

El mercado norteamericano de aceites comestibles

Cambios y nuevas oportunidades para los aceites de palma y palmiste



The North American edible oils market in flux
New Opportunities for palm and palm kernel oils

ERIC N. ENIG*

RESUMEN

La campaña adelantada en los Estados Unidos contra los aceites tropicales ha ocasionado que éstos (el de palma, el de palmiste y el de coco) hayan sido eliminados de muchos productos alimenticios en los Estados Unidos. Esta campaña es parte de una mucho más extensa contra la grasa saturada, la cual se considera como uno de los principales culpables de la enfermedad cardíaca coronaria. En esta conferencia se esbozan los orígenes científicos y económicos de esta campaña contra los aceites tropicales, que se ha adelantado de manera muy vigorosa en contra de un componente tan pequeño de la dieta de los norteamericanos. Se examinan las reacciones de la comunidad científica, de los grupos de defensa del consumidor, de los medios de comunicación, de los fabricantes de alimentos y de los consumidores. En el curso de los últimos años han aparecido nuevas tendencias que amenazan con socavar los conceptos básicos

SUMMARY

The anti-tropical oil campaign in the U.S. has caused tropical (palm, palm kernel, and coconut) oils to be removed from many food products in the U.S. This campaign is part of a much larger one against saturated fat, which is looked upon as one of the principal culprit causing coronary heart disease. This paper outlines the origins, both scientific and economic, of this anti-tropical oils campaign, which has been pursued so vigorously against such a minor component of the U.S. diet. The reactions of the scientific community, consumer advocacy groups, the media, food manufacturers, and consumers are examined. New dietary twists have appeared over the past several years, which threaten to undermine the basic concepts that hitherto have supported the campaign. New scientific evidence as well as a reinterpretation of older ones now threatens the saturated fats major competitor, namely, the partially hydrogenated oils. These findings present an excellent opportunity to the palm

* Vicepresidente de la División de Comercialización Internacional de Enig Associates, Inc., Suite 500, 11120 New Hampshire Avenue, Silver Spring, Maryland 20904-2633, USA.

que hasta ahora han servido de fundamento a esta campaña. Las nuevas evidencias científicas, así como la reinterpretación de otras más antiguas, amenazan ahora al principal competidor de las grasas saturadas: los aceites parcialmente hidrogenados. Estos hallazgos ofrecen una excelente oportunidad a los productores de aceite de palma. Se describen estrategias para mejorar la posición en el mercado de los aceites de palma y de palmiste latinoamericanos en relación con sus principales rivales tanto de los Estados Unidos como del exterior: tales estrategias dependen del aprovechamiento que se haga de las ventajas del aceite de palma y de las debilidades características de la competencia. La guerra por la salud, que tanto ha afectado a los aceites tropicales, se puede ganar, pero ello implica realizar esfuerzos conjuntos entre los productores de aceites tropicales y sus rivales *menores*, para así derrotar a los *grandes* rivales.

Palabras claves: Aceite de palma, Aceite de palmiste, Aceites tropicales, Mercadeo, Salud.

oil producers. Strategies to improve Latin American palm and palm kernel oil's marketing position relative to its main U.S. domestic and foreign competitors are described: these depend on exploiting palm oil's strengths and its competitors' are inherent weaknesses. The health war that has so bedeviled tropical oils is winnable, but it will take concerted efforts on the part of the tropical oils community and its *minor* competitors to beat back its *major* competitors.

INTRODUCCION

Me complace inmensamente haber podido venir a Santa Marta, Colombia, para reunirme con miembros de FEDEPALMA. Propondré algunas estrategias a los productores y refinadores de aceite de palma y de palmiste con el fin de que puedan competir más exitosamente en América del Norte contra la poderosa industria de los aceites vegetales parcialmente hidrogenados. Por conveniencia me referiré a los aceites de palma y de palmiste con el nombre de «aceites tropicales», término que también incluye al aceite de coco.

Desde hace algún tiempo he venido analizando la compra, venta y comercialización de las grasas y aceites en los mercados norteamericano, asiático y europeo para Enig Associates, Inc., y particularmente he examinado la política del «concepto de dieta» que florece en los mercados internacionales actuales, en los que cada semana se registra un pronunciamiento nuevo por parte de los fabricantes o se hace una nueva afirmación en materia de salud.

Los aceites de palma y de palmiste siempre han sido reconocidos por tener excelentes características

funcionales - y la buena noticia es que ellos aun lo son. La mala noticia es que, desafortunadamente, en el mercado norteamericano la reputación de los aceites tropicales ha sido una tragedia durante los últimos ocho años, más bien que la epopeya que la mayoría de productores, refinadores y comercializadores estaban esperando.

Me propongo analizar aquí los mercados de los aceites de palma y de palmiste para la fabricación de alimentos. Lo hago desde el punto de vista de un economista, que es mi carrera, más que desde el punto de vista de un científico, lo cual yo no soy.

Centraré mi atención en el mercado norteamericano, específicamente en el de los Estados Unidos, y en menor grado en el de Canadá, y voy a abarcar una serie de temas: una breve historia de la campaña contra los aceites tropicales; el estado actual del dogma que domina los conceptos norteamericanos de salud y dieta y que impide el desarrollo en el mercado de los aceites de palma y de palmiste; qué prueba científica existe para ayudar en contra de ese dogma; y, por último, algunas recomendaciones que, en mi opinión, deben ser examinadas con detención por los productores, refinadores, importadores, exportadores y comercializadores.

Debo agregar que en la elaboración de esta conferencia recurrí mucho al *Market Insights*, que es la carta mensual de mercadeo que yo mismo redacto y que trata principalmente sobre los aceites y grasas comestibles.

Los Estados Unidos desempeñan un importante papel en los mercados mundiales de aceites y de grasas. Así lo ha hecho durante muchos años y no muestran signos de cambio. Los Estados Unidos son un importantísimo consumidor, con un alto consumo de grasa per capita. No obstante, esta situación está cambiando. En general, los medios de comunicación estadounidenses afirman que está disminuyendo el consumo de grasa, aunque no conozco en que se basa esto. Los datos sobre disponibilidad de grasas y aceites indican que está aumentando.

Según muchos expertos de la industria (comerciantes, distribuidores, compradores y consumidores finales), el mercado norteamericano de aceites tropicales como componente alimenticio sigue siendo potencialmente el principal entre las naciones industrializadas del mundo.

A medida que en Estados Unidos, Canadá y México aumentan la producción y el consumo de margarinas, mantecas, grasas para repostería y grasas para freír, también ha aumentado significativamente la competencia entre los productores de aceite comestible por obtener una mayor participación en el mercado actual y futuro, concentrándose en el costo y en la funcionalidad.

A medida que los productores norteamericanos de aceites vegetales luchan por obtener una mayor participación en el mercado, la eliminación de los aceites de palma y de palmiste del uso comestible actual continúa por parte de la competencia, o sea, de los productores de aceites vegetales que reconocen que el problema de la funcionalidad es la mayor amenaza para sus mercados. En el debate actual entre los promotores de diferentes perfiles de ácidos grasos se registran múltiples argumentos, muchos de los cuales se basan en evidencias científicas deficientes.

Las ventas de aceites de palma, palmiste y coco, en los Estados Unidos -nunca superiores a una parte

porcentual plural del mercado de aceites y grasas comestibles- son las víctimas más evidentes de la hipótesis dietética de enfermedad cardíaca coronaria (ECC)/colesterol sérico/grasas saturadas, hipótesis que data desde hace casi tres décadas y que actualmente ha alcanzado el estado de «dogma» y es utilizada como punta de lanza por diversas organizaciones oficiales y de defensa del consumidor en los Estados Unidos. Pero este dogma ha sido cada vez más atacado por la comunidad científica, especialmente en los últimos años. Estos ataques son principalmente de dos clases:: uno es un ataque directo al dogma mismo; el otro es un ataque indirecto que se centra en lo que el dogma hace que la gente coma. Lo que actualmente están comiendo -los aceites parcialmente hidrogenados- es lo que ahora se está criticando intensamente, en una crítica de la que el público apenas se empieza a hacer consciente.

BREVE ESBOZO DE LA CAMPAÑA CONTRA DE LOS ACEITES TROPICALES.

Hasta el semestre pasado casi todos los medios de comunicación impresos y no impresos de los Estados Unidos aceptaron la hipótesis actual sobre la dieta. En casi todos los casos fue ampliamente apoyada. El *Washington Post* llegó incluso a afirmar en la Sección

Infantil del periódico que el aceite de coco no era saludable y «puede aumentar su nivel de colesterol». Otras revistas populares les aconsejan a sus lectores que no consuman aceite de coco ni de palma. Estas diversas publicaciones son leídas por consumidores estadounidenses y extranjeros, quienes llevan a sus hogares esta idea de que los aceites tropicales no son saludables. Incluso, los médicos de países que producen aceites tropicales y que reciben capacitación en los Estados Unidos, regresan a su país de origen y les aconsejan a sus pacientes que eviten los aceites tropicales. La reciente y ligera mejoría en la posición de los aceites tropicales no se debe a ningún cambio «positivo»

por parte de los medios respecto a los aceites tropicales. Mas bien, estos aceites se han visto beneficiados por el hecho de que actualmente se está atacando a los aceites parcialmente hidrogenados, que contienen ácidos grasos *trans*. Esto mejora la posición relativa de los aceites tropicales.

Los Estados Unidos desempeñan un importante papel en los mercados mundiales de aceites y de grasas.

Cuáles son algunos de los principales elementos que dieron lugar a la campaña en contra de los aceites tropicales en los Estados Unidos?

Desde hace varias décadas, los aceites tropicales se han empleado comercialmente en los alimentos horneados, puesto que era bien sabido que los aceites altamente saturados eran más estables, y eran preferidos por los fabricantes que deseaban mejorar el sabor y la vida en estante de sus productos. En 1986, esa preferencia terminó a causa del gran ataque emprendido por el Centro para la Ciencia en Favor del Público (Center for Science in the Public Interest) (CSPI) en contra de los aceites de palma, palmiste y coco. Cabe anotar que en 1972 su director, Michael Jacobson, ya había escrito en contra del aceite de coco.

La publicación *Nutritional Action Healthletter* del CSPI dijo: «A mediados de la década del 80, *Nutrition Action* emprendió una campaña de peticiones adelantada por el CSPI en la que se reunió a millares de profesionales de la salud para que se suprimiera el [aceite] de coco... de los alimentos empacados.

A la postre se nos unieron la Asociación Nacional de Salvadores del Corazón (National Heart Savers Association) (NHSA) de Phil Sokolof y la Asociación Americana de la Soya (American Soybean Association)...Actualmente, la leyenda 'no contiene aceites tropicales' es una medalla de honor que llevan muchos empaques de alimentos».

En 1987, la Asociación Americana de la Soya (ASA) se unió al CSPI y a la NHSA para presionar a los fabricantes a que suprimieran de sus fórmulas los aceites de palma y de palmiste. Las tácticas comúnmente usadas por la ASA fueron: (1) decirle a los cultivadores de soya que los aceites tropicales le estaban substrayendo utilidades al cultivo de la soya y (2) promover la idea de que los aceites tropicales aumentan el colesterol en la sangre e incrementan el riesgo de enfermedad coronaria. Esto fue lo que les dijeron a los cultivadores de soya, quienes a su vez escribieron a los fabricantes de alimentos exigiéndoles que eliminaran de sus productos los aceites de palma y palmiste. Y obtuvieron resultados.

Quizá lo que causó el mayor impacto en los fabricantes de alimentos fue el aviso de una página publicado por

Phil Sokolof en los principales periódicos de los Estados Unidos. Su descripción de los aceites «tropicales» como «veneno» en octubre de 1988, causó gran daño a esos aceites. Sokolof fue capaz de conseguir que las principales empresas de alimentos de los Estados Unidos -Keebler, Sunshine, Nabisco, Frito-lay, Proctor & Gamble- y otras muchas eliminaran de sus productos los aceites de palma y de palmiste. Muchas de estas compañías emplearon el tema de los aceites tropicales como una

herramienta de mercado, colocando leyendas grandes y pequeñas que decían: «No contiene aceites tropicales», o «No contiene aceite de palma». Sokolof ha estado relativamente tranquilo últimamente, quizá porque puede haber empezado a darse cuenta -seguramente como muchos otros- de que sus propagandas han hecho que los americanos cada vez consuman más ácidos grasos *trans*, los cuales en la actualidad están siendo atacados por la comunidad de médicos y nutricionistas.

Con el apoyo «moral» de los defensores de la «salud» de los consumidores, de los funcionarios oficiales de salud y de los productores

domésticos de aceites vegetales competidores, los comercializadores que tienen el mayor número de consumidores grandes y pequeños de aceites y grasas comestibles se juegan maravillosamente la gran carta del «No contiene aceites tropicales». El siguiente ejemplo ilustra lo que ha ocurrido mucho en el mercado estadounidense.

Keebler Foodservice, una división de la Keebler Company de Illinois, ha elaborado hojas de datos de promoción y composición para algunos de sus productos. La información se ha diseñado teniendo en cuenta a los compradores de servicios alimenticios. Lo que llama especialmente la atención respecto a los datos es que varios de los productos traen la siguiente leyenda: «hecho con manteca vegetal en un 100%; no contiene aceites tropicales». Además, en la literatura se dice que el producto «resulta atractivo para los que cuidan su salud». Pero en la línea de productos de Keebler hay grandes niveles de ácidos grasos *trans*: aproximadamente del 29,4 al 46,9% de contenido total de grasas. Así pues, Keebler, mientras ataca los aceites tropicales, también está contribuyendo a que aumente el consumo de ácidos grasos *trans*, de los que ahora se piensa que tienen

*Desde hace
varias décadas,
los aceites
tropicales se han
empleado
comercialmente
en los alimentos
horneados.*

Tabla 1.

Marcas	n	Trans (% por peso de grasa total)
Bravo (pasabocas)	1	49,7
Duncan Hines (galleta)	1	36,0
Dunkin Doughnuts	2	35,1-39,3
Entenmann	1	31,7
Frito Lay	6	25,8-47,4
Gerber (Galleta para bebés)	1	42,2
Giant	3	27,1-45,5
GNC	5	24,1-37,8
Keebler	4	29,4-46,9
Murray	4	33,1-35,2
Nabisco	14	12,6-53,9
Pepperidge Farms	14	10,4-28,0*
Safeway	3	8,8-27,7
Sunshine	2	34,5-42,7
Thomas	2	30,4-32,5
Wise	2	15,4-36,8

* Antes de la reformulación de 1990

Fuente: M.G. Enig, American Oil Chemist's Society. Annual Meeting, 1990.

relación con la enfermedad cardíaca coronaria y con el cáncer. Dónde piensa vender Keebler estos productos ricos en ácidos grasos *trans*? «En las cafeterías de estudiantes universitarios, en los almacenes de productos para la salud, para que se sirvan en los aviones y en las cafeterías

En 1987, en la Universidad de Maryland se efectuaron análisis de composición de ácidos grasos con el fin de determinar los niveles de ácidos grasos *trans* de varias galletas de Keebler. La galleta graham de chocolate se seguía fabricando con aceite de coco y tenía niveles muy bajos (del orden del 1%) de *trans*; por otro lado, las galletas rellenas Pecan Sandies estaban hechas con aceite parcialmente hidrogenado, con un nivel de *trans* del 47,2% del total de ácidos grasos. Posteriormente las galletas EL Fudge de Keebler se sometieron a análisis antes (1989) y después (1990) del cambio de rótulo en el que se indicaba la remoción de los «aceites tropicales»: en ambos casos, los análisis arrojaron niveles de *trans* muy similares de 40,5-42,0% de grasa total. Una década antes, muchas de las galletas de Keebler se fabricaron con grasas que tenían niveles bajos o nulos de *trans*. Cuando los valores *trans* se agregan a los valores saturados (se consideran equivalentes respecto a sus propiedades funcionales), los totales oscilan entre 62 y 64%. Esto hace que la leyenda del rótulo «bajo en grasas saturadas», según un investigador canadiense, «...pueda ser engañosa para el público...».

Obviamente el cambio en las fórmulas de manteca que Phil Sokolof impuso a Keebler y a otros productores de alimentos y su *Campaña Envenenamiento de América* dejó en los consumidores de los Estados Unidos con significativamente más *trans* en sus dietas.

Para dar a los lectores alguna idea cuánto *trans* se encuentra en los productos de nombre comercial, en la Tabla 1 se relacionan n, que es el número de alimentos diferentes muestreados, y el contenido de *trans* por porcentaje de peso de la grasa total.

Muchos fabricantes canadienses de alimentos han eliminado los aceites de palma, palmiste y coco de sus recetas de panadería y de cubiertas con el fin de satisfacer la demanda del mercado estadounidense, que es el principal para la mayoría de los alimentos procesados que se producen en Canadá. Lo que resulta particularmente interesante es que ninguna de estas compañías recibió quejas sobre el uso de esos aceites. En general, a las firmas canadienses les decían sus distribuidores localizados en los Estados Unidos que *podría* presentarse una fuerte reacción por parte de los consumidores.

Ahora es posible encontrar alimentos producidos en Canadá y vendidos en los Estados Unidos en cuyos empaque figura de manera prominente la leyenda «Sin aceites tropicales». Ejemplo de esto es Christie Brown & Co., de Toronto, una subsidiaria de Nabisco, que produce galletas de dulce Peak Freen para los mercados de consumidores de Estados Unidos y Canadá.

En el curso de los últimos años entré en contacto con muchos fabricantes de alimentos en Europa que producen galletas, galletas de sal, productos horneados y otros artículos que venden a los Estados Unidos y en los que no utilizan las leyendas «No contiene aceites tropicales» o «No contiene aceite de coco ni de palma». Irlanda. Suecia y otros países han visto que es muy rentable rotular los productos con las leyendas «Sin coco» o «Sin aceites tropicales».

Irish Biscuits Ltd., de Dublín, produce las galletas de dulce Bolands Goldgrain, pero un distribuidor estadounidense le colocó al empaque un rótulo adicional en el que se indicaba que los aceites tropicales habían sido reemplazados por aceite de soya parcialmente hidrogenado. Es interesante anotar que el rótulo mismo indicaba la posibilidad de que se empleara el aceite de palma. En otras palabras, una vez que el producto sale de manos del fabricante cualquier cosa es posible si un distribuidor considera que puede atraer más consumidores.

Paals Brood AB de Suecia produce las Olof's Swedish Crisps. En los rótulos delantero y trasero del empaque empleado en los Estados Unidos, Canadá y Australia está la leyenda: «Sin aceites tropicales». Un funcionario sueco de comercio, localizado en Washington D.C, me dijo que este tipo de rótulos nunca aparecería en Suecia para el mismo producto: «El colesterol y los aceites tropicales son un problema de los estadounidenses. A los consumidores suecos no les interesa tal tontería». La razón de que esta «tontería» figure en los empaques estriba en que los distribuidores estadounidenses y de otros países decidieron qué debería figurar en los rótulos.

Por qué entonces la virulenta campaña que actualmente se adelanta en los Estados Unidos en contra de los aceites tropicales?

Actualmente, en Norteamérica, el aceite tropical es principalmente una meta de oportunidad secundaria respecto a las metas económicas reales: las grasas animales y lácteas. Estas últimas, que se producen internamente, son metas más difíciles por causa de la influencia política, de la cual carecen por completo los productores de aceite tropical.

El público, movido principalmente por periodistas que se interesan superficialmente por los asuntos nutricionales y quienes principalmente se leen unos a otros, se espera que salte de una posición a otra a medida que los medios de comunicación siga una u otra tendencia. Mientras los medios de comunicación se oponen a las grasas saturadas, a los aceites tropicales y al colesterol antidietético, también están promoviendo una pequeña campaña en contra los ácidos grasos *trans*.

NUEVAS OPORTUNIDADES PARA LOS PRODUCTORES DE ACEITE TROPICAL: LOS ACEITES PARCIALMENTE HIDROGENADOS ESTAN EN DIFICULTADES

Malas Noticias para la Industria de Aceite Parcialmente Hidrogenado

El año pasado, el Dr. Joseph T. Judd, Jefe de investigaciones del Laboratorio de Nutrición de Lípidos

del Centro de Investigaciones sobre la Nutrición Humana del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos en Beltsville, habló para funcionarios de la Administración de Drogas y Alimentos (FDA) en una audiencia a puerta cerrada. El les dijo a los funcionarios que su estudio de los efectos de los ácidos grasos *trans* sobre el colesterol de la sangre básicamente produjo resultados similares a los del gran estudio de Mensink y Katan. Además, se afirma que Judd les entregó a los asistentes una hoja informativa que recogió al terminar la reunión. Presumiblemente, esto se hizo para asegurar que los datos aún no se hicieran públicos.

Estas son verdaderamente malas noticias para la

industria de los aceites parcialmente hidrogenados -principalmente para los productores y refinadores de aceite de soya, canola, algodón y maíz- puesto que el principal argumento que emplean en contra de los aceites y las grasas tropicales, animales y lácteos se está rompiendo en sus manos.

Hasta agosto de 1990, la industria de aceites parcialmente hidrogenados -productores de manteca de aceite de soya, maíz, algodón y canola- fue capaz de atemorizar a las industrias de aceites tropicales, carne de res y de productos lácteos lanzando el grito de las «grasas saturadas» y sus productos no sufrían mayor menoscabo. Esto cambió sorprendentemente en agosto de 1990 con la

publicación en el *New England Journal of Medicine*, de un artículo de los científicos holandeses R. Mensink y M. Katan, quienes, mediante dietas controladas, encontraron que los ácidos grasos *trans* (TFAs) hacen que disminuya el colesterol HDL «bueno» (lo que no hacen las grasas saturadas) y que aumente el colesterol LDL «malo», al menos tanto como lo hacen las grasas saturadas.

Los resultados obtenidos por Mensink y Katan (incluyendo los registrados después del artículo mencionado antes) constituyen una amenaza para la mayor parte de la industria de aceites vegetales, en la medida en que los consumidores creen en la hipótesis dieta/colesterol sérico/ECC, que a juicio de muchos eminentes científicos e investigadores médicos en su mayor parte carece de fundamento. No obstante, los consumidores creen que esa hipótesis es exacta. Por

*Una vez que el
producto sale de
manos del
fabricante
cualquier cosa es
posible si un
distribuidor
considera que
puede atraer más
consumidores.*

ende, la idea que tienen los consumidores constituye una amenaza a la posición comercial de los aceites de soya y de canola, principalmente, y para los aceites de maíz, cártamo y otros, de manera secundaria.

Arguyendo correctamente que los resultados de Mensink y Katan necesitan ser verificados por terceros, pero incorrectamente que el régimen dietético de Mensink y Katan sometió a los pacientes humanos a calidad y cantidad anormales de ácidos grasos *trans*, la industria de aceites vegetales, por conducto de su asociación comercial denominada Instituto de Aceites Comestibles y Manteca (ISEO), le pagó al Departamento de Agricultura de los Estados Unidos para que realizara un estudio. Los resultados preliminares de este -que son desfavorables para los aceites con ácidos grasos *trans*- le fue entregado al ISEO, que proporcionó los fondos correspondientes, pero no al público.

El verdadero gran perdedor es la industria de aceite de soya, pues la mayor parte de su aceite es parcialmente hidrogenado. Los Estados Unidos son el principal cultivador de soya y productor de aceite de soya. La industria del aceite de canola, que progresa rápidamente a expensas de la industria de aceite de soya, en gran parte debido a su intensa campaña en la que afirma que el aceite de canola es «saturado» en sólo un 6% comparado con el 15% del aceite de soya, puede ser también un gran perdedor: el aceite de canola parcialmente hidrogenado, en general, contiene mayores cantidades de *trans* que el mismo aceite de soya parcialmente hidrogenado. No obstante, se ha diseñado a través de la bioingeniería una variedad de colza que no necesitaría ser parcialmente hidrogenada para ser utilizada. Esta variedad de colza podría reemplazar la variedad de canola; hasta ahora, la soya no presenta esta flexibilidad. Como resultado, la variedad de colza diseñada por la bioingeniería puede terminar siendo la gran ganadora, debido a la discusión de los *trans*.

Si esto llegara a ocurrir, es decir si se acepta que los ácidos grasos *trans* disminuyen el colesterol HDL y elevan el LDL, preveo un cambio sorprendente en la batalla que se libra respecto al problema de los ácidos grasos saturados/los ácidos grasos *trans*/el colesterol sérico y la ECC. En un escenario, la Asociación

Americana de Soya (ASA) puede descubrir súbitamente que no hay relación substancial entre los niveles de colesterol sérico y la ECC, un concepto que muchos investigadores científicos han conocido desde hace tiempo pero que no han logrado divulgar por la abrumadora oposición del Instituto Nacional del Corazón, los Pulmones y la Sangre (NHLBI), la Asociación Americana para el Corazón, y el Centro para la Ciencia en Favor del Público. La Asociación Americana de la Soya, en vista del surgimiento de la colza (y la canola) como competidor y lo que pronto pueden revivir los competidores con aceites tropicales, lácteos y animales, puede decidir que sus intereses económicos quedan mejor atendidos si se rompe el enlace entre el colesterol sérico y la ECC, haciendo así que carezca de importancia el vínculo entre el colesterol en el suero y la dieta. Esto tornaría en abstractos todos los posibles vínculos entre la grasa saturada y el colesterol sérico y entre los ácidos grasos *trans* y el colesterol sérico. Esto serviría para

desdemoniar a la competencia de la Asociación Americana de la Soya (aceites tropicales, animales y lácteos) los cuales cumplirían la misma función contra el aceite de soya (y canola, algodón y maíz) con respecto a los ácidos grasos *trans*.

Pero realmente cumpliría la misma función? Los aceites parcialmente hidrogenados han sido relacionados directamente con la ECC y con algunos cánceres en el reciente estudio efectuado por Walter Willett (Facultad de Salud Pública de Harvard). Por consiguiente, romper el vínculo colesterol sérico/ECC puede no ser suficiente para absolver a los aceites parcialmente hidrogenados. Así pues, en otro escenario, la industria de aceite

vegetal parcialmente hidrogenado puede seguir apoyando la hipótesis de las grasas saturadas/colesterol sérico/ECC, argumentar que la grasa saturada tiene un efecto peor que la grasa que contiene *trans* sobre el colesterol sérico y arguir que no se ha establecido una relación directa entre los ácidos grasos *trans* y la ECC, con lo cual se ignora el vínculo dieta/colesterol sérico.

Mientras que el estudio de Mensink y Katan afectó mucho a la industria de aceite parcialmente hidrogenado, la noticia realmente mala para los aceites cargados con ácidos grasos *trans* llegó en el informe científico, esperado por mucho tiempo, del Profesor W.C. Willett y sus

*Los ácidos
grasos trans
hacen que
disminuya el
colesterol HDL
"bueno" y que
aumente el
colesterol LDL
"malo".*

colaboradores de la Facultad de Salud Pública de Harvard. Sobre la «ingesta de ácidos grasos *trans* y al riesgo de ECC entre las mujeres» y que apareció en la edición de «The Lancet» del 6 de marzo de 1993.

El equipo de investigadores calculó la ingesta de ácidos grasos *trans* con base en cuestionarios relativos a la dieta, diligenciados por 85.095 enfermeras y, luego de 8 años de seguimiento, concluyó que «después de efectuados los ajustes relativos a la edad y a la ingesta total de energía, la ingesta de isómeros grasos *trans* estuvo directamente relacionada con el riesgo de ECC... Ingestas de alimentos que son fuentes importantes de isómeros *trans* (margarinas, galletas de dulce, ponqué y pan blanco) cada uno estuvo significativamente asociado con riesgos más altos de ECC. Estos hallazgos apoyan la hipótesis de que el consumo de aceites vegetales parcialmente hidrogenados puede contribuir a la ocurrencia de la ECC».

El estudio de Willett presenta el primer vínculo directo importante entre el consumo de ácidos grasos *trans* - un subproducto importante del proceso de hidrogenación parcial que se aplica a los aceites de soya, algodón, canola y cártamo- y la ECC. Este y otros estudios posteriores pueden trastornar la industria del aceite parcialmente hidrogenado y cambiar los hábitos alimenticios de muchos millones de personas en los Estados Unidos y en el mundo entero.

El estudio encontró las mismas tendencias positivas entre el consumo de ácidos grasos *trans* y la ECC en el caso de las margarinas en taza y en barra separadamente y, sin duda, para alegría de las industrias de carne y productos lácteos, que «el consumo de carne de res, cerdo y cordero como plato principal no estuvo significativamente relacionado con el riesgo de ECC... La ingesta de mantequilla, fuente no importante de isómeros *trans*, no estuvo asociada significativamente con el riesgo de ECC».

Aunque el estudio se limitó a mujeres, Willett y sus colaboradores sugieren «que es probable que los hallazgos también sean válidos para los hombres» debido a la forma similar en que los lípidos sanguíneos

de hombres y mujeres están relacionados con la ingesta de isómeros *trans*.

Los resultados obtenidos por Willett dan nuevo impulso a la campaña encaminada a condenar los aceites vegetales parcialmente hidrogenados debido a su contenido de ácidos grasos *trans*. En junio de 1992 predijo que los mercados y la propaganda de alimentos pronto anunciarían los siguiente: «Sin ácidos grasos *trans*», cosa que en algunos casos ya empezaron!

Octubre de 1992 fue un mes particularmente malo para los aceites parcialmente hidrogenados en la oferta de alimentos de los Estados Unidos: en un artículo de primera página publicado por Marian Burros en el *New York Times* del 7 de octubre de 1992 se afirmaba: «ahora, en un sorprendente ejemplo de nutrición revisionista, nuevos datos indican que estos aceites (los parcialmente hidrogenados) -que se encuentran en la margarina, la manteca vegetal y un gran número de productos que van desde los doughnuts y las tortas hasta las galletas de dulce y de sal- también pueden causar enfermedad cardíaca».

El artículo, impreso en periódicos de todos los Estados Unidos, atrajo gran atención de otros periódicos, consumidores, la industria alimenticia y las agencias federales, y produjo un gran número de informes televisados en los canales locales y de cadena.

Desde la aparición de este artículo se acepta y aun está de moda atacar los aceites parcialmente hidrogenados en los medios de comunicación. Coincidentalmente, en las revistas científicas están apareciendo numerosos estudios científicos haciendo exactamente lo mismo.

Los productores de aceite de palma deben encontrar una deliciosa ironía en todo esto.

Los Fabricantes actualmente hacen su publicidad diciendo «Sin *trans*» y «Sin Grasa Saturada»

Nucoa actualmente tiene una margarina de mesa de la cual se afirma que tiene un 77% menos de grasas y

*El consumo de
aceites vegetales
parcialmente
hidrogenados
puede contribuir
a la ocurrencia
de la
Enfermedad
Coronaria
Cardiaca (ECC).*

calorías que la margarina regular y que su «contenido de grasa saturada es de cero». Pero esos hechos no son tan interesantes como el hecho de que en la propaganda de la *Smart Beat* se afirma ahora que «no contiene ácidos grasos *trans*».

Yo he dicho durante varios años en el *Market Insights* que la leyenda «Sin ácidos grasos *trans*» eventualmente reemplazaría los rótulos «Sin grasa saturada» y «Sin aceites tropicales» que los productores de alimentos han estado utilizando desde la década de los 80. Claramente, *Smart Beat* ha dado un paso en ese sentido.

En una reciente campaña publicitaria, el fabricante ha dicho en letras grandes y de molde: «*Smart Beat*, además de tener 20 calorías no tiene Grasas *Trans*»; y agrega: «Las noticias recientes de que los ácidos grasos *trans* elevan el colesterol significa que usted debe saber que *Smart Beat* es la margarina más baja en grasas y calorías que cualquier margarina de mesa. Además está libre de grasa saturada y de ácidos grasos *trans*».

Por qué Nucoa se ha unido a los anti-*trans* y ha mantenido su promoción contra las grasas saturadas? Espero que los rótulos o etiquetas de «No contiene grasa saturada» permanezcan hasta que se reúna suficiente evidencia que demuestre que muchos de los *presuntos* efectos de las grasas saturadas se deben más bien a los ácidos grasos *trans*. Esas pruebas están aumentando de tal manera que molesta considerablemente a la industria de aceites vegetales de los Estados Unidos. Se puede predecir que los comercializadores utilizarán una campaña en contra de los ácidos grasos *trans* como una vía para vender los productos de sus compañías, de manera muy semejante a la que emplearon en la extravagante propaganda en contra de las grasas saturadas. No obstante, la diferencia es significativa: aunque actualmente no existe una gran masa de pruebas *concluyentes* que apoyen la campaña en contra de las grasas saturadas (a pesar de los reclamos del Programa Nacional de Educación sobre el Colesterol), los ácidos grasos *trans* están siendo *directamente* ligados con diversos tipos de cáncer y con la enfermedad cardíaca coronaria.

En el *Nutritional Act Healthletter* de noviembre de 1990, el Centro para la Ciencia en Favor del Público (CSPI) le asignó las máximas calificaciones a la *Smart Beat*, entonces de 25 calorías. Será interesante ver si el CSPI recalibrará su proceso de juzgamiento de las margarinas para incluir los ácidos grasos *trans*, ahora que su margarina de mesa estrella anuncia públicamente que «no tiene grasas *trans*».

Spectrum Naturals, Inc. de California, empresa recién llegada al mercado de las margarinas de mesa, ha empezado con bríos a vencer a los productores nacionales de margarina de marca en la carrera que se ha desatado para ofrecer a los consumidores estadounidenses margarinas de mesa que no contengan ácidos grasos *trans*. Su producto es *Spectrum Spread*.

En la literatura relativa a su producto, Spectrum

Natural afirma: «Lo que hace de Spectrum Spread un producto revolucionario es que no es hidrogenado. Todas las margarinas se fabrican por hidrogenación, un proceso mediante el cual los aceites líquidos se endurecen por la introducción de átomos adicionales de hidrógeno. La hidrogenación transforma los aceites saludables en ácidos grasos *trans*, los cuales ahora se sabe que son peligrosos para la salud. Las margarinas pueden contener hasta 47% de ácidos grasos *trans*, y eso es una mala noticia». Esto es un bocado, pero es exacta en relación con la mayoría de las margarinas y mantecas estadounidenses y canadienses.

Al igual que Nucoa, Spectrum, como era de esperarse, ataca a la mantequilla cuando dice: «La mantequilla, que es alta en colesterol, contribuye a la obstrucción de las arterias». Sin embargo, a diferencia de Nucoa, Spectrum en su literatura también ataca a los aceites de palma, de palmiste y de coco, al decir: «No contiene grasas tropicales».

Al juzgar por la forma como algunos grupos promotores de los aceites tropicales han aplicado sus «estrategias» para el mercado norteamericano, no me sorprendería que los aceites de palma, palmiste y coco sigan siendo denigrados en la nueva guerra del mercado de los «Sin *trans*» que actualmente está cogiendo fuerza en los

*La
hidrogenación
transforma los
aceites
saludables en
ácidos grasos
trans, los cuales
ahora se sabe
que son
peligrosos para
la salud.*

Estados Unidos y Canadá. La inclusión por parte de Spectrum Natural de la leyenda «Sin Grasas Tropicales» es la primera de muchas que han de venir.

LOS PRODUCTORES DE ACEITES TROPICALES NO ESTAN ENTENDIENDO EL MENSAJE

En los últimos cuatro años, los productores de aceites tropicales no han entendido el mensaje: los productores estadounidenses de margarina en última instancia tendrán que hacerle frente a los hechos relativos a los ácidos grasos *trans* y cambiarán el proceso de hidrogenación, pero no necesariamente mezclarán con aceites de coco, de palma y de palmiste para lograr la estabilidad.

Desafortunadamente para los productores de palma de aceite, el gran esfuerzo promocional y educativo en los Estados Unidos todavía tiene que señalarle a la industria de aceite de palma de Malasia un ejemplo de un gran fabricante de alimentos estadounidense o canadiense que incorpore el aceite de palma en la formulación de sus productos, de manera pública o privada. (Para ser justos, Becel de Unilever -que usa algo de aceite de palma y/o de palmiste-fue el precursor de la mayoría de los esfuerzos promocionales en los Estados Unidos y ciertamente de Canadá).

Les corresponde actuar ya a los comercializadores de aceite de palma y de palmiste: Si en los empaques y propagandas de alimentos al lado de la leyenda «sin ácidos grasos *trans*» se coloca la leyenda «sin aceites tropicales» como componentes que deben evitarse, poco redundará esto en beneficio de los aceites tropicales, que seguirán siendo por siempre la cenicienta fabricada en los Estados Unidos.

De lo que estos comercializadores necesitan darse cuenta es de que ninguna prueba llega a asociar directamente los aceites tropicales o los ácidos grasos saturados que ellos contienen, con la ECC; por otra parte, los ácidos grasos *trans* se han visto implicados en varios factores en la ECC. Estos dos hechos deben ser enfáticamente señalados a la industria alimenticia de

Canadá y de los Estados Unidos, y, lo que es más importante, al público consumidor.

NUEVA COMPETENCIA PARA EL ACEITE DE PALMISTE

Nuevos substitutos de la manteca de cacao compiten con los aceites de palma y de palmiste

Probablemente, uno de los mercados de aceites y grasas de más rápido desarrollo y en el que se está aportando mucho dinero para investigación es el mercado de grasas especializadas, que se emplean en las industrias panificadora y de repostería. En años recientes, los refinadores y productores de aceite de coco y de palmiste han visto aumentos sorprendentes en sus exportaciones a los compradores del Japón y de la Comunidad Europea, lo que ha desatado una gran expansión. Para los que han quedado excluidos del desarrollo, la respuesta es la adquisición: La empresa Cargill, Inc., con base en Estados Unidos, recientemente compró dos empresas productoras de grasas de calidad (Olinco [Malasia] Sdn Bhd. y Kupak Sdn. Bhd.), con el ánimo de asegurar su posición tanto de refinador de aceite de palma en gran escala como de comercializador. Estas empresas adquiridas exportan el volumen de sus grasas de calidad (vgr., substitutos de manteca de cacao). Muchos de los que se encuentran en este mercado argumentan que el mercado de grasas de calidad en Europa y Japón está totalmente abierto para la expansión entre los competidores. No obstante, creo que un nuevo desarrollo en los substitutos de manteca de cacao con *grasa baja en calorías* podría mermar en forma dramática el mercado de grasas de calidad a base de aceite de palmiste: se trata de *Caprenin*, una grasa baja en calorías fabricada por Proctor & Gamble Co.

Parece que el intento de Proctor & Gamble de «educar» a los consumidores para que vean el *Caprenin* como producto «más saludable» que el aceite de palmiste utilizado en repostería y cubiertas se basa en la política de dar a entender que la mayor parte del ácido mirístico (C-14:0) y del ácido láurico (C-12:0) de los aceites de

En años recientes, los refinadores y productores de aceite de coco y de palmiste han visto aumentos sorprendentes en sus exportaciones.

coco y de palmiste está ligada con el aumento de los niveles de colesterol de la sangre. Esta táctica -que es corriente en los Estados Unidos- está tomando forma en Europa y Japón. La empresa Mars, Inc., una gran productora estadounidense de chocolates y dulces, ya se ha comprometido a emplear esta grasa triglicérida artificial. Dado que los consumidores japoneses están empezando a inclinarse por las dietas bajas en grasa, particularmente en *grasa saturada*, espero que Proctor & Gamble empezarán a comercializar el *Caprenin* con mucho entusiasmo y no sólo en el mercado de los Estados Unidos. Se puede esperar que Europa y la Cuenca del Pacífico serán dos mercados importantes claves. Los productores de grasas de calidad a base de aceite de palmiste en todo el mundo que exportan grandes cantidades de sus productos a estas regiones, pueden esperar una tremenda competencia de parte del *Caprenin* y productos similares en el curso de los próximos años. La vigorosa comercialización del *Caprenin* por su bajo valor de calorías puede verse algo afectada si los consumidores se dan cuenta de que es sólo «bajo en calorías» para aquellos que realmente no absorben el ácido behénico (C-22:0), el cual constituye el 42% de la grasa. En pruebas de las que da cuenta Proctor & Gamble, algunos individuos absorbieron mucho más ácido behénico que otros. El pretendido bajo valor calórico (5 kcal/g) asignado al *Caprenin* se basa sólo en el 29% de C-22:0 absorbido y no en el 50-75% que realmente absorbieron algunos individuos.

No obstante, existen fuerzas que están obrando en contra del *Caprenin*. Según las nuevas normas de rotulado de la FDA, los usuarios del *Caprenin* tendrán que dar cuenta de *toda* la grasa saturada que contiene el producto.

Hasta que las disposiciones sobre rotulado de alimentos de la NLEA (Registro Federal del 6 de Junio de 1993) definieron los ácidos grasos saturados como la suma de todos ácidos grasos sin enlaces dobles, sólomente los ácidos grasos saturados con longitudes de carbono de 12 hasta 18 inclusive, fueron contados como saturados para efectos de rotulado. Para una barra de dulce como el Mars Milky Way II hecha con *Caprenin*, esto significaba que sólo era necesario relacionar anteriormente 1 gramo de los casi 8 gramos

de grasa saturada; ahora se deben contar todos. La nueva definición de ácidos grasos saturados aumentará el contenido de grasa saturada de la mantequilla de maní y del aceite de maní, puesto que ahora será necesario incluir el 5,5% de ácidos grasos saturados con 20, 22 y 24 carbonos. Parece que no se ha resuelto definitivamente esta cuestión de calorías para los saturados de cadenas muy largas.

Nueva competencia en el mercado del ácido láurico

Otro hecho que podría resultar nocivo para los mercados mundiales del aceite de palmiste producido en Latinoamérica es el anuncio hecho en junio de 1992 por

Calgene, Inc. de California, en el sentido de que había biodiseñado un aceite de canola que en últimas podría reemplazar los US\$300 millones de aceites tropicales importados anualmente para producir detergentes, jabones y otros productos industriales. Lo que Calgene ha hecho es modificar genéticamente la canola para producir ácido láurico. Si se cultiva en gran escala, este híbrido se convertiría en la primera semilla oleaginosa cultivada en clima templado para producir ácido láurico. Actualmente los aceites de coco y de palmiste son las principales fuentes de ácido láurico. Los productores estadounidenses importan de las regiones tropicales aproximadamente 500 millones de libras de ácido graso

láurico. Si en lugar de las actuales variedades de canola en la Comunidad Europea se cultivara canola rica en ácido láurico, ese mercado también se reduciría substancialmente para el aceite de palmiste. Como resultado de ello, en un mercado decreciente aumentará la competencia entre los aceites de coco y de palmiste.

El mercado de grasas de calidad en Europa y Japón está totalmente abierto para la expansión entre los competidores.

DEMUESTRE LA FRAGILIDAD DE LOS ARGUMENTOS DE SUS Oponentes

Ya he dicho antes que para ganarse al consumidor es preciso ganarse primero a los medios de comunicación, pero esto implica amasar pruebas científicas, de su parte, que demuestren los puntos débiles de los ataques que emprende la competencia contra sus productos y explicar cuáles son los puntos

débiles de los productos de la competencia, en relación con los suyos. Los promotores de aceites tropicales tienen muchas pruebas de las que pueden echar mano para oponerse a este dogma, y deben emplearlas vigorosamente.

Gran parte de estas pruebas se hallan en un libro de fácil lectura y muy persuasivo (*The Cholesterol Conspiracy* [La Conspiración del Colesterol], publicado por Warren H. Green, Inc., St. Louis, Missouri, 1991) de Russell L. Smith. Argumenta él que las «entidades oficiales de los Estados Unidos y la Asociación Americana para el Corazón literalmente han forzado un cambio drástico en los hábitos dietéticos con pruebas en su mayor parte *fabricadas* (el subrayado es nuestro), y cómo esos cambios en la dieta -junto con peligrosos medicamentos- pueden producir más enfermedad, incapacidad y muerte que la enfermedad que se pretende prevenir y curar».

A través de diversos ejemplos, Smith argumenta que la pretendida relación entre la dieta, el colesterol en la sangre y la ECC se basa en la manipulación, mala interpretación y falsificación selectivas de los datos científicos. Smith dice que «hay una asociación entre el colesterol en la sangre y la ECC en algunas personas, pero es extremadamente débil y de dudosa importancia».

Cuál fue el efecto de las revelaciones hechas por Smith? Cuál fue la respuesta de las industrias de productos lácteos, huevos y carne de res? *Casi a nadie le interesó*. En algún momento de la década pasada las industrias de productos lácteos y de carne de res decidieron que sería mucho más fácil *ceñirse* a la percepción que *corregirla*. «En efecto, la Asociación Americana para el Corazón ha dividido y conquistado a las industrias de productos lácteos, de carne de res y de huevos, y sin duda le agrada ver cómo cada uno se defiende sin esperanza y acusa al otro de ser el verdadero *culpable* de la enfermedad cardíaca. Y aunque ninguna de estas industrias tiene nada que ver con la enfermedad cardíaca, aparentemente no están dispuestas a emplear las cuantiosas pruebas científicas que las apoyan». Sin duda alguna Smith está en lo cierto cuando observa que la guerra interna las lanza a atacarse mutuamente mientras que la mayoría se niega a tomar las armas para atacar al enemigo común: la falta de lógica científica.

Los alegatos de Smith respecto al mal manejo de los datos con el fin de darle credibilidad a la discutida relación dieta/colesterol en la sangre/ECC, hallaron eco en las investigaciones efectuadas por el científico sueco U. Ravnskov, cuyos resultados, publicados en el prestigioso *British Medical Journal* en julio de 1992, v.305, p.15-19, llevaron a la conclusión de que «el hecho de disminuir las concentraciones de colesterol sérico no reduce la mortalidad y es improbable que prevenga la enfermedad cardíaca coronaria. Las pretensiones en sentido contrario se basan en citas preferenciales de pruebas corroborativas». Su objetivo consistía en «versi la afirmación de que la disminución de los valores de colesterol previene la enfermedad cardíaca coronaria es

cierta o si se basa en la cita de pruebas corroborativas únicamente». Comparó la «frecuencia de las citas con el resultado de todas las pruebas controladas de reducción del colesterol en las que se utiliza la muerte o la enfermedad cardíaca coronaria, o ambas, como punto final».

Un aspecto que examinó Ravnskov fue cuántas veces se citaron las pruebas (de acuerdo con el *Science Citation Index* (Índice de Citas Científicas)) en la literatura científica por parte de especialistas que examinaron la eficacia de la hipótesis dieta/colesterol sérico/ECC. Ravnskov encontró un resultado verdaderamente sorprendente respecto

a los informes realizados por los directores de pruebas: *ninguno* de los informes publicados sobre las 16 pruebas diferentes terminadas después de 1970 cita ningún informe anterior de prueba que no apoyara la afirmación de que al disminuir los valores de colesterol se previene la ECC; sin embargo, se efectuaron 40 citas de pruebas corroborativas o no concluyentes. Aparentemente, los directores de pruebas estaban tan seguros de que la hipótesis es correcta que no querían que el lector supiera que existe un número casi igual de pruebas cuyos resultados no apoyan la hipótesis.

Ravnskov también observó que la mayoría de las pruebas que sus directores consideraban corroborativas de la hipótesis no eran corroborativas según las estadísticas convencionales. Esta observación es similar a las acusaciones formuladas por Russell Smith, es decir, que los investigadores a menudo manipularon los análisis estadísticos de manera no convencional e inaceptable con el fin de llegar a conclusiones previamente determinadas.

*Los promotores
de aceites
tropicales tienen
muchas pruebas
de las que pueden
echar mano para
oponerse a este
dogma.*

Por primera vez, científicos que se oponen a la hipótesis dieta/colesterol en la sangre/enfermedad cardiovascular organizaron un simposio científico. En Junio de 1993, la Janus Press publicará la obra editada por George Mann y titulada «Coronan/ Heart Disease: *The Dietary Sense and Nonsense*» (Enfermedad Cardíaca Coronaria: Lo Lógico y lo Ilógico en Materia de Dieta). En estas memorias de la conferencia de la *Veritas Society* (Sociedad de la Verdad) ofrecen un análisis autorizado de la naturaleza cardiológica, epidemiológica, nutricional y antropológica de la ECC. La hipótesis es atacada frontalmente.

Otro reto lo ofreció el Quinto Congreso Internacional de Montreux sobre el Estrés, celebrado en 1993, mediante una serie de presentaciones dedicadas a la «voz disidente» respecto a la dieta, el colesterol y la ECC.

Aunque los disidentes han tenido dificultades para hacer pública su posición y han sufrido consecuencias económicas ya que los fondos para investigación están casi completamente controlados por el establecimiento (vgr., el Instituto Nacional para el Corazón, los Pulmones y la Sangre [NHLBI]), un pequeño número ha sido muy activo entre bambalinas. Esta actividad esta a punto de producir grandes frutos y quizá tendrá un gran efecto en los hábitos alimenticios de los americanos y de muchos otros en el mundo.

En la edición de septiembre de 1990 del *Market Insights*, escribí una predicción sobre el mercado: «El Programa Nacional sobre Educación en Materia de Colesterol va a ser investigado por el Congreso y desmontado». Desde entonces he observado la actividad que finalmente llevó al Subcomité de Investigación y Supervisión del Comité de la Cámara para la Ciencia el Espacio y la Tecnología del Congreso de los Estados Unidos a solicitarle a la Oficina de Cuentas del Gobierno (GAO) que investigara las actividades del Instituto Nacional para el Corazón, los Pulmones y la Sangre (NHLBI) -que es el coordinador del Programa Nacional de Educación en materia de Colesterol- del Instituto Nacional de Salud (NIH). Concretamente, la GAO está investigando los estudios de dieta/ECC efectuados bajo los auspicios del NHLBI con fondos autorizados por el Congreso. En resumen, es hora de ver cómo se han empleado los dineros de los contribuyentes.

REGLAS DEFINITIVAS DE LA FDA PARA LA ROTULACION DE ALIMENTOS

El 6 de enero de 1993 se publicaron en el *Registro Federal* las tan esperadas disposiciones sobre rotulado de alimentos establecidas por la Administración de Drogas y Alimentos (FDA), del Departamento de Salud y Servicios Humanos de los Estados Unidos, para cumplir las directrices de la Ley Nacional sobre Educación y Rotulado (NLEA) de 1990 promulgada por el Congreso.

Si bien se publicaron como reglas definitivas, se presentó una curiosa situación legal que permitió contar con un período de comentarios que duró 30 días. Muchas de las reglas recién promulgadas revisten importancia para la industria de aceites y grasas comestibles.

El Servicio de Inspección y Seguridad de los Alimentos (FSIS), del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA), también expidió normas sobre rotulado de alimentos para los productos que se hallan bajo su jurisdicción (los que contienen carne de res y pollo); estas normas son similares a las disposiciones de la FDA pero, como se anota más adelante en la parte tocante a las *Disposiciones*

relativas a la grasa expedidas por el USDA, son algo diferentes en la categoría de grasas saturadas.

La norma definitiva de la FDA denominada «Rotulado de Alimentos: Condición Obligatoria del Rotulado sobre Nutrición y la Revisión del Contenido de Nutrientes, Formato para Rótulo sobre Nutrición» (58 FR 2079) entrará en vigor el 14 de febrero de 1994. La norma definitiva del USDA/FSIS denominada «Rotulado sobre Nutrición de los Productos de Carne de res y pollo» (58 FR 632) entrará en vigor el 6 de julio de 1994. Las disposiciones sobre reclamos de rotulado en materia de salud entraron en vigor el 18 de mayo de 1993 respecto a los rótulos o etiquetas controlados por la FDA; las etiquetas controladas por el USDA relativas a los reclamos en materia de salud han sido propuestas pero no son aún definitivas.

Definiciones finales del rotulado para grasas totales y calorías provenientes de las grasas

Las disposiciones recién promulgadas han definido la

...grasa es "el número de gramos de grasa total en una porción ...como ácidos grasos lípidos totales ... expresados como triglicéridos."

grasa como «... el número de gramos de grasa total en una porción ...como ácidos grasos lípidos totales ... expresados como triglicéridos». Esta definición significa que todos los ácidos grasos de mono- y diglicéridos o de otras fuentes de ácidos grasos (vgr., éster de esteroles, ésteres de poliglicerol, etc.) tendrán que ser incluidos en la declaración de grasa total.

Las obligatorias «calorías provenientes de la grasa», definidas como «9 calorías por gramo», reflejan la definición correspondiente a grasa total que se indicó anteriormente. Si bien se permite una declaración voluntaria de «calorías provenientes de la grasa saturada» (para los ácidos grasos saturados según definición que se ofrece en la sección relativa a la grasa saturada (más adelante)), no se permiten las declaraciones de calorías provenientes de ácidos grasos insaturados, monoinsaturados o polinsaturados.

Reglas definitivas sobre el rotulado de los saturados

El rotulado de los saturados adquirirá un nuevo aspecto ya que las nuevas disposiciones definen los ácidos grasos saturados como el «...número de gramos de grasa saturada en una porción [que comprenda la] suma total de todos los ácidos grasos que no contengan ningún enlace doble...» En disposiciones anteriores, para efectos de rotulado sólo se contabilizaban como saturados los ácidos grasos saturados con longitudes de carbono de 12 hasta 18. (Como se anotó en otra parte de este número del *Market Insights*, hay varios productos que se verán afectados por estas nuevas disposiciones).

La «...declaración de grasa saturada ... no se exige para productos que contengan menos de 0,5 g de grasa total en una porción si no se hacen afirmaciones sobre el contenido de grasa o de colesterol y si no se declara 'calorías provenientes de grasa saturada'».

No obstante, en el caso de alimentos con contenido de grasa superior a 0,5 g en una porción y respecto a los cuales se afirme que «no contienen grasa saturada», la disposición estipula (58 FR 2419): «(1) Los términos «no contiene grasa saturada» ... pueden utilizarse en la etiqueta o en el rotulado de los alimentos siempre y

cuando que: (i) el alimento contenga menos de 0,5 g de grasa saturada por cantidad de referencia consumida habitualmente y el nivel de ácidos grasos *trans* no exceda el 1% de la grasa total...».

Reglas definitivas sobre el rotulado de polinsaturados

El rotulado de los polinsaturados sigue siendo voluntario y la definición sigue siendo la misma que aparecía en las disposiciones originales (*cis,cis*-metileno-interrumpido), pero existe un factor *desencadenante* adicional tal «que cuando se declare la grasa monoinsaturada o cuando se haga una afirmación en la etiqueta o en el rotulado respecto al colesterol o a los ácidos grasos, se requiere la declaración de grasa polinsaturada en la etiqueta».

Reglas definitivas sobre el rotulado de monoinsaturados

Por primera vez el Código Estadounidense de Regulaciones Federales ha definido los ácidos grasos monoinsaturados como *cis* únicamente. Esta disposición formal que ha debido tomarse hace mucho tiempo, armoniza la definición estadounidense con las de Canadá, el Codex, el CE y la Gran Bretaña. El rotulado «... gramos de grasa monoinsaturada en una porción ...» es «voluntaria» (si bien equivale a que sea obligatoria si se hacen afirmaciones sobre nutriente de colesterol o polinsaturados) y en la cantidad declarada sólo se pueden incluir ácidos grasos *cis*. Esto hará que

el consumidor estadounidense tenga la misma oportunidad de desarrollar información sobre los niveles de ácidos grasos *trans* en un producto alimenticio por el proceso de eliminación que el consumidor británico o canadiense ha tenido por varios años. (Véase ... *Lipton sobre Trans... más adelante*).

Las reglas definitivas de la FDA son inadecuadas respecto a los Trans

Acaso la reciente ola de propaganda en contra de los *trans* por algunos procesadores de aceites vegetales va a durar poco? Luego de hacer una lectura rápida de las

La «...declaración de grasa saturada ... no se exige para productos que contengan menos de 0,5 g de grasa total en una porción si no se hacen afirmaciones sobre el contenido de grasa o de colesterol.

Reglas Definitivas de las disposiciones sobre rotulado de alimentos de la FDA (*Registro Federal* del 6 de enero de 1993) podría pensarse que sería aceptable colocar tales afirmaciones en el empaque del alimento. Pero no es así. Al efectuar una segunda lectura se ve que la intención real de quienes exitosamente presionaron a la FDA realmente consistía en amordazar a los fabricantes. En efecto, no se permiten los ácidos grasos *trans* en la etiqueta.

Varias secciones de las Reglas Definitivas traían una discusión importante sobre los ácidos grasos *trans*. En la sección que trata del «*Rotulado de Alimentos: Afirmaciones sobre la Salud y Declaraciones de las Etiquetas; Colesterol y Grasa Saturada Dietética y ECC*» (que entró en vigor el 8 de mayo de 1993), bajo la subsección *IV. Asuntos relativos a la Seguridad*, subtítulo. El resultado final es que los ácidos grasos *trans* no se pueden relacionar en la etiqueta.

RECOMENDACIONES

Los productores latinoamericanos de palma de aceite se hallan en una posición logística única para afectar el futuro de la demanda de aceite de palmiste y de palma en América del Norte. Muchos productores del Sudeste de Asia no han creído que su participación actual en el mercado de norteamérica justifique el esfuerzo y el gasto de un contraataque total en gran escala.

Antes del importantísimo trabajo de Mensink y Katan, probablemente fui yo el primero en sugerir públicamente que la existencia de ácidos grasos *trans* en los aceites y grasas parcialmente hidrogenados puede ser explotada por la competencia (aceites y grasas tropicales, animales y lácteos) como una poderosa herramienta de comercialización en contra de los aceites parcialmente hidrogenados (de soya, canola, algodón, maíz, etc.).

Posteriormente, esa sugerencia es cada vez más válida a medida que se van publicando los nuevos resultados de las investigaciones científicas efectuadas sobre los *trans*. Igualmente, los resultados sobre el efecto de los ácidos grasos de cadena corta y media en la elevación de los niveles de colesterol HDL y en la disminución de los de LDL ofrecen más justificación para volver a atacar en la batalla por obtener una participación en el mercado.

Es hora propicia para ponerse a la ofensiva! Teniendo esto en cuenta, ofrezco las siguientes recomendaciones, que ya había ofrecido anteriormente. Ustedes verán que lo que se espera no es que la industria del aceite de palma trate de realizarlas todas por sí sola. Ustedes necesitarán socios en esta empresa: ellos ahí están, pero es preciso organizarlos. Dado que ustedes actualmente sólo tienen una pequeñísima cuota en el mercado norteamericano de aceites y grasas comestibles, potencialmente ustedes son los que tienen más por ganar.

Recomendación 1

Atacar la hipótesis de dieta/colesterol sérico/ECC y revelar su fragilidad para que todos la vean.

- Darle publicidad a determinados libros que exponen los puntos débiles de la hipótesis dieta/colesterol sérico/ECC y cerciorarse de que los obtengan los grupos influyentes.

- Crear una colección de documentos semicientíficos ya existentes, escritos por técnicos expertos para ser distribuidos sin costo a los grupos influyentes -vgr., los medios de comunicación, escritores especializados en salud, legisladores y sus colaboradores, médicos, dietistas y nutricionistas- sobre las debilidades de la hipótesis dieta/colesterol sérico/ECC.

- Auspiciar a elaboración de monografías que analicen críticamente los méritos científicos (o carencia de ellos) de la hipótesis dieta/colesterol sérico/ECC.

- Educar sus propios líderes sobre las fallas científicas de la hipótesis dieta/colesterol sérico/ECC.

Invitarlos a asistir a ciclos de cursos de una semana dictados por expertos a un nivel semitécnico.

- Establecer un grupo pequeño de expertos que respondan a las consultas formuladas por los miembros de los grupos de liderazgo.

Los productores latinoamericanos de palma de aceite se hallan en una posición logística única para afectar el futuro de la demanda de aceite de palmiste y de palma en América.

- Cuando estén publicados, difundir los resultados, por ejemplo, de los estudios de alimentación humana efectuados por los profesores Randall Woods (Texas A&M) y George Blackburn (Facultad de Medicina de Harvard) sobre el efecto de las dietas en las cuales el aceite de coco o el de palma conforman una parte importante de la grasa consumida en la dieta. Según estos resultados, ni el aceite de coco ni el de palma tienen los efectos negativos que se les atribuyen.

- Apoyar la realización de estudios adicionales sobre alimentación semejantes a los realizados por Wood y Blackburn.

- Apoyar las investigaciones que examinen críticamente la hipótesis de la dieta/ECC.

Recomendación 2

Forjar alianzas con los competidores *menores* -los productores de aceite de palmiste y de palma y de grasas animales y lácteas — para atacar la hipótesis de la dieta/ECC y la presencia de ácidos grasos *trans* en la dieta estadounidense.

- En las propagandas, mencionar que los aceites tropicales y las grasas lácteas y animales compiten entre sí en materia de precios, sabor, funcionalidad y estabilidad, pero no con respecto a los aspectos de salud. Ninguno es nocivo en relación con los otros.

- Algunos pueden ofrecer beneficios únicos en materia de salud, y esto puede ponerse de relieve; vgr., los aceites de coco y de palmiste son muy ricos en ácido láurico, que es un agente antimicrobiano.
- Concentrarse en los aceites parcialmente hidrogenados, y no en competir entre sí.

Compartir los costos de investigación sobre la hipótesis dieta/colesterol sérico/ECC.

- Efecto de la grasa saturada sobre la ECC.
- Efecto de los ácidos grasos *trans* sobre la ECC.
- Compartir los costos de la investigación sobre la relación dieta/cáncer.

- Efecto de la grasa saturada en el cáncer.
- Efecto de los ácidos grasos *trans* en el cáncer.
- Exigirle conjuntamente a la FDA que en los rótulos de los productos alimenticios figuren los ácidos grasos *trans*.

Recomendación 3

Emprender una gran campaña en pro de los aceites tropicales en los principales periódicos y revistas de los Estados Unidos, .

- Exaltar sus virtudes: estabilidad, sabor, funcionalidad y precio, según sea el caso.

- En las propagandas, describir la base científica de las afirmaciones positivas respecto a los aceites tropicales.

Dar conocer el efecto de los aceites tropicales en la elevación del colesterol HDL y en la disminución del LDL.

- Comparar con los resultados de las investigaciones de Katan y Mensink sobre el efecto de los ácidos grasos *trans*.
- Los puntos anteriores pueden airar a los grupos de defensa del consumidor (como son la Asociación Americana para el Corazón y el CSPI) a causa de la hipótesis dieta/ECC.

- Si se corre con suerte uno de esos grupos se quejará de sus propagandas ante la Comisión Federal de Comercio.

- Esto sería un hecho excelente.
- Las pruebas científicas están de parte de ustedes.
- Todas las propagandas deben ser evaluadas por expertos en ciencias médicas/nutricionales de modo que se pueda defender cada palabra.

Recomendación 4

Atacar a los *principales* competidores -las industrias de aceites vegetales parcialmente hidrogenados- en su punto más vulnerable: la presencia de grandes cantidades de ácidos grasos *trans* en sus productos.



- Dar a conocer en artículos de periódicos y revistas y en Cartas al Editor, los resultados de Katan y Mensink, y Willett:

- Los *trans* aumentan el colesterol LDL «malo» .
- Los *trans* disminuyen el colesterol HDL «bueno».
- Los resultados de Mensink y Katan tienen importancia sólo para aquellos que creen en la hipótesis dieta/colesterol sérico/ECC, y conforman el principal grupo que los perjudica a ustedes en el mercado.

- Dar a conocer los resultados (que pronto se publicarán) del estudio del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos sobre el efecto de los *trans* en el colesterol sérico.

- Se trata de un estudio subsiguiente al de Mensink y Katan.
- Trae esencialmente resultados similares.
- Estudio apoyado por el Instituto de Manteca y Aceites Comestibles (ISEO).

- Dar a conocer los resultados de los principales estudios de Willett y otros (Facultad de Medicina de Harvard).

- En un estudio se efectuó el seguimiento de 85.095 mujeres durante 8 años, a partir de 1980, y se descubrió que la ECC y el cáncer mamario aumentaron al aumentar el consumo de *trans*.
- Se realizó un segundo estudio con hombres y se vio que el cáncer de próstata aumentó al aumentar el consumo de *trans*.

- Presionar para que se efectúen más estudios sobre el efecto de los *trans* en la salud.

- Presionar en el Congreso de los Estados Unidos.
- Hacer que el Instituto Nacional para el Corazón, la Sangre y los Pulmones (NHLBI) y el Instituto Nacional de Cáncer del Instituto Nacional de Salud efectúen estudios.

- Exigir que la FDA agregue los ácidos grasos *trans* a la lista de los elementos que deben figurar en las etiquetas de los alimentos.

- El requisito de inclusión en las etiquetas causará gran preocupación a los productores/usuarios de los aceites parcialmente hidrogenados.

- Presionar al Congreso de los Estados Unidos y a las Legislaturas de los Estados para que disminuyan los *trans* en los almuerzos escolares.

Recomendación 5

Concentrar esfuerzos de publicidad en los Estados Unidos.

- Los Estados Unidos constituyen un gran mercado.

- El resto del mundo a menudo sigue los pasos de los Estados Unidos, especialmente en materia de salud.

Recomendación 6

No intentar ganarse la benevolencia del NHLBI, de la AHA, del Programa Nacional de Educación en Materia de Colesterol, del CSPI, de la NHSA, etc. tratando de llegar a una transacción con ellos en su ataque a la grasa saturada.

- La conciliación los sacará a ustedes del mercado.

- Atacarlos frontalmente y con fuerza.
- Ustedes tienen pruebas científicas más valederas que ellos.

- Señalar que las políticas que ellos emplean están forzando eficazmente al público a consumir cantidades cada vez mayores de ácidos grasos *trans*.

OBSERVACIONES FINALES

Los aceites de palma y de palmiste han sido víctimas de fieros ataques en los Estados Unidos. Un antagonista muy influyente (el CSPI) considera que la leyenda «no contiene aceites tropicales es un sello de honor que figura en muchos empaques de alimentos». Para hacerles frente a adversarios de esta índole, ustedes tienen que promover sus puntos de vista al menos con la misma intensidad que ellos. Ustedes tienen una ventaja: las pruebas científicas parecen estar de su lado, aunque la gran mayoría de los medios de comunicación y del público piensan de manera distinta. Desafortunadamente, la mayor parte de los profesionales de la alimentación y de la salud también piensan de otra manera. Esto dificulta la venta de su mensaje, pero es algo factible. Recuerden también que sus competidores *mayores* está recibiendo malas noticias en estos días. Y será peor.

PANEL

P: Carlos Bueno
S.I - Límites de Colombia -
Colombia.

Usted señalaba que uno tiene que buscar algún tipo de mensaje para llevar al mercado norteamericano con el fin de contrarrestar los mensajes negativos; a mí me da la impresión de no haber oído aún la palabra «sintética», utilizada en relación con el aceite de soya parcialmente hidrogenado que, a la hora de la verdad, es lo que es, un producto sintético. En el natural hay poca prevalencia de los ácidos grasos trans y en la mente de los consumidores norteamericanos, tan conscientes de los aspectos nutritivos, ésto puede convertirse en un problema.

- Cuál cree usted que debe ser la estrategia que debe utilizar un país pequeño productor, como nosotros para llegar o tratar de tener como blanco un mercado específico en los Estados Unidos que es amigo de los aceites naturales comestibles, existe esa posibilidad ?

R/ Sí, existe un mercado de aceite natural comestible en los Estados Unidos y si uno va a los almacenes dicen que no solamente no contienen aceites vegetales no hidrogenados sino que contienen refinados, y además que no llevan aceites tropicales; entonces, en dos palabras, lo que están diciendo es que tienen aceites hidrogenados y no tienen aceites tropicales; entonces yo diría que sí, que podría ser un buen mercado, pero creo que va a haber otro que es el de la manteca; muy pronto yo creo que

los medios van a meterle los dientes al tema del aceite parcialmente hidrogenado y a los ácidos grasos trans, y hay un estudio de Wilep con 85.000 mujeres que analiza el cáncer de seno. Si uno hace un rastreo del aceite vegetal en los Estados Unidos subió muchísimo la incidencia del cáncer de seno y también ha subido tremendamente los infartos, entonces lo que están haciendo ahora es ver realmente cuál es el efecto de los trans, cómo pueden tener relación con el cáncer de seno.

Ahora, tan pronto como esta historia tenga más prensa, tan pronto él publique ésto, los medios se van a enloquecer con eso, y yo diría que la manteca, o los usuarios finales de manteca van a estar buscando un aceite vegetal o van a estar buscando un aceite que sea una grasa no animal por razones del colesterol, porque eso va a tomar un tiempo para que desaparezcan los efectos de todo eso y una grasa estable no hidrogenada, yo diría que de palma y de palmiste, son dos opciones excelentes, entonces yo me concentraría (para contestarle su pregunta) en los productores de manteca, productores de margarina, más que tratar de llegar a los que están a favor de los alimentos sanos y naturales, porque en términos generales no creo que sea lo más conveniente.

P/ Usted sabe si hay, hoy en día, una tecnología para retirar el colesterol de las grasas animales? hay una tecnología para esto? y también para producir un huevo o procesar una cáscara de huevo y retirarle también el colesterol y producir huevos sin colesterol?

R/ Estas son técnicas. Son cosas que los productores de huevo y grasas animales tienen muchas esperanzas puestas en ésto; sin embargo, existe la idea de que el colesterol en la dieta es un problema. Ha habido muchos estudios y no hay evidencia concluyente; yo diría que la mitad de los estudios dicen que existe correlación entre la dieta y el colesterol, otros dicen que no hay relación entre dieta- colesterol y el aumento de colesterol en la sangre. Hay personas que se ven afectadas por el colesterol ingerido en la dieta, pero la gran mayoría no se ven afectadas por el consumo de colesterol en relación con el régimen alimenticio, y estudios recientes muestran que las personas que siguen esas dietas para bajar el colesterol, a la hora de la verdad terminan con un mayor índice de suicidio, de muerte y de acciones de violencia.

Por último,

P/ Cuál es el tamaño del mercado de manteca en los Estados Unidos en toneladas (más o menos)?

R/ No sé, usted señor de Oil World sabría? Cuál es el tamaño del mercado de mantecas en los Estados Unidos o el consumo per capita?

R/ Cuando el consumo per capita de ácidos trans o de manteca depende de qué estudio tenga uno a la mano, no hay mucha certeza, pero puede ser de unos 46 kilos por ejemplo, y el porcentaje que corresponde a las mantecas de 50 o 40%

La industria de aceite vegetal en los Estados Unidos dice, y estamos

hablando de canola y soya, que 4 a 5 kilos, después dijeron que no, que de 7 a 8 sólo porque han encontrado un poquito más alto de lo que se había estimado, y si los trans son 40% de las grasas consumidas pues vendría a ser más o menos 20 kilos per capita.

Tengo entendido, no tengo el nombre de los científicos que han hecho los trabajos, que la orientación que dan las investigaciones sobre el perjuicio en la salud humana se está recargando hacia el ácido mirístico y no hacia el ácido palmítico, y la otra cosa es que tal vez lo que perjudica más en el mercado de los Estados Unidos es que consideran sinónimo de el aceite de palma, el de palmiste, pero es obvio que la composición física, la composición de los ácidos grasos de los dos

aceites es muy distinta, el de palmiste es un sustituto del aceite de coco.

Con respecto al ácido mirístico he oído comentarios del C 12 y C 14, yo diría o recomendaría a los productores que tuvieran cuidado de los promotores del aceite de palma del sureste asiático; obviamente, ellos tienen interés en promover el aceite de palma, pero hacer comentarios negativos sobre el aceite de palmiste o específicamente sobre el aceite de coco que obviamente es un competidor tanto del aceite de palma como del de palmiste, esto no le hace ningún bien al producto del palmiste; uno tiene que entender que mientras un estudio de Texas A&M hace excelentes comentarios sobre el ácido palmítico, otros estudios dirán otras cosas excelentes sobre el

mirístico, pero realmente existen muy pocos estudios que se acerquen a implicar los ácidos grasos como malos o decir que son malos definitivamente. Yo tendría mucho cuidado con respecto a lo que dice la gente de la industria de palma respecto del aceite de coco, porque esto daña la industria del aceite de palmiste. Recuerden que hay dos productos en la palma: el aceite de palma y el aceite de palmiste, y no se puede vender el aceite de palma para las aplicaciones que se vende el aceite de palmiste.

Yo no he visto estudios que digan que el ácido mirístico sea malo; no es bueno insinuar que algunos de los aceites claves de la competencia, como es el coco, son malos.