

EMPRESAS

PLUS G | EMPRESAS



# El camino de la reformulación de Gloria para salir de la zona de octógonos

Jorge Namisato, director comercial de la empresa detalló a Gestión cuáles son los productos que tras ser reformulados no necesitarán incorporar las advertencias publicitarias en sus empaques con el inicio de la segunda fase.



FOTOS: ALESSANDRO CURRARINO/GEC

**Whitney Miñán**

whitney.minan@diariogestion.com.pe

Actualizado el 24/09/2021 05:45 a.m.

Desde la semana pasada está en vigencia [la segunda fase en el uso de las advertencias publicitarias octogonales](#); lo implica una reducción de los parámetros del contenido de azúcar, sal y grasas, de acuerdo al reglamento de la Ley de Promoción de la Alimentación Saludable (2017).



En términos simples, por ejemplo, si un alimento procesado contenía 800 miligramos (mg) de sodio -o más- por cada 100 gramos (g), su empaque debía tener un octógono que indique “alto en sodio”; ahora, en esta nueva fase, corresponderá dicha etiqueta cuando el producto tenga 400mg / 100g o más (**ver tabla**).

Plazo de entrada en vigencia		
Parámetros técnicos	A los 6 meses de la aprobación del Manual de Advertencias Publicitarias	A los 39 meses de la aprobación del Manual de Advertencias Publicitarias
Sodio (en alimentos sólidos)	Mayor o igual a 800mg/100g	Mayor o igual a 400mg/100g
Sodio (en bebidas)	Mayor o igual a 100mg/100ml	Mayor o igual a 100mg/100ml
Azúcar total (en alimentos sólidos)	Mayor o igual a 22.5g/100g	Mayor o igual a 10g/100g
Azúcar total (en bebidas)	Mayor o igual a 6g/100ml	Mayor o igual a 5g/100ml
Grasas saturadas (en alimentos sólidos)	Mayor o igual a 6g/100g	Mayor o igual a 4g/100g
Grasas saturadas (en bebidas)	Mayor o igual a 3g/100ml	Mayor o igual a 3g/100ml
Grasas trans	Según la normativa vigente	Según la normativa vigente

Fuente: Decreto Supremo N° 017-2017-SA

Frente a esta situación, las empresas que comercializan alimentos y bebidas no alcohólicas procesados deben adecuarse a esta segunda fase. En este contexto, Jorge Namisato, director comercial de Gloria, comentó a **Gestión** sobre la reformulación de los productos de la compañía para salir de la zona de octógonos, lo que implica reducir el sodio, azúcares totales, grasas saturadas y grasas trans en la elaboración.

Explicó que la empresa ha logrado -en estos tres años desde que se publicó el reglamento- que **el 71% de sus productos no contenga octógonos para esta nueva fase**. “En realidad, hemos logrado reducir a la mitad el número de productos que hubieran llevado al menos un octógono ante las nuevas exigencias de parámetros nutricionales de esta segunda etapa de la regulación. Nos hemos asegurado de que mantengan el mismo sabor”, subrayó.

### - Reformulados -

El representante de Gloria detalló que los productos que se han reformulado para incluirlos en este porcentaje sin octógonos son **yogures, las bebidas a base de frutas, los refrescos, los productos funcionales, los panetones y las bebidas de soya**. Asimismo, las leches para niños, las que contienen café y cacao, y las que vienen con cereales.

“Logramos reducir a la mitad la cantidad de productos con al menos un octógono. Otros, como los quesos, mantequillas, mermeladas y conservas de pescado, por su propia naturaleza mantienen este distintivo. De todas maneras, seguiremos trabajando para ofrecer productos libres de estas advertencias”, anotó.

Namisato agregó que “los azúcares totales han sido reducidos en las bebidas de frutas, los shakes de mocaccino, chocolate y capuccino, y la bebida PRO”. “Aseguramos que el cambio no afecta el sabor, los elementos nutritivos ni la accesibilidad de los productos. Siempre escuchamos y respetamos las preferencias de nuestros consumidores”, resaltó.

**¿Cuánto tiempo toma la reformulación?** En Gloria se trabajó entre 4 a 9 meses, dependiendo de la complejidad de cada producto, para lograr una reformulación exitosa. “Es una labor coordinada de las áreas de Investigación y Desarrollo, Marketing y Nutrición”.

### - Reducción de empaques -

En el 2019, cuando se implementó la primera fase de las advertencias publicitarias, aparecieron cuestionamiento alrededor de que se estarían **reduciendo empaques** para no tener que imprimir o pegar los adhesivos con los octógonos correspondientes.

Recordando este escenario, Gloria comentó que la compañía no se ha visto en la necesidad de reducir el empaque o la cantidad del producto. “Consideramos que esta ley permite ofrecer información relevante para que todos podamos elegir mejor”, remarcó.

### - El dato -

**Inversión.** “A lo largo de estos tres años que han implicado investigación y desarrollo se ha realizado una inversión importante. Estamos no solo cumpliendo a cabalidad lo estipulado por el marco normativo, sino que también vamos más allá con inversión importante en comunicación para promover una lectura correcta de las etiquetas y advertencias publicitarias”, dijo Namisato.

**Productos reformulados.** Leche evaporada, leches listas para tomar UHT, mezclas lácteas y yogurt estén 100% libres de octógonos. Lo mismo se logró para los productos consumidos principalmente por niños, y los productos funcionales. Además, la mayoría de los productos son reducidos en nutrientes críticos como son el sodio, azúcares totales, grasas saturadas y grasas trans, explicó la compañía.

**Campaña.** Gloria mencionó que viene impulsado plataformas de información como “La Buena Nutrición”, de cara a promover uso responsable y una dieta balanceada.

TAGS RELACIONADOS:

[Gloria](#) [Octógonos](#) [Alimentación saludable](#)