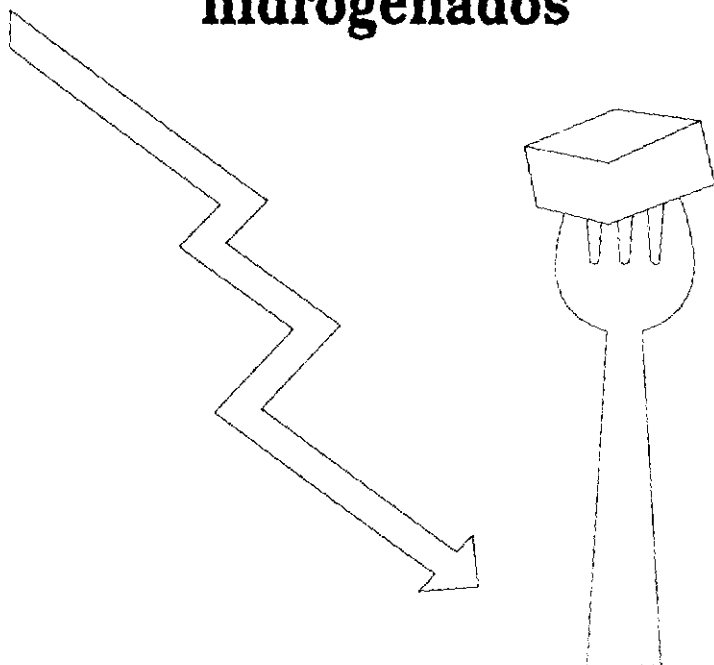


SALUD Y NUTRICION

Un mal año para la industria de aceites parcialmente hidrogenados



Tomado de Market Insights. Vol. 15 No. 1

1992 ha sido un mal año para la industria de aceites parcialmente hidrogenados, porque la visión de los consumidores americanos de estos productos como relativamente saludables, comparados con los aceites y grasas lácteos, animales y tropicales de sus competidores, se ha roto.

Aunque los aceites parcialmente hidrogenados de soya, canola y maíz todavía no llegan a tener la categoría de antisaludables, que las grasas saturadas sí tienen dentro de muchos consumidores, ya se piensa que esta brecha se terminará en 1993. Se cree también que los trans ácidos grasos (TFA), contenidos en los aceites vegetales parcialmente hidrogenados rápidamente caerán en desgracia, al mismo tiempo que las grasas y aceites saturados ganan de nuevo su respetabilidad.

Dos poderosos motivos dirigen estos cambios: primero, la dramática evidencia proveniente de los laboratorios de investigaciones, que culpan a los TFAs como causantes directos de enfermedades coronarias del corazón (CHD) y de ciertos cánceres; segundo, el colapso inminente del dogma popular dieta/suero del colesterol/CHD.

A los productores de aceites tropicales no les llega el mensaje

Tomado de Market Insights. Vol. 15 No. 1

Durante los pasados cuatro años, a los productores de aceites tropicales no les ha llegado el mensaje: los productores de margarina de los Estados Unidos enfrentarán finalmente los hechos sobre trans ácidos grasos, se apartarán del proceso de hidrogenación, pero no necesariamente harán la mezcla, con los aceites de coco, palma y palmiste para lograr una estabilidad.

Desafortunadamente, para los productores de aceite de palma, existen algunos líderes entre ellos que no han escuchado a los que tienen excelentes conocimientos de estos temas. En lugar de gastar considerables sumas de dinero en promociones y educación en los Estados Unidos, deberían enviar a la industria de aceite de palma en Malasia un solo caso de algún fabricante grande de los Estados Unidos y Canadá que haya incorporado el aceite de palma en la formulación, pública o privada, de sus productos. (Se debe reconocer por ejemplo, Becel de Unilever que utiliza algún aceite de palma y/o palmiste dedica a esto muchos de sus esfuerzos de promoción en los Estados Unidos y, ciertamente, en Canadá).

Para los comerciantes de aceite de palma y de palmiste, es el momento de actuar: Si a los empaques de los alimentos que indican "sin aceites tropicales" se les agregara el mensaje "sin trans", como una advertencia de que estos alimentos deben evitarse, los aceites tropicales ganarán poco y se quedarán indefinidamente como parias en los Estados Unidos.

Lo que estos comerciantes deben entender es que no hay prueba cercana para asociar directamente a los aceites tropicales, o a los ácidos grasos saturados que contienen, con enfermedades coronarias del corazón; de otra parte, los trans ácidos grasos han sido implicados por diversos factores, con enfermedades coronarias. Estos dos hechos deben darse a conocer agresivamente en la industria de alimentos de los Estados Unidos y Canadá y aun más importante, al público consumidor.

*International Marketing Division Enig Associates, Inc.,
Suite 500 White Oak Center Bldg. 11120 New Hampshire
avenue Silver Spring, Maryland, USA.*