multifactorial de las patologías asociadas al consumo de grasa, ya que además del consumo excesivo de este nutriente existen otros factores de riesgo como sedentarismo, tabaquismo, estilos de vida poco saludables, estado nutricional y predisposición genética, entre otros (ICBF, Guías alimentarias para la población colombiana mayor de dos años. 2000).

La información obtenida es de gran importancia para iniciar campañas informativas y de educación al consumidor, que a su vez refuercen los conceptos positivos que sobre el aceite de palma tiene un sector de los consumidores entrevistados.

En el segmento de comunidad médica los aspectos señalados por los profesionales de la salud acerca de la recomendación de aceites y grasas son de gran importancia para el paciente. Vale resaltar que para hacer una recomendación acertada sobre este tipo de alimentos se debe contextualizar su situación (estado nutricional, enfermedades asociadas, cantidad de grasa recomendada) y no olvidar que para el logro de una alimentación balanceada, el componente graso debe estar presente en cantidades adecuadas que cubran la recomendación de este nutriente diariamente.

En relación con los aceites recomendados se debe tener en cuenta que para catalogar un alimento como «saludable», es fundamental la presencia de otros nutrientes como vitaminas y propiedades funcionales,

y la estabilidad a altas temperaturas, entre otros factores. Es importante, además, considerar como factor clave la cantidad que se recomienda, pues independientemente del origen y distribución en el contenido de ácidos grasos, si se consumen en exceso pueden llegar a ser perjudiciales.

Los resultados encontrados en este segmento son importantes herramientas para el proceso de difusión. Además, la generación de información concreta, pertinente y práctica debe ser un instrumento de consulta rápida para el profesional y para el paciente.

En el segmento de periodistas es importante destacar que las fuentes de información principales (médicos especialistas) pueden restarle objetividad y rigor científico a la información generada por el periodista, por el hecho de considerar una sola fuente de información.

Recomendaciones

Para los segmentos de consumidores y periodistas se recomienda diseñar un programa de difusión que abarque los siguientes temas:

1. Importancia del consumo de grasas como parte de una alimentación balanceada.
2. Características nutricionales de las grasas y aceites.
3. Comparación entre los diferentes aceites vegetales (composición y funcionalidad).
4. Beneficios de los componentes menores del aceite de palma (carotenos, vitamina E) en la nutrición humana.
5. Colesterol (definición, efecto en la salud y contenido en los alimentos).
6. Etiquetado nutricional de los alimentos.

Se sugiere que los medios empleados para este propósito sean publicaciones, programas radiales, periódicos y revistas, video y publicidad en los supermercados y en general, medios de comunicación masiva.

Para la comunidad médica se recomienda fortalecer actividades de divulgación de información científica con énfasis en los siguientes temas:

1. Composición nutricional de aceites y grasas (especialmente aceite de palma).
2. Conceptos de ácidos grasos *trans*, tocotrienoles, estabilidad oxidativa y colesterol.
3. Presentación de aceite de palma desde el punto de vista clínico y de alimentos.
4. Información sobre el PSNH.

Los medios sugeridos son conferencias en universidades y asociaciones (médicas, de nutrición y de ingeniería de alimentos), publicaciones (propias de Cenipalma, textos de nutrición y revistas especializadas), eventos científicos (organizados por asociaciones), páginas web de Cenipalma y Fedepalma, nuevos canales de distribución de publicaciones y acercamiento directo a los profesionales de la salud.

Para los palmicultores se propone realizar actividades informativas en composición nutricional de aceite de palma y otras grasas comestibles, ácidos grasos *trans* y colesterol, y etiquetado nutricional. Como medios de difusión se emplearía material divulgativo de fácil consulta y eventos gremiales.

En industrias de alimentos se propone realizar las siguientes actividades conjuntas:

1. Diseñar, junto con la industria, un manual de composición, usos (propiedades funcionales y nu-

tricionales) y efectos del aceite de palma y otras grasas comestibles (difusión de investigaciones extranjeras y promoción de investigaciones locales).

2. Generar publicaciones periódicas y participar en comités y eventos técnicos organizados por entidades públicas (Ministerio de Protección Social) y privadas (Ilsi y Acta, entre otras).

En cuanto a laboratorios farmacéuticos se recomienda:

1. Enviar información sobre las cualidades y aplicaciones del aceite de palma en la industria, su compatibilidad con otros insumos utilizados para elaborar medicamentos, y los resultados de estudios científicos realizados en Colombia y en el exterior. Esta información debe llegar tanto a oficinas locales como a las casas matrices de los laboratorios que distribuyen información nutricional sobre grasas.
2. Convocar a directores médicos a los seminarios y demás eventos científicos en los que participe Cenipalma.

La información presentada en cada uno de los segmentos y las posibles acciones que se ejecuten dentro de un plan de difusión es la esencia del Plan de Acción del Programa de Salud y Nutrición, que permitirá reforzar y reorientar actividades de difusión e investigación (promoción del establecimiento de una red de investigación en grasas comestibles) sobre el aceite de palma, utilización en las industrias y conocimiento de los beneficios de su consumo en la salud y la nutrición humana.

Agradecimientos

Los autores expresan sus agradecimientos a los miembros del Comité Asesor del Programa de Salud y

Nutrición Humana de Cenipalma por su valiosa colaboración en la ejecución de este proyecto, y a Fedepalma por la financiación del mismo. Igualmente agradecen a los representantes de los sectores palmicultor, comunidad médica, industrias de alimentos, laboratorios farmacéuticos, periodistas y consumidores su disposición a participar en este estudio. ✽

Bibliografía

- Cenipalma. 2003. Términos de referencia. Estudio *Percepción actual del efecto del consumo del aceite de palma sobre la salud y la nutrición humana*. PSNH.
- Dane. 2004. (En línea) www.dane.gov.co/demografia Consultada el 5 de febrero de 2004.
- Centro Nacional de Consultoría. 2004. Estudio *Percepción actual del efecto del consumo del aceite de palma sobre la salud y la nutrición humana*. Reporte de prueba piloto e informe final.
- ICBF. 2000. Guías alimentarias para la población mayor de dos años. Bases técnicas y caracterización de la población.

Eventos Gremiales 2005:

**VI Reunión Anual de Comités Asesores
de Investigación de Cenipalma
Bogotá 27, 28 y 29 de abril**

**XXXIII Congreso Nacional de
Cultivadores de Palma de Aceite
XXXIII Asamblea General de Fedepalma
XV Sala General de Cenipalma
Cartagena 8, 9 y 10 de junio**

**Agroexpo
Julio 14 al 24 de 2005**

**Con los productos
de la Línea Palma Proficol**



Proficol
www.proficol.com

