

Los fabricantes de azúcar piden poner "freno" a la "desinformación" al consumidor



Noticias

Abogan por que se dote de todos los detalles a los usuarios sobre las calorías de los producto "sin azúcar" para que el consumidor decida qué quiere adquirir, una vez informado.

La **Asociación General de Fabricantes de Azúcar de España (Agfae)** alerta de la proliferación en el mercado de alimentos "sin azúcar añadido", porque "casi todos" contienen más calorías que los productos que sí incluyen esa materia prima, y piden que se ponga freno a "la desinformación" al consumidor.

Así lo ha explicado el presidente de Agfae, Juan Luis Rivero, en una entrevista concedida a Efeagro en la que explica que "hay cientos de productos en el mercado" que afirman en sus envases que son bajos en azúcar o que no la contienen, pero que se ven obligados a implementar grasas y otros componentes sustitutivos que aportan más calorías.

Rivero ha defendido que se dote de todos los detalles a los usuarios sobre las calorías de los producto "sin azúcar" para que el consumidor decida qué quiere adquirir, una vez informado.

Según Agfae, no existe hoy en día ingrediente alimentario capaz de "mimetizar" todas las funcionalidades del azúcar -conservación, textura, condensación o fermentación- y pone como ejemplo que una empresa elaboradora de galletas se vería obligada, si quiere sustituir el azúcar de su composición, a utilizar una grasa, lo que las hace más calóricas que las normales.

"No se puede hacer un bollo sin azúcar, es imposible", ha indicado Rivero, quien resalta además las grandes cualidades del azúcar en el mundo de la cocina y el gastronómico. En el caso de la stevia, se trata de un producto que también recomiendan para los consumidores que buscan una alternativa "natural" al azúcar. Por el contrario, ha asegurado que a la industria del azúcar no le interesa entrar en el mercado de los edulcorantes "artificiales".

Preguntado sobre "la cruzada" de administraciones o entidades contra productos que relacionan con obesidad, ha considerado "un error absoluto que se intente demonizar a algunos alimentos". "Los fabricantes pensamos que no se pueden legislar hábitos alimentarios, sino educarlos; no hay alimentos buenos y malos, sino abusos en algunos de ellos", ha defendido.

También ha mostrado su oposición al intento de alguna comunidad autónoma de imponer tasas a los refrescos, firmas que absorbe el 20 % de todas las ventas de azúcar en Europa, "gravar cualquier alimento con impuestos especiales es un intento de recaudar más; pero eso no va a cambiar los hábitos alimentarios de la gente".

En cuanto a la situación de mercado, ha descartado tensiones o desabastecimiento, y anticipa que el producto se abaratará. En este sentido, ha recordado que han caído las cotizaciones en los mercados internacionales y se han corregido "los picos" de finales del año pasado, y los consumidores se beneficiarán de una bajada de los precios del azúcar "en los próximos meses" en el supermercado.

En el campo, esta campaña ha sido "muy satisfactoria" y se batirá un nuevo récord histórico en rendimientos, con 106-107 toneladas de remolacha por hectárea, entre los más altos de Europa.

A pesar de que se sembraron 2.000 hectáreas menos, la mejora de los rendimientos permitirán rebasar la cuota de azúcar asignada a España por la Unión Europea (unas 500.000 t, de las cuales 380.000 corresponden a Azucarera -de AB Sugar- y 120.000 t, a la cooperativa ACOR) en 25.000 toneladas más, aunque estas cifras están muy alejadas del consumo nacional.

Sobre el futuro del cultivo en España, frente a las dudas de los remolacheros, ha subrayado que está "absolutamente" garantizado. "La aspiración de la industria es crecer, que tengamos más remolachas" y superar rendimientos de 120 toneladas/ha o más, ha insistido.

El cultivo "es muy rentable" para el agricultor con buenos rendimientos, alrededor de 1.500 euros por hectáreas aseguradas. Ha planteado al sector que no compare el precio que percibe por la remolacha con los valores "estratosféricos" del maíz o los cereales del último año o año y medio, y que piense que es un cultivo seguro a largo plazo y "el complemento ideal" de otras siembras más volátiles.

A su juicio, "una de las bases para que la industria sea competitiva en el futuro es tener más remolacha", junto a la mejora de las fábricas.

El sector tendrá que responder a la liberalización del mercado y a la eliminación de las cuotas que planea la Unión Europea -se baraja 2017- y afrontar el poder del azúcar brasileño u otras procedencias.

También podrá venir a España más azúcar de Francia, país que tiene un exceso de capacidad de 1,4 millones de toneladas "que intentará colocar en otros mercados", como el español, ha apuntado.

La industria, mientras tanto, se prepara para afrontar la desregulación, y en el caso de Azucarera invertirá 156 millones de euros entre 2013 y 2018 en un plan para ahorrar energía, impulsar los biocombustibles y desarrollar otras aplicaciones.

Entre las vías de negocio, melazas y pulpas para alimentación animal y la fabricación de nuevos productos, como los cosméticos.

Redacción