

## **Rige control para venta de productos transgénicos**

Productores agrícolas se oponen, aunque todavía falta conocer la reglamentación de la norma. El Gobierno dice que hay tres años para adecuarse a esta exigencia.

El Viceministerio de Defensa del Consumidor confirmó que se puso en vigencia el Decreto 2452, que establece la obligatoriedad para que aquellos alimentos transgénicos que se ponen a la venta, tanto nacionales como importados, sean identificados con una etiqueta roja y que debe ser visible.

Los productores y algunos expertos se oponen a esta medida porque aseguran que el etiquetado ya genera un rechazo por parte de un consumidor poco informado.

En días pasados, las autoridades de Gobierno sostuvieron una reunión con los agroproductores cruceños, principalmente, quienes expresaron su preocupación por esta decisión y además habrían hecho conocer que todos los alimentos que ingresan al país por la vía de la importación o por el contrabando son organismos genéticamente modificados, es decir, transgénicos.

La norma establece la obligatoriedad que hay en todo el país para que se ponga una etiqueta roja triangular a todos los alimentos "destinados al consumo humano de manera directa e indirecta que sea, contenga o derive de organismos genéticamente modificados" (OGM). El Artículo 4 señala textualmente que "todo alimento que se produzca, fabrique, importe y se comercialice en el Estado Plurinacional de Bolivia, que sea, contenga o derive de organismos genéticamente modificados, obligatoriamente deberán contener la siguiente advertencia: leyenda: 'este producto contiene material genéticamente modificado'; símbolo: triángulo de color rojo que contiene la sigla 'OGM' y el texto 'Organismo Genéticamente Modificado'. Esta información deberá ser impresa o adherida en un lugar visible y texto legible".

La obligatoriedad de colocar la etiqueta de alimentos transgénicos recaerá en los productos importados y sobre los importadores del producto alimenticio. En el caso de los productos de fabricación nacional recaerá sobre los productores o fabricantes que comercialicen en el mercado interno y, finalmente, en el caso de los productos fraccionados o envasados sobre los encargados de este proceso.

Actualmente, en Bolivia solo se permite la producción de soya con transgénicos, pero los agroindustriales solicitaron que se extienda a otros productos como el maíz.

Según el presidente de la Cámara Agropecuaria del Oriente (CAO), Julio Roda, el tema más importante que se dejó pendiente durante la realización de la cumbre del agro Sembrando Bolivia, fue la discusión sobre la introducción de OGM, "es un tema ideológico. Creo que es importante que este punto se nos dé a los productores, porque es una herramienta indispensable para poder equiparar nuestras fuerzas y deseos de superación, nuestra voluntad de ser competitivos". La especialista genética y biotecnología del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (Itesm), la boliviana María Mercedes Roca, dijo que a la fecha ninguna investigación probó que los OGM causan efectos secundarios o daño en la salud de las personas, pero dijo que en países vecinos hay una inversión importante para desarrollar y ampliar la producción genética. Los productores señalan que la harina de trigo que se consume en el país es un artículo que es OGM, porque proviene de Argentina y EEUU.

Página Siete

## **Lacteosbol, EBA y Papelbol ofrecen más de 20 productos**

Con más de 20 productos de diferentes líneas, las compañías del Servicio de Desarrollo de Empresas Público Productivas (SEDEM) buscan consolidarse en el mercado y expandir sus puntos de venta en todo el país.

Los productos que mayor demanda tienen son la leche y las galletas de almendra.

"Con dos puntos de venta estratégicos, hemos logrado avanzar bastante y generar una demanda del público para nuestros productos" informó Rafael Tapia, gerente general de la Empresa Especializada en Distribución y Mercadeo (EPROA), que se encarga de la distribución y de los puntos de venta.

Hasta ahora los productos de las empresas del SEDEM pueden comprarse en tiendas que están en instalaciones del edificio de Correos de Bolivia y en el Megacenter.

"Nuestro siguiente paso será colocar el producto en tiendas de barrio y supermercados en todo el país", manifestó Tapia.

Las empresas que ofrecen productos en estas tiendas son Lacteosbol y la Empresa Boliviana de la Almendra y sus Derivados (EBA), además de Papelbol.

Entre la oferta se puede encontrar la leche entera, leche saborizada, yogur, quesos, jugos naturales, almendras en distintas presentaciones, postres, galletas, cuadernos y en la época navideña, roscas y "stollen" alemán.

Otro producto con una buena demanda es Kumis, un yogur probiótico elaborado con leche de tres cepas diferentes y enriquecido con vitaminas y minerales de manera natural.

De acuerdo con Tapia, Kumis es un producto único en el mercado, debido a sus propiedades nutritivas y medicinales.

"Los atributos del Kumis no se pueden encontrar en ningún otro producto en el mercado, es bueno para la salud y muy nutritivo", destacó.

Este producto viene en dos presentaciones, normal y con quinua, el cual, según el SEDEM, duplica su valor alimenticio.

En el caso de la almendra, los productos con mayor demanda son la almendra partida, molida y entera en sus presentaciones de un kilo y 500 gramos, así como las galletas con avena y salvado.

Datos brindados por el SEDEM y EPROA revelan que tanto los productos lácteos como los derivados de almendra son adquiridos en volúmenes grandes por cafeterías y restaurantes cercanos a los puntos de venta.

"Vienen cocineros y dueños de negocios cercanos a comprar 10 y hasta 15 bolsas de leche y se van felices por la calidad y el precio; lo mismo con la almendra, que se llevan principalmente para ser empleada en pastelería", indicó.

Tapia atribuyó el crecimiento en las ventas a la calidad de los productos y a los precios competitivos en el mercado. "Nuestros productos ofrecen una relación de calidad-precio que difícilmente se puede encontrar en otros lugares", apuntó.

El ejecutivo resaltó la reingeniería impulsada en las empresas por la gerente general del SEDEM, Patricia Ballivián, que posibilitó la transformación de la oferta para generar mayor aceptación en el público.

"En un principio nuestros productos contaban con envases muy simples y carentes de identidad, pero con el tiempo hemos mejorado en nuestra imagen y presentación", sostuvo Tapia.

Los puntos de venta del SEDEM fueron abiertos al público en octubre del año pasado, primero en el Megacenter