

DEBATES & INNOVACIONES

Sobre el Derecho Humano a la Alimentación y Nutrición Adecuadas - DHANA
EDICIÓN 01 - FEBRERO DE 2021 - PUBLICACIÓN GRATUITA - ISSN 2745-0864



Introducción:

De los determinantes comerciales de la salud a la captura corporativa: matices y evidencias de una práctica vergonzosa. **Página 2**

Artículo central:

“Nunca antes había visto tantos lobistas: prácticas políticas de la industria alimentaria durante el desarrollo de un nuevo sistema de etiquetado nutricional en Colombia”. **Página 5**

Artículo de análisis:

“La arquitectura del Estado se transformó a favor de los intereses de las empresas”: actividad política corporativa de la industria alimentaria en Colombia. **Página 20**



FIAN
COLOMBIA



FIAN
COLOMBIA

FIAN - Colombia

“Nunca antes había visto tantos lobistas: prácticas políticas de la industria alimentaria durante el desarrollo de un nuevo sistema de etiquetado nutricional en Colombia”.

Título original: 'I had never seen so many lobbyists': Food industry political practices during the development of a new nutrition front-of-pack labelling system in Colombia.

Publicado en: Public Health Nutrition, 1-9 © The Nutrition Society, published by Cambridge University Press.

Autores: Mialon, M., Gaitán Charry, D., Cediél, G., Crosbie, E., Scagliusi, F., & Pérez Tamayo, E.

La traducción se publica con la autorización y normas del editor, bajo la versión entregada por los autores.

© FIAN Colombia, 2020
o CC BY SA FIAN Colombia 2020

ISSN: 2745-0864

Queda hecho el Depósito Legal.

Los contenidos de la presente separata están licenciados bajo Copyleft completo, cuyo objetivo es propiciar el libre uso y distribución, exigiendo que los concesionarios preserven las mismas libertades al distribuir sus copias y derivados.

El contenido de los artículos es responsabilidad de sus autores, no necesariamente representa la posición oficial de FIAN-Colombia.

Se autoriza su reproducción parcial o total con fines no comerciales, a condición de que se cite a sus autores, el título de la obra y la fuente que se refiera.

Es posible entremezclar, ajustar y construir a partir de esta obra contenidos de la misma, con fines no comerciales, siempre y cuando se reconozca la autoría y sus nuevas creaciones estén bajo una licencia con los mismos términos. Debe citarse el enlace a la licencia.

FIAN Colombia.
Carrera 24 No. 36-12
Bogotá, Colombia
Tel. +57(1) 8140067
www.fiancolombia.org

1ª edición en Castellano:
Febrero de 2021

Coordinación editorial: FIAN Colombia

Comité Editorial:
Juan Carlos Morales González
Paola Romero Niño
Milena Perdomo
Hernando Salcedo Fidalgo
Andrea Rodríguez
Carolina Carvajal Castro
Mylena Gualdrón

De los determinantes comerciales de la salud a la captura corporativa: matices y evidencias de una práctica vergonzosa.

Introducción: contexto y discusión del primer artículo académico sobre captura corporativa en Colombia.

En diciembre de 2016, se publicó en la revista *The Lancet*, el comentario de Ilona Kickbusch, Luke Allen y Christian Franz, titulado “Los determinantes comerciales de la salud”¹. Se introdujo así el concepto que permitiría hablar en adelante de las estrategias económicas y mercadotécnicas que las corporaciones transnacionales han establecido para determinar la prevalencia de sus intereses económicos sobre los intereses por preservar y mantener la salud de las poblaciones y del planeta. Sin embargo, con la adopción de este término, se ha contribuido a matizar y normalizar prácticas corporativas que se constituyen en vulneraciones y violaciones flagrantes de los Derechos Humanos, en prácticas de corrupción y soborno, y en últimas, **en prácticas de captura corporativa**² de los espacios en donde se deciden las políticas públicas y en donde se producen los conocimientos que avalan dicha captura.

Si bien la literatura académica ha venido ampliando la frecuencia de publicaciones sobre esta gama de categorías, pocas publicaciones logran establecer una justa medida entre la denuncia y el dato científico que sustente la influencia determinante de la acción económica corporativa para impedir o entorpecer el avance de una política pública en defensa de del derecho humano a la alimentación y nutrición adecuadas (DHANA) y/o el derecho a la salud. Es el caso del estudio de Mialon M y colaboradores, que fue publicado este año³ en la revista *Public Health Nutrition*. La categoría

1 Kickbusch I, Allen L & Franz C (2016). *The comercial determinants of Health*. The Lancet 4, 895–896.

2 El término de “captura corporativa”, inicialmente utilizado por organizaciones de la sociedad civil y que se encuentra en discusión y pronta reformulación, tiene un correlato en la categoría de “interferencia de la industria”, definido con precisión por Suárez, MY. en: Sandoval, Martha Yaneth (2019). “Interferencia de la industria en las propuestas de implementación de sellos frontales de advertencias 2017-2018”. Educar Consumidores: Bogotá. Disponible en: <https://educarconsumidores.org/wp-content/uploads/2020/04/6.-Interferencia-de-la-Industria.pdf>

3 Mialon, M., Gaitán Charry, D. A., Cediél, G., Crosbie, E., Scagliusi, F. B., & Perez Tamayo, E. M. (2020). 'I had never seen so many lobbyists': food industry political practices during the development of a new nutrition front-of-pack labelling system in Colombia. Public health nutrition, 1–9. Advance online publication. <https://doi.org/10.1017/S1368980020002268>



movilizada para el análisis que presentan la autoray sus coautores, es la de “actividad política corporativa”, dentro de un estudio amplio en América Latina, y cuya metodología describe el artículo rigurosamente. El caso colombiano mereció un interés particular, y los datos que lo sustentan están basados en evidencias recogidas con métodos científicos sin conflicto de interés, aportando a los movimientos de la sociedad civil que defienden el DHANA, evidencias concretas y contundentes de estas prácticas durante el proceso de discusión del etiquetado frontal de advertencia en Colombia. Es por esta razón que FIAN Colombia ha decidido hacer un aporte con la publicación, presentación y discusión del artículo de Mialon y colaboradores, en lengua española y disponible para el público hispanohablante, con el fin de que la comunidad científica libre de conflictos de interés y las organizaciones defensoras de los derechos humanos, dispongan del texto y de los datos para enriquecer la discusión y la lucha contra la captura corporativa transnacional.

Discusión

El estudio liderado por la profesora Melissa Mialon, en coautoría con Diego Alejandro Gaitán Charry, Gustavo Cediél, Eric Crosbie, Fernanda Baeza Scagliusi y Eliana María Pérez Tamayo, publicado recientemente en la revista *Public Health Nutrition*⁴ bajo el título “*Nunca antes había visto tantos lobistas: prácticas políticas de la industria alimentaria durante el desarrollo de un nuevo sistema de etiquetado nutricional en Colombia*”, ilustra cómo las corporaciones de bebidas y productos comestibles ultraprocesados (PCU) han emulado las mismas estrategias de la industria tabacalera, para debilitar la salud pública y minar la democracia colombiana.

El análisis documental que se implementó en este estudio identifica diversas prácticas corporativas de interferencia política, para oponerse a medidas legislativas como la implementación de un sistema de etiquetado de advertencia, la restricción de la publicidad de PCU, regulaciones en entornos alimentarios escolares y la aplicación de un impuesto a las bebidas azucaradas. El artículo menciona cómo la industria intentó mostrar una imagen pública de responsabilidad empresarial a través de la iniciativa público-privada denominada “Alianza por la Nutrición Infantil”, cuyo supuesto objetivo era erradicar la desnutrición crónica y que tuvo un amplio respaldo por parte del gobierno nacional y de algunas sociedades científicas. En forma simultánea, la industria adelantaba un intenso cabildeo en el Congreso, con el propósito de desvirtuar la evidencia científica acerca de los vínculos entre PCU y un mayor riesgo de enfermedades crónicas no transmisibles. Por último, el estudio encontró que varios funcionarios de los Ministerios de Comercio y Agricultura y del Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos de Colombia (INVIMA) establecieron alianzas a favor de la industria, utilizando tácticas como “la puerta giratoria”, con el propósito de oponerse a la aprobación de cualquier medida legislativa que estuviera en contra de sus intereses comerciales.

Los hallazgos de esta investigación son similares a los documentados en otros países. La industria transnacional de PCU ha recurrido a marcos discursivos dirigidos a presentar una imagen favorable de sus actividades económicas, a través de programas de responsabilidad social empresarial e iniciativas de autorregulación. Así mismo, los voceros de cada una de las compañías de PCU tienden a eludir cualquier discusión pública acerca de las regulaciones gubernamentales. Esta tarea es encomendada a asociaciones comerciales u organizaciones financiadas por la industria, las cuales expresan su oposición a cualquier medida regulatoria

4 Durante el proceso de edición de la presente publicación, salió a la luz un segundo artículo del grupo liderado por M. Mialon, que incluimos en este número, como artículo de análisis.

(Nixon et al, 2015; Gómez et al, 2019). En el caso colombiano, esta función ha sido asignada a la Asociación Nacional de Industriales (ANDI), como bien lo documenta el estudio de Mialon et al.

Si bien hay diferencias en los mecanismos y determinantes del consumo de tabaco y patrones de alimentación no saludable, existen algunas similitudes en las prácticas corporativas de ambas industrias. Conocer estos patrones permite orientar el quehacer de la salud pública. Las experiencias en el área de control de tabaco indican que conocer los verdaderos intereses de las compañías cuyos productos son nocivos para la salud, es una estrategia efectiva para lograr respaldo ciudadano (Mahood, 2004; Leatherdale et al, 2006; Gómez et al, 2019). En el año 2009 el Congreso colombiano aprobó la primera ley anti-tabaco. Este importante logro para la salud pública fue posible por los esfuerzos de diversas organizaciones de la sociedad civil que develaron las estrategias de interferencia política que utilizaba la industria tabacalera en el Congreso y en el alto gobierno para bloquear cualquier iniciativa legislativa en contra de sus intereses (Ruíz et al, 2009; Uang et al, 2018). Las muertes y las condiciones de discapacidad que se evitaron gracias a esta ley, fueron significativas.

Bloquear la interferencia de la industria de PCU fortalece la salud pública y la democracia. El estudio liderado por Mialon y colaboradores brinda conocimientos para llevar a cabo este cometido a partir de hallazgos científicos y académicos producidos sin conflicto de interés.

Luis Fernando Gómez, Profesor de la Facultad de Medicina de la Pontificia Universidad Javeriana.

Mercedes Mora-Plazas, Profesora del Departamento de Nutrición Humana de la Universidad Nacional de Colombia.

Hernando Salcedo Fidalgo, Coordinador de la línea de nutrición de FIAN Colombia.

Referencias

- Gómez LF, Mora-Plazas M, Smith Taillie L. (2019). *Contraargumentos a los sectores que se oponen a acciones políticas efectivas para promover una alimentación saludable y prevenir la obesidad*. PUJ, UNC.
- Leatherdale ST, Sparks R, Kirsh VA. (2006). *Beliefs about tobacco industry (mal) practices and youth smoking behaviour: insight for future tobacco control campaigns (Canada)* *Cancer Causes Control*. 17(5):705-711.
- Mahood G. (2004). *Tobacco industry denormalization: telling the truth about the tobacco industry's role in the tobacco epidemic*. Non-Smokers' Rights Association: Smoking and Health Action Foundation. Disponible en: <https://nsra-adnf.ca/key-issue/tobacco-industry-denormalization-telling-the-truth-about-the-tobacco-industrys-role-in-the-tobacco-epidemic/>
- Mialon, M., Gaitán Charry, D. A., Cediél, G., Crosbie, E., Scagliusi, F. B., & Pérez Tamayo, E. M. (2020). *'I had never seen so many lobbyists': food industry political practices during the development of a new nutrition front-of-pack labelling system in Colombia*. *Public health nutrition*, 1-9. Advance online publication. <https://doi.org/10.1017/S1368980020002268>
- Nixon L, Mejia P, Cheyne A, Wilking C, Dorfman L, Daynard R. (2015). *We're Part of the Solution": Evolution of the Food and Beverage Industry's Framing of Obesity Concerns Between 2000 and 2012*. *Am J Public Health*. 105(11): 2228-2236.
- Ruíz MA, Rivera-Rodríguez DE, Marín Y, González JC, Moreno RH. (2009). *Las iniciativas para el control del tabaco en el Congreso de Colombia: 1992-2007* [Tobacco control initiatives in Colombia's Congress, 1992-2007]. *Rev Panam Salud Publica*. 2009 Jun;25(6):471-80. Spanish. PMID: 19695141.
- Uang, R., Crosbie, E., & Glantz, S. A. (2018). *Tobacco control law implementation in a middle-income country: Transnational tobacco control network overcoming tobacco industry opposition in Colombia*. *Global public health*, 13(8), 1050-1064. <https://doi.org/10.1080/17441692.2017.1357188>



“Nunca antes había visto tantos lobistas: prácticas políticas de la industria alimentaria durante el desarrollo de un nuevo sistema de etiquetado nutricional en Colombia”.

“I had never seen so many lobbyists’: food industry political practices during the development of a new nutrition front-of-pack labelling system in Colombia”.

Melissa Mialon^{1,2}, Diego Alejandro Gaitán Charry², Gustavo Cediel², Eric Crosbie³, Fernanda Baeza Scagliusi¹ y Eliana María Pérez Tamayo²

El artículo se publica en la traducción al español que efectuaron los autores, con autorización del Cambridge University Press and Copyright Clearance Center.

Resumen

Objetivo: identificar y monitorear la realización de prácticas políticas por parte de la industria alimentaria, durante la adopción de etiquetas de advertencia nutricional en Colombia. **Diseño:** Análisis de documentos con información pública disponible triangulada con entrevistas semiestructuradas. **Entorno:** Colombia. **Participantes:** Dieciocho informantes clave del gobierno (n. 2), academia (n. 1), sociedad civil (n. 12), los medios de comunicación (n. 2) y un ex empleado de la industria alimentaria (n. 1).

Resultados: en Colombia, la industria alimentaria utilizó expertos y grupos financiados por grandes corporaciones transnacionales para promover su etiquetado nutricional preferido (por su sigla en inglés, FOLP) desacreditando los modelos de advertencia propuestos. La industria criticó la propuesta de etiquetas de advertencia, discutiendo los impactos negativos que tendrían en el comercio, los costos excesivos requeridos para implementarlos y el hecho de que los consumidores eran responsables de tomar las decisiones correctas sobre qué comer. Los actores de la industria alimentaria también interactuaron con el gobierno y ex miembros de grandes asociaciones comerciales que ocupaban cargos importantes para la toma de decisiones en el sector público. El *Codex Alimentarius* también fue una plataforma a través de la cual, la industria tuvo acceso a la toma de decisiones en el sector público y gubernamental y pudo influir en la política de etiquetado frontal de alimentos.

Conclusiones: en Colombia, la industria alimentaria utilizó una amplia gama de estrategias políticas, que podrían haber influido negativamente en el proceso de políticas de etiquetado frontal de alimentos. A pesar de esta influencia, el uso obligatorio de los modelos de advertencia se anunció en febrero de 2020. En la actualidad, existe una necesidad urgente de condenar estas prácticas políticas, ya que podrían impedir la implementación de otras medidas recomendadas internacionalmente para mejorar la salud de la población en el país y en el mundo, siendo las etiquetas de advertencia solo de ellos.

Palabras clave:

Actividad política corporativa, Determinantes corporativos de la salud, Industria de alimentos, Etiquetado nutricional frontal.

1 School of Public Health, University of São Paulo, Sao Paulo, Brazil.

2 School of Nutrition and Dietetics, University of Antioquia, Medellín, Colombia.

3 School of Community Health Sciences, University of Nevada, Reno, USA.

Introducción

La influencia de las corporaciones transnacionales en las políticas de salud pública, de investigación y práctica y, más específicamente, la forma como los actores corporativos intentan moldear las políticas de los gobiernos de manera favorable a sus Firmas⁽¹⁾, se conoce como Actividad Política Corporativa (APC), este es un fenómeno ha sido bien documentado antes en otros países del mundo^(2, 7). La APC se divide en estrategias basadas en acciones denominadas como *estrategias instrumentales*, y estrategias fundamentadas en argumentos, designadas como *estrategias discursivas* (Anexo 1)⁽⁸⁾. A partir de estas estrategias se pueden recabar evidencias que demuestran que la APC de la industria alimentaria, es uno de los principales obstáculos para el desarrollo de políticas de salud pública^(9,10), como la restricción de la comercialización de alimentos poco saludables y productos para niños, aumento de los impuestos a las bebidas azucaradas y promoción del Etiquetado Frontal de Alimentos⁽¹¹⁻¹⁴⁾.

En Colombia, durante el año 2018 las organizaciones de la sociedad civil promovieron el Proyecto de Ley 214 de 2018 (PL 214 de 2018), abarcó tres aspectos esenciales: 1) la introducción de un nuevo sistema de etiquetado frontal de alimentos con etiquetas de advertencia y para los alimentos que llevan esas etiquetas; 2) la prohibición de comercialización de productos comestibles ultra-procesados a los niños y 3) la restricción del mercadeo y venta de estos productos en las escuelas⁽¹⁵⁾. A partir del mes de abril del año 2020, las etiquetas de advertencia fueron adoptado en Chile, Israel, México, Perú y Uruguay⁽¹⁶⁻¹⁸⁾. En Chile, la evidencia preliminar sugiere que la introducción de etiquetas de advertencia condujo a una disminución en la compra de bebidas insalubres⁽¹⁹⁾. Por lo tanto, las

ventas de productos poco saludables podrían verse amenazadas por esta ley.

En el caso de Colombia, este es un segundo intento de introducción de un proyecto de ley de esta naturaleza. En el año 2017, se propuso el Proyecto de Ley PL 019 de 2017, también conocido como "Ley de la Comida Chatarra"⁽²⁰⁾. El proyecto de ley no fue aprobado en su forma original, pero fue modificado en otro proyecto de ley (PL256 de 2018), que propuso utilizar el criterio de Pautas de las cantidades diarias (GDA), en este caso se trata de un sistema de ETIQUETADO FRONTAL DE ALIMENTOS originalmente desarrollado por una industria alimentaria en el Reino Unido, que fue utilizado voluntariamente en algunos productos alimenticios en Colombia⁽²¹⁾. Existen evidencias que demuestran que el Sistema GDA es menos efectivo para ayudar a los consumidores a tomar decisiones más saludables que el etiquetado de advertencia^(22, 23). Por lo tanto, las organizaciones de la sociedad civil colombiana no apoyaron este nuevo proyecto de ley. Además, la sociedad civil señaló que los actores de la industria alimentaria ejercieron presión para que algunos legisladores, difundieran argumentos de la industria en favor de esta nueva propuesta.

En este sentido, algunas evidencias demuestran que la industria alimentaria promovió información en los medios masivos de comunicación en favor de sus esfuerzos de autorregulación, con el ánimo de contrarrestar la regulación obligatoria^(21, 24). No obstante, hasta la fecha ningún estudio ha documentado a fondo los intentos de la industria alimentaria por influir en la introducción del etiquetado de advertencia en Colombia. Por lo anterior, el objetivo de este estudio fue identificar las practicas de APC empleadas por la industria alimentaria durante el desarrollo de una nueva propuesta de Etiquetado Frontal de Alimentos en Colombia.



Métodos

Esta investigación hizo parte de un proyecto más amplio sobre APC de la industria alimentaria en América Latina. Se desarrolló un estudio cualitativo, que implicó un análisis de documentos públicos relacionados con la temática, que fue apoyado por entrevistas semiestructuradas con informantes claves. Todos los datos se recopilaron en el idioma español, entre los meses de mayo y agosto del año 2019 y las citas textuales tomadas de las entrevistas semiestructuradas, fueron traducidas al idioma inglés por la primera autora en la versión en inglés de este artículo. El objetivo del análisis de los documentos públicos que fueron seleccionados para el estudio fue identificar la APC de los actores más destacados de la industria alimentaria colombiana (como se describe en las próximas secciones). Asimismo, el propósito de las entrevistas semiestructuradas fue identificar ejemplos adicionales de la APC en Colombia, incluyendo aquellos que no estaban necesariamente disponibles en las fuentes de datos públicos, como los relacionados con el lobby a través de contactos directos o la provisión de incentivos financieros para los formuladores de políticas públicas.

Los entrevistados permitieron la reconstrucción del contexto de la APC para el caso colombiano, debido a que compartieron ejemplos específicos de APC y discutieron sus perspectivas con respecto a este tipo de prácticas. Es importante aclarar que la “industria alimentaria”, en la investigación contempló fabricantes de alimentos y bebidas, mayoristas, minoristas, distribuidores, proveedores de servicios de alimentos, así como productores

de materia prima. También se incluyeron organizaciones que actúan en su nombre, abierta o de manera oculta, como asociaciones comerciales, empresas de relaciones públicas, organizaciones “filantrópicas”, instituciones de investigación y otras personas y grupos. Por último, para divulgar los hallazgos de la investigación se siguieron los criterios establecidos para la consolidación de informes cualitativos⁽²⁵⁾ (Anexo 2).

“notamos que hubo un intenso lobby en el Congreso y que los actores de la industria alimentaria formaron parte de la delegación colombiana en la discusión del Codex sobre de etiquetado frontal de alimentos”

Análisis de documentos

Para el análisis de los documentos públicos seleccionados para el estudio, se siguieron las recomendaciones de la Red Internacional para la Alimentación y la Obesidad / Enfermedades no transmisibles Investigación, Monitoreo y Apoyo de acción para identificar y monitorear el CPA de la industria alimentaria a nivel de país⁽²⁾. Este método y los demás empleados en el análisis de datos de esta investigación se aplicaron antes en otros países^(4, 7, 13, 26, 27) y, consiste, en un análisis paso a paso, de la APC de los actores más destacados de la industria en un determinado país. A continuación, se hace una descripción detallada de estos pasos.

Paso 1: identificación de los actores de la industria alimentaria

Basado en un estudio piloto de la APC de la industria alimentaria en América Latina y el Caribe, realizado en el año 2018⁽⁷⁾, que se apoyó en una discusión con expertos locales sobre sus perspectivas y sobre quienes fueron los actores más influyentes de esta industria en este país, se decidió incluir veinte actores de la industria alimentaria para el análisis del tema. Además, se incluyeron doce fabricantes de alimentos

que hacían parte de la Alianza Internacional de Alimentos y Bebidas, debido a que estos se ubican entre los actores más destacados de la industria de alimentos mundial⁽²⁸⁾. Estos actores fueron Coca Cola, Danone / Alquería, Ferrero, General Mills, Grupo Bimbo, Kellogg, Mars, McDonald's, Mondelez, Nestlé, PepsiCo y Unilever. Asimismo, se incluyeron cuatro empresas o grupos empresariales colombianos reconocidos como fabricantes de alimentos como Grupo Nutresa, Postobón, Colanta y Alpina, también una empresa multinacional propietaria de supermercados denominada como el Grupo Éxito y dos grupos representativos para la industria alimentaria colombiana como la Asociación Colombiana de Ciencia y Tecnología de Alimentos y la Asociación Nacional de Empresarios de Colombia. Por último, se estudiaron las actividades de la sucursal del Instituto Internacional de Ciencias de la Vida en Colombia, ILSI Nor-Andino, una fundación de investigación financiada por la industria alimentaria⁽²⁹⁾.

Paso 2: selección de fuentes de información

En este caso se consultaron diferentes fuentes de información para el estudio de carácter público accesibles en línea y se definieron como **material complementario o Material 3**. Estas fuentes se identificaron mediante debates con expertos locales y a través de un estudio exploratorio inicial. Las fuentes incluyeron sitios web de las diferentes industrias alimentarias, actores de esta industria incluyendo sus cuentas de Twitter, así como material público del gobierno relacionado con la nutrición y alimentación de los colombianos, en este sentido se recopiló información de documentos del Ministerio de Salud, Ministerio de Educación, el Congreso, los principales partidos políticos y las comisiones del congreso colombiano responsables de los distintos procesos electorales. Se recolectó información adicional de los sitios web

de las principales universidades que contaban con una escuela / departamento de nutrición / dietética / salud pública / y/o educación física / actividad física. Por último, se consideraron los sitios web de asociaciones de profesionales, así como información sobre importantes conferencias en dietética / nutrición / salud pública en Colombia. Cabe anotar que, entre los actores de la industria alimentaria, organizaciones como Mars, General Mills, Grupo Bimbo y Unilever no tenían sitio web nacional, ni cuenta Twitter.

Pasos 3 y 4: recopilación y análisis de datos

Para cada una de las fuentes de datos consultadas en línea, se identificó la información más relevante sobre APC en Colombia, navegando a través de las diferentes páginas web que se mencionaron anteriormente. Para los sitios web del gobierno, académicos y de la sociedad civil, se utilizaron los motores de búsqueda, cuando estos estaban disponibles en la página web y los nombres de los actores de la industria alimentarias para identificar información adicional clave para la investigación. Debido a que el estudio tenía restricciones de tiempo, que se relacionaban con el número de actores seleccionados y basado en un estudio exploratorio existente⁽⁷⁾, se decidió incluir en la investigación datos de estudios publicados solo entre enero y julio de 2019, que fueron recopilados entre julio y agosto del año 2019. En caso de que las páginas web, que no tuvieran una fecha específica, se recopiló la información disponible con fecha del momento en la que fue recolectada. Para informes anuales y otros eventos, se recopiló información con datos recientes disponibles en la web.

Cuando se identificó la APC de la industria alimentaria el texto fue copiado y pegado en un documento de Excel. En este documento, se registró información adicional del actor u organización reseñado como: nombre de la industria alimentaria, actor, URL donde se



recopilaron los datos, fecha de recopilación de datos y notas u observaciones. La recopilación y el análisis de los datos fueron dirigidos por el primer autor. La recolección y el análisis de datos del estudio fue un proceso deductivo, según lo recomendado por la Red Internacional para la Investigación, Monitoreo y Acción de Alimentos y Obesidad / enfermedades no transmisibles Soporte, utilizando un marco existente para clasificar la APC de la industria alimentaria (Anexo 3). Las categorías de análisis bajo este marco no son mutuamente excluyentes y, por lo tanto, algunos ejemplos se incluyeron en múltiples prácticas. El cuarto autor revisó el 100% de los datos y el tercer autor el 10% de los datos para completar el análisis de la información sistematizada para el documento. Cuando se encontraron desacuerdos sobre los datos y las categorías de análisis se resolvió después de la discusión entre los autores, pero estas discusiones no fueron cuantificadas.

Paso 5: Informes

Frente a los hallazgos obtenidos sobre APC de la industria alimentaria en Colombia, en el manuscrito actual, se informan los datos explícitamente relacionados con el desarrollo del etiquetado frontal de alimentos en el país. Como se observará más adelante en el texto, se presenta una síntesis narrativa que contiene testimonios con ejemplos que se retoman de las entrevistas semiestructuradas realizadas para la investigación y de los documentos consultados para el estudio.

Todos los datos del análisis de documentos están disponibles en [material complementario en línea 4](#). Al presentar estos datos, se usó un código que comienza con la letra “A” seguido de un número, del [material complementario en línea 4](#). La información de las entrevistas se informa entre comillas. Para preservar la confidencialidad y el anonimato de los participantes, se eliminó toda la información que pueda iden-

tificar a los informantes clave, solo se emplearon términos genéricos para describir sus profesiones y artículos como “ella / ella” para referirse a hombres o mujeres.

Entrevistas

El primer autor de este estudio realizó catorce entrevistas semiestructuradas con dieciocho informantes clave en Colombia, incluyendo dos entrevistas grupales. Una persona, de la academia, aceptó la invitación de los investigadores, pero no pudo ser entrevistada porque estaba viajando durante el tiempo de recolección de los datos. De los dieciocho participantes, uno era político (legislativo), uno del gobierno (ejecutivo), uno de la academia, doce de la sociedad civil y dos de los medios de comunicación. También se entrevistó un ex empleado de la industria alimentaria. Se realizaron entrevistas hasta que se alcanzó la saturación de datos (es decir, cuando el entrevistador no identificó un nuevo tema relacionado con las prácticas de APC). El muestreo fue intencional y se basó en la capacidad de los participantes para proporcionar información con respecto a la APC de la industria alimentaria en Colombia, como se expresa en los medios de comunicación. También se utilizó la técnica de muestreo de bola de nieve, donde los participantes fueron invitados a identificar posibles entrevistados adicionales a través de sus redes.

La participación fue voluntaria. Los participantes fueron contactados primero por correo electrónico o mediante una llamada telefónica. Durante el día de la entrevista, se firmó un formulario de consentimiento ético, con información sobre: el estudio, su consentimiento para la grabación digital de la entrevista y para tomar notas de campo, se generó la posibilidad de que los informantes revisarán la transcripción antes de la presentación del actual manuscrito y se respetó el compromiso de confidencialidad

y anonimato de los investigadores. La guía de la entrevista está disponible en línea en el **Material complementario 5** (en español). Las entrevistas duraron en promedio 60 minutos y se realizaron cara a cara (n 13) y por Skype (n 1). Las entrevistas se hicieron en español (n.10), español/inglés (n 3) y francés (n 1). Las entrevistas fueron transcritas textualmente por un traductor contratado, con quien se firmó un acuerdo de confidencialidad. Después de revisar su transcripción, un participante solicitó que se eliminara la mayor parte de la información contenida en el documento, por temor a represalias.

La recopilación y el análisis de los datos fueron dirigidos por el primer autor. Se adoptó el mismo enfoque para el análisis de datos y el análisis de documentos, utilizando un marco existente para categorizar las prácticas políticas de la industria alimentaria, en un proceso iterativo. El último autor revisó el 100% y el segundo autor el 10% de los datos de las entrevistas. Se empleó el Microsoft Word y Excel para administrar los datos del estudio.

Resultados

En Colombia, se identificaron casos en los que la industria alimentaria utilizó sus prácticas políticas durante el desarrollo de nuevas etiquetas nutricionales o etiquetado frontal de productos alimenticios. Estas estrategias se presentan en las próximas secciones, utilizando las diferentes categorías de APC para construir una síntesis narrativa de los hallazgos de este trabajo.

Gestión de coaliciones

Una práctica política corporativa común de los actores de la industria alimentaria es construir alianzas con terceros en las comunidades, los medios de comunicación y las organizaciones de salud, entre otros. En marzo de 2019, mientras que el etiquetado frontal de

alimentos (PL 214 de 2018) era discutido en el Congreso, la industria alimentaria lanzó una iniciativa público-privada, denominada como la “Alianza por la Nutrición Infantil” [A78, A82]. El objetivo de esta Alianza era tener “a primera generación con cero desnutrición crónica en Colombia para el 2030” [A82]. La primera dama de Colombia participó en su lanzamiento en la ciudad capital, Bogotá [A82]. Además, se firmó un pacto con el Procurador General de Colombia y la Alianza se asoció con el Ministerio de Salud, el Consejo Presidencial para Niños y Adolescentes y la Asociación Nacional de Neonatología, entre otros [A91–4, A101–2]. Los actores de la industria declararon que la asociación entre la industria y el gobierno “representan la necesaria articulación del sector público y privado para favorecer los derechos de los niños” [A82]. El evento se lanzó más tarde en otras ciudades con el apoyo de diferentes concejos y en presencia de funcionarios gubernamentales o sus socios [A89-90, A 95].

Gestión de la información

Los actores de la industria alimentaria también influyen en la producción y difusión de evidencia e información, de manera favorable para la industria. Paralelamente, las corporaciones critican y tratan de suprimir la evidencia que no se ajusta a los intereses de la industria. En Colombia, durante la discusión en el Congreso y en su comunicación en línea sobre el etiquetado frontal de alimentos en 2019, los actores de la industria alimentaria promovieron su sistema de etiquetado frontal de alimentos preferido, el GDA, y desacreditaron el etiquetado frontal propuesto [A31, A39–40, A165–8]. Sus principales argumentos fueron que el etiquetado frontal (i) no estaba alineado con las normas internacionales, citando aquí el Codex Alimentarius, una iniciativa conjunta de la OMS y la FAO a cargo del establecimiento de normas alimentarias, (ii) no tenía base científica y (iii) no tuvo impacto en la reducción de la obesidad



en el país donde se han implementado (se mencionó a menudo a Chile) [A31, A40, A168, A174, entrevistas]. En este sentido, la industria alimentaria utilizó expertos para defender sus argumentos sin ser transparente sobre estas relaciones. En las entrevistas del estudio, un defensor de la salud pública mencionó a una académica, Susana Sokolowsky de Argentina, que fue presentada como una experta independiente, intervino en el Congreso y en los medios de comunicación, pero en ocasiones habló en nombre de la industria:

Ella se presentó tanto en medio como en el congreso como una académica independiente (...). Sin embargo ocho días después, exactamente, en [una] audiencia [el] Senado, invitaron a las industrias (...). En este caso Postobón dijo: "Postobón no viene pero mandan un video pues de su vocera y era [esa misma persona] (Defensor de la salud pública).

El Instituto Internacional de Ciencias de la Vida (ILSI, sigla en Inglés), financiado por la industria alimentaria y que ha sido criticado por su influencia sobre las políticas de salud pública y la investigación a nivel internacional^[30-32], tiene una sucursal para Colombia, Ecuador y Venezuela, llamada Nor-Andino (en referencia a la cordillera de los andes). En 2019, el ILSI Nor-Andino organizó dos talleres sobre etiquetado frontal de alimentos: uno en marzo, dirigido a estudiantes de licenciatura en nutrición y dietética de la Facultad de Ciencias de la Pontificia Universidad Javeriana [A127] y uno en agosto, durante el congreso anual de la Asociación Colombiana de Nutrición y Dietética [A117]. En el taller en la universidad, el orador principal fue presentado como miembro de ILSI, pero también trabajó al mismo tiempo para Nestlé [A127]. Entre los otros tres científicos que estuvieron presentes ese día, dos fueron presentados como miembros de ILSI, pero solían

trabajar para la industria alimentaria (Mondelez y Alpina) [A127]. No se encontraron detalles sobre el contenido de estas presentaciones. Uno de los informante entrevistados describió otro evento en la Facultad de Nutrición de la Universidad Nacional de Colombia, donde...

a los chicos que se van a graduar (...) les llega un correo, diciéndoles que una empresa de alimentos los va a invitar a una cena por su grado y además les quiere dar un taller de etiquetado". (defensor de la salud pública)

Participación directa e influencia en la política

Una práctica política bien conocida de las corporaciones es influir directamente en la política, incluso a través del lobby de los políticos o sus donaciones a los partidos políticos y los formuladores de políticas. Se observó el uso de tales prácticas en Colombia, en el caso del desarrollo de la política de etiquetado frontal de alimentos. El lobby de la industria alimentaria contra el etiquetado frontal fue discutido por los participantes, explicando:

[En la discusión sobre de etiquetado frontal de alimentos] nunca había visto tantas lobistas. Había más de 60 personas entre las empresas de lobby y la industria del alimento fuera del salón elíptico del Congreso, buscando aliados para que el proyecto de ley se hundiera, o el proyecto de ley perdiera su esencia. (político)

Los entrevistados también explicaron que algunas agencias gubernamentales, como el Ministerio de Comercio, el Ministerio de Agricultura y el Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos, también presionaron junto con la industria alimentaria, incluso a través del uso de la puerta giratoria, donde los ex-miembros de la industria eventualmente trabajan en el gobierno (o lo contrario). Un defensor de la salud pública recordó cómo

la industria había "cooptado el Ministerio de Salud a estas agendas" al llevar las discusiones al Ministerio de Comercio para defender las posiciones del Codex y presentar los impactos negativos que el etiquetado frontal tendría en el comercio exterior. El entrevistado también notó que el Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos, al hablar sobre el etiquetado, estaba usando "exactamente el mismo discurso que la industria". En mayo de 2019, la Comisión del Codex Alimentarius organizó una discusión sobre de etiquetado frontal de alimentos en Canadá. En la reunión, Colombia tenía una delegación de cinco personas, ninguna de las cuales trabajaba para el Ministerio de Salud, a pesar de los impactos que el de etiquetado frontal de alimentos tiene en la salud de la población: tres individuos eran de la ANDI, uno del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y uno del Ministerio de Asuntos Exteriores [A14]. Los medios también informaron que uno de los ex directores de la ANDI, y ahora asesor presidencial, así como otras personas de Postobón, presionaron a los senadores durante la discusión sobre etiquetado frontal de alimentos [A142-3]. El Ministerio de Defensa, que solía trabajar para la Federación Nacional de Comerciantes (Federación Nacional de Comerciantes), por lo tanto, representaba a las corporaciones, también estaba presionando en el lado de la industria contra el etiquetado frontal (entrevista, miembro del gobierno). El Ministro de Salud, a diciembre de 2019, era exdirector de la Fundación Santa Fé, que recibe fondos del Grupo Ardila Lulle, propietario de Postobón. Algunos entrevistados sugirieron que esta podría haber sido la razón por la cual el Ministro apoya las interacciones entre el gobierno y la industria.

El actual Ministro de Salud, (...) dice que son un gobierno mucho más abierto, que la industria debe ser escuchada. (...) [Él] abiertamente dice que está hablando con la industria. (Defensor de la salud pública).

Un participante señaló que la industria se sintió "victimizada" durante la discusión y que "los congresistas (...) dijeron que no comparían el bullying que la sociedad civil les estaba haciendo [a la industria]" (defensor de la salud pública).

En sus esfuerzos por mostrar apoyo al gobierno, los actores de la industria de alimentos acogieron con beneplácito la idea de utilizar un sistema de etiquetado frontal de alimentos [A29, A33, A40, A218]. La Asociación Nacional de Empresarios de Colombia y Postobón acogieron con beneplácito la apertura del gobierno para la participación de la industria alimentaria en la discusión y destacaron el hecho de que estaban utilizando voluntariamente el sistema GDA desde 2016 [A18, A41, A143, A153, A169, A256, A258, A273], abogando así por la autorregulación en lugar de la introducción de un etiquetado frontal de alimentos obligatorio elegido en un proceso democrático.

Estrategias legales

Finalmente, los actores de la industria alimentaria y sus aliados en el gobierno amenazaron con usar acciones legales durante las audiencias públicas para la política de etiquetado frontal de alimentos en 2019, una práctica política conocida empleada por las corporaciones cuando se enfrentan a la posible adopción de políticas de salud pública que limitarían las ventas de sus productos. Esta fue una práctica detallada por nuestros entrevistados:

En la audiencia que hubo en el Congreso de la Republica la invitada científica de estos Congresistas (...) dejó entrever claramente que si Colombia seguía (...) impulsando estas iniciativas, podíamos someternos a juicios internacionales, particularmente en tribunales de arbitramento, la OMC [Organización Mundial del Comercio]. (Defensor de la salud pública).



Estrategias discursivas

Para apoyar sus estrategias instrumentales, los actores de la industria alimentaria hicieron uso de una serie de estrategias discursivas basadas en argumentos al oponerse al sistema etiquetado frontal en Colombia. Varios participantes señalaron que la industria alimentaria emitió argumentos económicos comunes, que describen los efectos negativos que el etiquetado frontal tendría sobre el comercio en América Latina:

El tema de inestabilidad jurídica, fue como novedad, y para el caso de etiquetado, este año, el tema de las afectaciones en el comercio exterior, tanto que a la última audiencia [a mediados de 2019], se trajeron a la Cámara de Comercio Colombo-Venezolana, Ministerio de Comercio, ALAIAB [Alianza Latinoamericana de Asociaciones de la Industria de Alimentos y Bebidas]. (Defensor de la salud pública)
Ahí vienen los otros argumentos, que es el más fuerte que han usado para etiquetado... que es afecta comercio internacional... y genera inestabilidad jurídica. (Defensor de la salud pública)

En la discusión de etiquetado frontal de alimentos en Colombia, la industria señaló al consumidor como responsable de sus propias elecciones y a la industria como un aliado necesario para ayudar a los consumidores a tomar estas decisiones [A34, A36, A218]. Si bien la industria dijo que estaba apoyando la introducción de un sistema de etiquetado frontal de alimentos, un participante describió cómo la industria alimentaria intentó retrasar su desarrollo.

Ese tema del costo de cumplimiento, por ejemplo, es muy usado para la defensa de no cambios en el etiquetado, si. Por el costo del material de empaque y por el tiempo que tomaría cada cosa. Es uno de los argumentos más potentes para retardar la aplicación de la regulación (...) es un mecanismo para ganar tiempo. (Ex empleado de la industria alimentaria)

En la Figura 1, hemos construido un modelo para ilustrar cómo estas diferentes estrategias podrían combinarse y pueden haber influido en

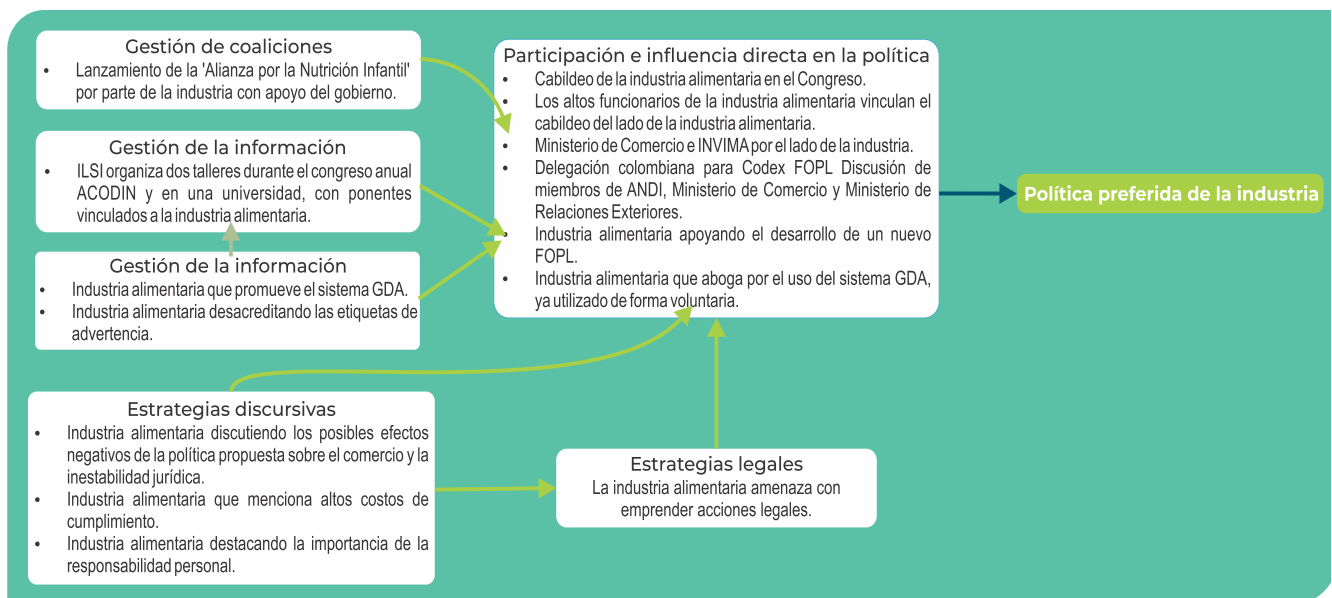


Figura 1. (líneas de color) Ilustración de cómo se combinaron las diferentes estrategias de actividad política corporativa (CPA) y pueden haber influido en la política de etiquetas frontales (FOPL) en Colombia.

la política de etiquetado frontal de alimentos en Colombia.

Durante el año 2019, la industria alimentaria participó directamente e influyó en el proceso de políticas en Colombia, a través del lobby en el Congreso y su participación en la reunión del Codex sobre etiquetado frontal de alimentos, en mayo, y la promoción de sus esfuerzos voluntarios existentes. Otras estrategias también pueden haber tenido una influencia indirecta en el proceso político.

Este es el caso del lanzamiento de la Alianza por la Nutrición en marzo de 2019 y las presentaciones realizadas por ILSI en marzo y agosto del mismo año, dado su momento, durante las discusiones en el Congreso y a través de las relaciones establecidas con los tomadores de decisiones gubernamentales y profesionales de la salud pública. La información utilizada por los actores de la industria alimentaria contra el etiquetado frontal y para el sistema GDA también alimentó estas discusiones. Finalmente, los argumentos utilizados por la industria sobre los posibles aspectos negativos de la política propuesta, y sus amenazas de litigio, también pueden haber influido en el desarrollo de la discusión del de etiquetado frontal de alimentos.

Discusión

Nuestro estudio confirma los testimonios de organizaciones de la sociedad civil de que los actores de la industria alimentaria presionaron en el Congreso y presionaron por su agenda en los medios, en sus intentos por evitar la adopción del etiquetado frontal en Colombia^(21, 24). Pero descubrimos que la industria también utilizó una gama mucho más amplia de estrategias de APC durante el proceso de formulación de políticas de etiquetado frontal de alimentos. Específicamente, los actores de la industria alimentaria desarrollaron alianzas con

terceros, incluidos los del gobierno, y lanzaron una alianza público-privada en presencia de miembros del gobierno en diferentes partes del país. Estas acciones pueden haber ayudado a la industria a establecer relaciones con las autoridades y mostrar que podrían ser parte de la solución⁽³³⁾. Sin embargo, asociarse con actores de la industria corre el riesgo de comprometer la integridad y la credibilidad de los tomadores de decisiones gubernamentales y sus instituciones⁽³³⁾.

La industria alimentaria recurrió a expertos para promover su etiquetado frontal de alimentos preferido y desacreditar el etiquetado frontal propuesto, incluso a través de eventos organizados por ILSI. La industria utilizó diferentes argumentos para criticar el etiquetado de advertencia propuesto, pero no proporcionó evidencia científica revisada por pares para sostener estas afirmaciones. Además, es importante tener en cuenta que las personas toman decisiones saludables si evolucionan en un entorno saludable.

El propósito del de etiquetado frontal de alimentos era proteger y promover estos ambientes saludables, por lo que esto no estaba en contradicción con las elecciones individuales. También notamos que hubo un intenso lobby en el Congreso y que los actores de la industria alimentaria formaron parte de la delegación colombiana en la discusión del Codex sobre de etiquetado frontal de alimentos.

Estos resultados agregan evidencia a la literatura existente sobre el APC de la industria alimentaria y particularmente sobre los esfuerzos de los actores de la industria para influir negativamente en el desarrollo de un nuevo etiquetado frontal de alimentos^(2, 14, 17, 34). En Canadá, Chile y Francia, la industria alimentaria retrasó el desarrollo y la implementación de un etiquetado de alimentos, incluyendo las etiquetas frontales, creó divisiones en la comunidad de salud pública y entre los formuladores



de políticas al presionar para la adopción de un etiquetado frontal de alimentos amigable con la industria, desvió la atención de la discusión de etiquetado frontal de alimentos a cuestiones relacionadas con el comercio y los negocios y negó la evidencia de que los nuevos sistemas de etiquetado frontal de alimentos propuestos por los gobiernos fueran efectivos^(17, 35).

En Francia, por ejemplo, la industria alimentaria presionó por la recopilación y el análisis de pruebas adicionales, promovió un modelo alternativo de etiquetado frontal de alimentos, trasladó sus esfuerzos de lobby de las autoridades nacionales a la Unión Europea y formó alianzas con los medios de comunicación⁽¹⁴⁾. A diferencia de otros países, en Colombia, los actores de la industria alimentaria están muy cerca de los gobiernos, y algunos miembros de grandes asociaciones comerciales ahora están en puestos de toma de decisiones en el sector público. Esto significa que los intereses comerciales de la industria alimentaria ahora están representados en el gobierno, en lo que se llama “captura regulatoria”⁽³⁶⁾.

Además, nuestros resultados muestran que el gobierno respalda grandes iniciativas de nutrición de la industria alimentaria. Codex es también una plataforma a través de la cual la industria obtiene acceso a la toma de decisiones, lo que podría ir en detrimento de la salud pública. En particular, la participación actual de la industria en las negociaciones del Codex podría ayudar a establecer normas de etiquetado nutricionales del Codex débiles y favorables para las empresas que impiden a los países adoptar un etiquetado frontal de alimentos más eficaz con etiquetado de advertencia⁽³⁷⁾, y en algunos casos obligan a los países a través de nuevos acuerdos comerciales⁽³⁸⁾. Esto merece más investigaciones. Nuestros hallazgos también son similares a las estra-

tegias de APC utilizadas por la industria del tabaco durante el desarrollo de la legislación de empaquetado genérico del tabaco, que podría considerarse como el equivalente más cercano al Etiquetado Frontal de Alimentos^(39, 40). En respuesta, los gobiernos deberían adoptar un enfoque de “todo el gobierno” (actividades realizadas por varios ministerios, administradores y agentes públicos para promover una solución común) y “enfoque de salud en todas las políticas” que incorpore normas y prácticas de salud con otras partes del gobierno para minimizar tanto los conflictos intersectoriales como la interferencia de la industria⁽⁴¹⁾.

Una limitación de nuestro estudio es que solo hemos analizado algunos de los actores más importantes en la industria alimentaria, pero otros actores también pueden ser influyentes. Además, nuestro período de análisis solo cubre una fracción de la discusión sobre la política de etiquetado frontal de alimentos, y se necesita más trabajo para comprender mejor cómo la industria influyó en su inicio, temprano desarrollo y cómo, tal vez, influirá la implementación del etiquetado frontal en un futuro cercano. Hemos incluido datos del dominio público y datos de entrevistas, y la mayoría de las personas dispuestas a discutir sobre la APC de la industria alimentaria fueron de la sociedad civil. Fue particularmente difícil obtener acceso a los miembros de la industria sin comprometer nuestra seguridad e independencia, ya que la industria alimentaria tiene un gran interés en el debate sobre la adopción de nuevas etiquetas nutricionales en el frente del empaque, aunque logramos acceder a un ex miembro del personal de la industria. Además, estudiar los efectos que estas diferentes prácticas de APC tuvieron en el proceso de la política estaba más allá del alcance de nuestro proyecto. Es probable

“Fue particularmente difícil obtener acceso a los miembros de la industria sin comprometer nuestra seguridad e independencia”

que nunca hubiéramos tenido acceso a las verdaderas intenciones detrás del uso de tales prácticas, ya que estas implican mecanismos psicológicos complejos⁽³³⁾.

Pero la industria alimentaria no invertiría tiempo y dinero si esto no fuera útil. Un trabajo adicional sobre la APC podría basarse en fuentes adicionales de información e incluir estudios etnográficos y antropológicos, por ejemplo, no solo en el Congreso sino también en comunidades y ramas locales del gobierno donde la industria está interactuando con funcionarios y comunidades gubernamentales. La Red Internacional para la Investigación, de Alimentos y Obesidad / enfermedades no transmisibles, Monitoreo y Acción apoya el protocolo de monitoreo de APC de la industria alimentaria, utilizado en el estudio actual, no incluye datos públicos del Ministerio de Agricultura, Ministerio de Comercio, Industria y Turismo o Ministerio de Relaciones Exteriores. Además, no identificamos informantes de estos Ministerios dispuestos a discutir sobre la APC en Colombia. Estos son actores poderosos en los gobiernos que, sin estar necesariamente influenciados por la industria, podrían oponerse a las políticas de salud pública. Es necesario abordar estas fuerzas internas, particularmente en los países neoliberales; en donde el desarrollo económico podría tener prioridad sobre los objetivos de salud pública, la protección de los recursos naturales y las poblaciones vulnerables. Finalmente, este no fue un estudio de la política de etiquetado frontal de alimentos per se y de la dinámica entre los diferentes actores involucrados en ese proceso, pero este podría ser el tema de futuros proyectos de investigación.

La industria alimentaria se opuso a los esfuerzos anteriores para introducir un nuevo etiquetado frontal de alimentos en el país (PL019 de 2017). Fue el opositor más fuerte al proyecto de ley PL214 para la prevención y el control de las ENT en Colombia. A pesar del

uso de tales prácticas políticas, en febrero de 2020, el Presidente de Colombia declaró que el etiquetado frontal se adoptaría obligatoriamente en el país en todos los alimentos envasados a partir de finales de 2022⁽⁴²⁾. Todavía existe una necesidad urgente de aprender y condenar las prácticas de las corporaciones que impedirían la implementación de medidas recomendadas internacionalmente, en Colombia y en el extranjero, siendo el etiquetado frontal de alimentos y el etiquetado de advertencia, solo algunas de ellas^(43, 44). Existe la necesidad de proteger mejor la salud pública de la influencia indebida de la industria alimentaria, incluso a través de la implementación de políticas de lobby y conflictos de intereses, por ejemplo⁽⁴⁵⁾.

Conclusión

Encontramos evidencia, tanto en el dominio público como a través de nuestras entrevistas, de que los actores de la industria alimentaria en Colombia utilizaron una amplia gama de prácticas políticas durante el desarrollo del nuevo etiquetado frontal de alimentos nutricional. Estas incluyeron el desarrollo de una Alianza con terceros del sector público justo cuando el Congreso discutía la adopción de nuevas etiquetas y el intenso lobby contra el etiquetado frontal en el propio Congreso. Además, la industria alimentaria utilizó expertos científicos para promover su etiquetado frontal de alimentos preferido y desacreditar el etiquetado frontal de advertencia propuesto, en el Congreso y otros eventos, algunos de los cuales cuentan con el apoyo de ILSI. Estos resultados podrían compartirse entre las organizaciones de la sociedad civil, académicos, encargados de formular políticas y, lo que es más importante, el público, ya que se beneficiarían de la adopción de una política de etiquetado nutricional basada en la evidencia.



Agradecimientos

Los autores desean agradecer a Cora-Lee Leblanc, de la Universidad de Moncton, Canadá, por sus contribuciones en las primeras etapas del estudio actual. Los autores también desean agradecer a sus participantes por su participación en el estudio actual. Apoyo financiero: M.M. recibió una beca de la São Paulo Research Foundation, Brasil (subvención no. 2017 / 24744-0). M.M. obtuvo financiación inicial de la Facultad de Ciencias de la Salud de la Universidad Americana de Beirut, como parte de una subvención financiada por el Centro Internacional de Investigaciones para el Desarrollo. Este financiamiento apoyó su trabajo de campo en Colombia y Chile en 2019. F.B.S. recibió una beca del Consejo Nacional de Desarrollo Científico y Tecnológico de Brasil (subvención no. 309514 / 2018-5). Los financiadores no tuvieron ningún papel en el diseño, análisis o redacción del artículo actual. Los autores son los únicos responsables de las opiniones, hipótesis y conclusiones o recomendaciones expresadas en la presente publicación. Conflicto de intereses: no hay conflictos de intereses. Autoría: M.M. dirigió el diseño del estudio, la recopilación de datos, el análisis y la redacción del manuscrito. F.B.S. contribuyó al diseño del estudio. D.A.G.C., G.C. y E.M.P.T. contribuyeron al diseño del estudio, la recopilación de datos y el análisis. E.C. contribuyó al análisis de datos.

Todos los autores contribuyeron a la redacción del manuscrito y leyeron y aprobaron el manuscrito final. Ética de la participación de

sujetos humanos: el estudio actual, que formaba parte de un proyecto más amplio sobre la industria alimentaria en América Latina, se realizó de acuerdo con las directrices establecidas en la Declaración de Helsinki, y todos los procedimientos que involucraban a los participantes del estudio fueron aprobados por el comité de ética de la Escuela de Salud Pública, Universidad de Sao Paulo, Brasil (proyecto no. 07944118.7.0000.5421). Los participantes firmaron un formulario de consentimiento informado ético antes de participar en el estudio.

Material complementario

Para el material complementario que acompaña a este documento, visite: <https://doi.org/10.1017/S1368980020002268>

Referencias

1. Hillman AJ, Keim GD & Schuler D (2004). *Corporate political activity: a review and research agenda*. *J Manage* 30, 837–857.
2. Mialon M, Swinburn B & Sacks G (2015). *A proposed approach to systematically identify and monitor the corporate political activity of the food industry with respect to public health using publicly available information*. *Obes Rev* 16, 519–530.
3. Mialon M, Swinburn B, Allender S et al. (2017). *Maximising shareholder value: a detailed insight into the corporate political activity of the Australian food industry*. *Aust N Z J Public Health* 41, 165–171.
4. Mialon M, Swinburn B, Wate J et al. (2016). *Analysis of the corporate political activity of major food industry actors in Fiji*. *Global Health* 12, 18.
5. Mialon M, Swinburn B, Allender S et al. (2016). *Systematic examination of publicly-available information reveals the diverse and extensive corporate political activity of the food industry in Australia*. *BMC Public Health* 16, 283.
6. Mialon M & Mialon J (2018). *Analysis of corporate political activity strategies of the food industry: evidence from France*. *Public Health Nutr* 1–15.



Versión impresa:

Escanee este código QR para acceder a la documentación complementaria de este artículo.

7. Mialon M & da Silva Gomes F (2019). *Public health and the ultra-processed food and drink products industry: corporate political activity of major transnationals in Latin America and the Caribbean*. Public Health Nutr 22, 1898–1908.
8. Ulucanlar S, Fooks GJ & Gilmore AB (2016). *The policy dystopia model: an interpretive analysis of tobacco industry political activity*. PLoS Med 13, e1002125.
9. World Health Organization (2013). *Opening Address at the 8th Global Conference on Health Promotion Helsinki*. Finland: Dr Margaret Chan Director-General of the World Health Organization.
10. Swinburn BA, Kraak VI, Allender S et al. (2019). *The global syndemic of obesity, undernutrition, and climate change: the Lancet Commission report*. Lancet 393, 791–846.
11. Pomeranz JL, Zellers L, Bare M et al. (2019). *State preemption of food and nutrition policies and litigation: undermining government's role in public health*. Am J Prev Med 56, 47–57.
12. Julia C & Hercberg S (2016). *Research and lobbying conflicting on the issue of a front-of-pack nutrition labelling in France*. Arch Public Health 74, 51.
13. Tselengidis A & Östergren P-O (2019). *Lobbying against sugar taxation in the European Union: analysing the lobbying arguments and tactics of stakeholders in the food and drink industries*. Scand J Public Health 47, 565–575.
14. Mialon M, Julia C & Hercberg S (2018). *The policy dystopia model adapted to the food industry: the example of the Nutri-Score saga in France*. World Nutr 9, 109–120.
15. Congreso de la Republica de Colombia; Cámara de Representantes, Control de la obesidad: Proyecto de Ley 214 de (2018). *Por medio de la cual se promueve el acceso a información necesaria para fomentar entornos alimentarios saludables y prevenir enfermedades no transmisibles y se adoptan otras disposiciones*. <http://www.camara.gov.co/control-de-la-obesidad-0> (consultado Octubre 2019).
16. World Cancer Research Fund International. NOURISHING database; <https://www.wcrf.org/int/policy/nourishingdatabase> (consultado Diciembre 2019).
17. World Cancer Research Fund International (2019). *Building Momentum: Lessons on Implementing a Robust Front-of-Pack Food Label*.
18. State of Israel, Ministry of Health (2020). *Food Label And Nutritional Labeling*; https://www.health.gov.il/English/Topics/FoodAndNutrition/Nutrition/Adequate_nutrition/Pages/labeling.aspx (accessed April 2020).
19. Taillie LS, Reyes M, Colchero MA et al. (2020). *An evaluation of Chile's law of food labeling and advertising on sugarsweetened beverage purchases from 2015 to 2017: a before-and-after study*. PLoS Med 17, e1003015.
20. Congreso de la República de Colombia (2016). *Proyecto de Ley 019 de 2017*. Cámara de Representantes.
21. Fernández CF & Suárez R (2019). *Se calienta la pelea por las etiquetas frontales en alimentos*. El Tiempo.
22. Temple NJ (2020). *Front-of-package food labels: a narrative review*. Appetite 144, 104485.
23. Deliza R, de Alcantara M, Pereira R et al. (2020). *How do different warning signs compare with the guideline daily amount and traffic-light system?* Food Qual Prefer 80, 103821.
24. Sandoval Salazar MY (2019). *Interferencia de la Industria en Las Propuestas de Implementación de Sellos Frontales de Advertencias 2017–2018*. Asociación Colombiana de Educación al Consumidor Educar Consumidores.
25. Tong A, Sainsbury P & Craig J (2007). *Consolidated criteria for reporting qualitative research (COREQ): a 32-item checklist for interviews and focus groups*. Int J Qual Health Care 19, 349–357.
26. Mialon M & Mialon J (2017). *Corporate political activity of the dairy industry in France: an analysis of publicly available information*. Public Health Nutr 20, 2432–2439.
27. Jaichuen N, Phulkerd S, Certthkrikul N et al. (2018). *Corporate political activity of major food companies in Thailand: an assessment and policy recommendations*. Global Health 14.
28. The International Food and Beverages Alliance (2018). *The IFBA: Our Members*; <https://ifballiance.org/about#vicwidget-27-container-anchor>.
29. International Life Science Institute (2016). *2015 Member and Supporting Companies*; <http://>



[ilsa.org/wp-content/uploads/2016/01/Members.pdf](https://www.ilsa.org/wp-content/uploads/2016/01/Members.pdf).

30. Steele S, Ruskin G, Sarcevic L et al. (2019). Are industryfunded charities promoting “advocacy-led studies” or “evidence-based science”? a case study of the International Life Sciences Institute. *Global Health* 15, 36.
31. Greenhalgh S (2019). Soda industry influence on obesity science and policy in China. *J Public Health Policy* 40, 5–16.
32. World Health Organization (2001). *The Tobacco Industry and Scientific Groups ILSI: A Case Study*.
33. Marks JH (2019). *The’ O Perils of Partnership: Industry Influence, Institutional Integrity, And Public Health*. New York: Oxford University Press.
34. Ares G, Bove I, Díaz R et al. (2020). Argumentos de la industria alimentaria en contra del etiquetado frontal de advertencias nutricionales en Uruguay. *Revista Panamericana de Salud Pública* 44, 1.
35. Corvalán C, Reyes M, Garmendia ML et al. (2013). Structural responses to the obesity and non-communicable diseases epidemic: the Chilean Law of Food Labeling and Advertising. *Obes Rev* 14 (Suppl 2), 79–87.
36. Miller D & Harkins C (2010). Corporate strategy, corporate capture: food and alcohol industry lobbying and public health. *Crit Soc Policy* 30, 564–589.
37. Crosbie E, Hatefi A & Schmidt L (2019). Emerging threats of global preemption to nutrition labelling. *Health Policy Plan* 34, 401–402.
38. Labonté R, Crosbie E, Gleeson D et al. (2019). USMCA (NAFTA 2.0): tightening the constraints on the right to regulate for public health. *Global Health* 15, 35. 8 M Mialon et al.
39. Hatchard JL, Fooks GJ & Gilmore AB (2016). Standardised tobacco packaging: a health policy case study of corporate conflict expansion and adaptation. *BMJ Open* 6, e012634.
40. Crosbie E & Thomson G (2018). Regulatory chills: tobacco industry legal threats and the politics of tobacco standardised packaging in New Zealand. *N Z Med J* 131, 25–41.
41. Crosbie E, Thomson G, Freeman B et al. (2018). Advancing progressive health policy to reduce NCDs amidst international commercial opposition: tobacco standardised packaging in Australia. *Glob Public Health* 13, 1753–1766.
42. Presidencia de la República de Colombia (2020). Colombia tendrá etiquetado nutricional en los alimentos envasados; <https://id.presidencia.gov.co/Paginas/prensa/2020/Colombiatendra-etiquetado-nutricional-en-los-alimentos-ensados-200226.aspx> (consultado April 2020).
43. ANDINA – Peru News Agency (2019). Peru wins UN award for contributing to NCD prevention and control; <https://andina.pe/ingles/noticia-peru-wins-un-award-forcontributing-to-ncd-prevention-and-control-767504.aspx> (consultado December 2019).
44. Popkin B, Willett W, Monteiro C et al. (2017). To the Government and Congress of the Republic of Peru. In Support of the Healthy Law and the Front of Package Warning Labels in Peru.
45. World Health Organization (2017). *Draft Approach for the Prevention and Management of Conflicts of Interest in the Policy Development and Implementation of Nutrition Programmes at Country Level: Decision-Making Process and Tool*.

“La arquitectura del Estado se transformó a favor de los intereses de las empresas”: actividad política corporativa de la industria alimentaria en Colombia.

Melissa Mialon^{a,b} *, Diego Alejandro Gaitan Charry^b, Gustavo Cediell^b, Eric Crosbie^c, Fernanda Baeza Scagliusi^a, Eliana María Pérez Tamayo^b.

Antecedentes: en Colombia, se están desarrollando políticas de salud pública para mejorar los entornos alimentarios y entre ellas se ha incluido el etiquetado frontal de alimentos y las restricciones de comercialización de productos no saludables. Los actores de la industria alimentaria que se oponen a estas políticas están retrasando y debilitando estos esfuerzos. Esta oposición se conoce comúnmente como “Actividad Política Corporativa” (CPA) e incluye estrategias instrumentales (basadas en la acción) y estrategias discursivas (basadas en argumentos). El objetivo de este estudio fue identificar la APC de la industria alimentaria en Colombia.

Métodos: se hizo un análisis documental de la información disponible públicamente que fue publicada entre los meses de enero y julio de 2019. Estos datos se triangularon con entrevistas desarrolladas con diecisiete informantes clave. Se empleó un enfoque deductivo para el análisis de datos, basado en un marco existente para el estudio de la APC de la industria alimentaria.

Resultados: se identificaron 275 ocurrencias de APC a través del análisis de información disponible públicamente. Se reconocieron 197 ejemplos de estrategias instrumentales y 138 ejemplos de estrategias discursivas (estas categorías no son mutuamente excluyentes, 60 ejemplos pertenecen a ambas categorías). Los informantes clave durante las entrevistas también compartieron información sobre la APC en el país. La industria utilizó sus estrategias discursivas para hacer una fotografía de sus prácticas bajo una “mejor luz”, demostrando sus esfuerzos por mejorar los entornos alimentarios y su papel en el desarrollo económico del país. La industria alimentaria participó en varios programas comunitarios, incluso a través de iniciativas público-privadas. La industria también capturó a los medios de comunicación e intentó influir en la ciencia sobre la nutrición y las enfermedades no transmisibles. Los actores de la industria alimentaria fueron muy prominentes en la esfera de las políticas públicas, a través de su cabildeo, en este sentido fueron evidentes sus estrechas relaciones con funcionarios de alto rango y su apoyo a la autorregulación en el país.

Conclusiones: la proximidad entre la industria, el gobierno y los medios de comunicación es particularmente evidente e incuestionable en Colombia. La influencia sobre las poblaciones vulnerables en las comunidades y la sensación de inseguridad de los defensores de la salud pública también es preocupante. En Colombia, la APC de la industria alimentaria, tiene el potencial de debilitar y retrasar los esfuerzos para desarrollar e implementar políticas de salud pública que podrían mejorar la salubridad de los entornos alimentarios. Es urgente que se desarrollen en el país mecanismos para prevenir y gestionar la influencia de la industria alimentaria.

a Escuela de Salud Pública, Universidad de São Paulo, Brasil.

b Escuela de Nutrición y Dietética, Universidad de Antioquia, Medellín, Colombia.

c Escuela de Ciencias de la Salud Comunitaria, Universidad de Nevada, Reno, EE. UU.

* Autor para correspondencia.

Palabras clave:
Determinantes comerciales de la salud; actividad política corporativa; industria de alimentos; enfermedades no transmisibles.



Antecedentes

En el año 2019 en Colombia, las políticas de salud pública para mejorar los entornos alimentarios, incluyó la introducción de un nuevo sistema de etiquetado nutricional frontal de los alimentos y las restricciones de comercialización para productos no saludables, las cuales fueron debatidas en el Congreso⁽¹⁻³⁾. Estas acciones de política pública se generaron como respuesta al aumento de la carga de enfermedades no transmisibles (ENT), como la diabetes, las enfermedades cardiovasculares y el cáncer, que ahora son responsables del 75,00% de todas las muertes en el país⁽⁴⁾. Las dietas poco saludables, en particular, se encuentran entre los principales factores de riesgo de las ENT⁽⁵⁾. Según la última Encuesta Nacional de Situación Nutricional de Colombia realizada en el año 2015, entre los niños menores de 5 años, el 10,8% presentaba retraso en el crecimiento, mientras que el 6,4% tenía sobrepeso⁽⁶⁾.

Las organizaciones de la sociedad civil y los medios de comunicación informaron que los actores que representan a la industria alimentaria se opusieron firmemente a estas políticas⁽⁷⁻¹³⁾. La influencia de la industria alimentaria en los medios de comunicación y en el Congreso, se hizo evidente en el 2016 durante la propuesta de aumento de impuestos a las bebidas azucaradas, que aún no se ha implementado en Colombia⁽¹¹⁾. En este caso, la industria encargó sus propios estudios económicos para contrarrestar la evidencia de que se necesitaba un aumento en el impuesto para mejorar la salud de la población⁽¹¹⁾. Los actores de la industria alimentaria también desarrollaron varias iniciativas de “responsabilidad social empresarial” en el país, a través del apoyo de las comunidades, que podrían haber contribuido a mejorar su imagen en la opinión pública⁽¹¹⁾. La industria ha continuado ejerciendo su influencia, utilizando prácticas similares, durante el desarrollo de la Ley de Prevención de la Obesidad N° 019 de 2017 (Proyecto de Ley o PL019 de 2017) que incluyó el desarrollo de un nuevo sistema de etiquetado nutricional frontal de los alimentos y restricciones de la comercialización en alimentos

poco saludables para los niños^(10,13,14). Un informe de investigación describió el uso de la “puerta giratoria” con empleados de la industria alimentaria que van a trabajar en el gobierno⁽¹⁵⁾.

Estas acciones de la industria alimentaria representan la denominada “actividad política corporativa” (APC), que incluye estrategias instrumentales basadas en la acción (gestión de coaliciones; gestión de la información; participación e influencia directa en las políticas; estrategias legales) y estrategias discursivas basadas en argumentos, haciendo hincapié en la alimentación, destacando por ejemplo, importancia de la industria en la economía, los costos potenciales asociados con la implementación de políticas de salud pública y el fomento del debate sobre los problemas de salud relacionados con la dieta de manera favorable a sus productos y prácticas, con énfasis en la responsabilidad de las personas y la libertad de elección que estos poseen frente a su alimentación^(16,17). Estas prácticas se describen en el Archivo 1. Los académicos explican que la APC no es necesariamente puntual y está sujeta a períodos de tiempo específicos, como durante el desarrollo de políticas específicas que podrían amenazar las actividades de una industria, sino que se utiliza para influir en la salud pública tanto a corto como a largo plazo⁽¹⁸⁾. La APC es parte de una literatura más amplia sobre los determinantes comerciales de la salud, lo que corresponde a la influencia negativa que tienen las corporaciones sobre la salud⁽¹⁹⁻²¹⁾.

Existe una investigación limitada y falta de seguimiento de la APC de la industria alimentaria en América Latina⁽²²⁾, incluida Colombia. Un estudio piloto en la región mostró que, en el país, los actores de la industria alimentaria enfatizaron su papel destacado en la economía para contrarrestar las críticas; intentaron demostrar que eran parte de la solución en la prevención y control de las ENT; y construyeron alianzas con organizaciones y comunidades de salud pública⁽²³⁾.

En el presente estudio, el objetivo general fue precisamente identificar la APC de la industria alimentaria en Colombia.

Métodos

Se realizó un análisis documental de información disponible públicamente triangulado con entrevistas, desarrollado entre mayo y agosto de 2019. El estudio fue dirigido por un investigador internacional con experiencia en la APC de la industria alimentaria, se hizo en Colombia y la recolección y análisis de datos fue en inglés y español. Algunos de los entrevistados conocían a la investigadora por su trabajo en ese espacio, pero no personalmente. El equipo de investigación también estuvo integrado por tres investigadores locales con experiencia en políticas públicas alimentarias y nutricionales y entornos alimentarios en Colombia y a nivel mundial, participaron dos investigadores internacionales, con experiencia en entornos alimentarios y prácticas políticas de la industria. Todos los investigadores de este proyecto adoptaron una postura crítica sobre la influencia de las corporaciones en las políticas de salud pública.

En el estudio la "industria alimentaria" incluyó a los fabricantes de productos alimenticios y bebidas, mayoristas, minoristas, distribuidores, proveedores de servicios alimenticios y productores de materias primas, así como a organizaciones que actuaban en su nombre, de manera abierta o encubierta, incluidas asociaciones comerciales, empresas públicas, firmas de relaciones, organizaciones "filantrópicas", instituciones de investigación y otras personas y grupos.

Este manuscrito cumple con los criterios de Consolidated for Reporting Qualitative Research (COREQ)⁽²⁴⁾ [Archivo 2].

Análisis de documentos

Para el análisis de documentos, se utilizó un protocolo desarrollado por INFORMAS (por su sigla en inglés, Red Internacional de Investigación, Monitoreo y Apoyo a la Acción en Alimentos y Obesidad / Enfermedades no Transmisibles) para identificar la APC de la industria alimentaria⁽¹⁶⁾. Estos métodos y el marco utilizado para el análisis de datos se han aplicado en dife-

rentes países del Pacífico, Europa y América Latina^(23,25-30).

La recopilación y el análisis de datos estuvo a cargo del primer autor, utilizando Excel para administrar los datos recolectados.

Desde INFORMAS se sugiere identificar a los actores más destacados en un determinado país, en términos de cuotas de mercado⁽¹⁶⁾. No se tuvo acceso a esta información para la industria alimentaria colombiana y, en cambio, se efectuó una consulta con expertos locales y se hizo un estudio piloto, según lo recomendado por INFORMAS en estas circunstancias⁽¹⁶⁾; se visitaron las páginas web de dos fabricantes globales que tenían sitios web nacionales, Nestlé y Coca Cola. Esto ayudó a estimar el nivel de información disponible en estas páginas web. Con base en ese análisis, se decidió incluir en el estudio veinte actores de la industria alimentaria y datos publicados entre enero y julio de 2019 (muestra intencionada), excepto para el informe anual u otro evento anual, donde se incluyeron los datos más recientes. Los actores de la industria analizados se presentan en la Tabla 1. Se consideraron los miembros de la Alianza Internacional de Alimentos y Bebidas (IFBA, por su sigla en inglés), ya que estos se encuentran entre los mayores fabricantes de alimentos y bebidas a nivel mundial⁽³¹⁾. Otros actores de la muestra fueron productores locales de alimentos y bebidas, un minorista y tres grupos financiados por la industria alimentaria.

Todos los datos enunciados están disponibles como Archivo 3.

Según lo recomendado por INFORMAS⁽¹⁶⁾, las fuentes de información para el estudio circunscribieron material propio de la industria, material gubernamental y datos de otras fuentes, incluidas asociaciones profesionales y universidades. Las fuentes consultadas para el estudio se presentan como Archivo 4. Cabe anotar que empresas como Mars, General Mills, Grupo Bimbo y Unilever no tenían sitio web nacional ni cuenta Twitter.

El análisis de datos se describe en el protocolo INFORMAS y consistió en la identificación y


Tabla 1. Lista de actores de la industria incluidos en nuestro análisis

Actor de la industria alimentaria	Sede	Actividad principal en el sector de alimentación y bebidas
Coca Cola	Atlanta, USA	Fabricante de bebidas
Danone/Alquería	Cajicá, Colombia	Fabricante de alimentos y bebidas
Ferrero	Alba, Italia	Fabricante de alimentos
General Mills	Minneapolis, USA	Fabricante de alimentos
Grupo Bimbo	México City	Fabricante de alimentos
Kellogg	Battle Creek, USA	Fabricante de alimentos
Mars	McLean, USA	Fabricante de alimentos
McDonald's	Chicago, USA	Fabricante de alimentos
Mondelez	Deerfield, USA	Fabricante de alimentos
Nestlé	Vevey, Suiza	Fabricante de alimentos y bebidas
PepsiCo	Purchase (New York) USA	Fabricante de bebidas
Unilever	London, UK	Fabricante de alimentos
Alpina	Sopó, Colombia	Fabricante de bebidas
Colanta	Medellín, Colombia	Fabricante de bebidas
Grupo Nutresa	Medellín, Colombia	Fabricante de alimentos y bebidas
Postobón	Medellín, Colombia	Fabricante de bebidas
Grupo Éxito	Envigado, Colombia	Grandes superficies de comercio al por menor
Asociación Colombiana de Ciencia y Tecnología de Alimentos (ACTA)	Bogotá, Colombia	Asociación profesional en alimentación y tecnología
Asociación Nacional de Industriales de Colombia (ANDI)	Bogotá, Colombia	Asociación de productores
ILSI Nor-Andino	Bogotá, Colombia	Institución de investigación financiada por la industria de alimentos y bebidas

codificación simultánea de datos relevantes para la APC, utilizando un marco existente [Archivo 1]⁽¹⁶⁾. El tercer y cuarto autores revisaron el 10,0% y el 100% de los datos, respectivamente. El desacuerdo se resolvió mediante discusión (este no fue un proceso de cuantificación sino de análisis de argumentos).

Este manuscrito presenta las diferentes estrategias de APC de la industria alimentaria, como se indica en el análisis de documentos y entrevistas. Para estas entrevistas e informantes clave se asignó un código que comienza con la letra A seguida de un número a cada ejemplo de APC identificado en el análisis de documentos.

Entrevistas

El objetivo de las entrevistas fue tener acceso a informantes clave que tenían una experiencia de primera mano en el APC de la industria alimentaria, sin límites de tiempo específicos, ni restricciones sobre el tipo de actores de la industria. Los ejemplos de APC compartidos por los participantes, ayudaron a triangular los datos en el espacio

público. También se identificaron ejemplos adicionales, como se detalla en la sección de resultados. Además, durante las entrevistas, los participantes compartieron sus perspectivas y opiniones sobre la APC de la industria alimentaria en Colombia y a nivel mundial.

El primer autor realizó trece entrevistas semiestructuradas, incluidas dos entrevistas grupales. En total, diecisiete informantes clave participaron en el estudio, del poder legislativo del gobierno (n = 1), el poder ejecutivo del gobierno (n = 1), la academia (n = 1), la sociedad civil (n = 12), y los medios de comunicación (n = 2). Una persona de la academia aceptó la invitación al estudio, pero estaba viajando y, por lo tanto, no pudo ser entrevistada. Las entrevistas se efectuaron hasta alcanzar la saturación de los datos (es decir, cuando el primer autor no identificó ningún tema nuevo / prácticas de APC). El muestreo fue intencional y los participantes se identificaron a través de su discusión sobre la APC de la industria alimentaria en Colombia en los medios de comunicación. También se empleó una técnica de muestreo de bola de nieve (los participantes invitaron a posibles

entrevistados de sus redes sociales). La guía de entrevistas está disponible como Archivo 5.

Los participantes fueron contactados por correo electrónico o llamadas telefónicas y se les ofreció participar en el estudio, voluntariamente y bajo estrictas condiciones de anonimato y confidencialidad. Se firmó un acuerdo ético entre el entrevistador y los participantes. Los participantes dieron su consentimiento con la toma de notas de campo y la grabación digital de la entrevista. Estos tuvieron la oportunidad de revisar su transcripción antes de la presentación de este manuscrito. En esta etapa, una participante pidió que se eliminara la mayor parte de la información compartida durante su entrevista por temor a represalias. Un participante se retiró del estudio en la etapa de revisión por pares durante la publicación del presente artículo, luego de que se publicaran otros artículos sobre el APC de la industria alimentaria en Colombia. Por lo tanto, no se contó en la lista de participantes.

Las entrevistas duraron en promedio una hora; se realizaron cara a cara (n = 12) o a través de Skype (n = 1); en español (n = 10), español / inglés (n = 3) y francés (n = 1). Las entrevistas fueron transcritas palabra por palabra por un traductor contratado bajo condición de confidencialidad.

El análisis de datos fue dirigido por el primer autor y este utilizó el marco existente presentado en el Archivo 1 descrito previamente en este documento. El segundo y último autor revisaron el 10,00% y el 100% de los datos para las entrevistas, respectivamente. Se emplearon los programas Word y Excel para administrar los datos.

Toda la información que pudiera identificar a los participantes se eliminó de este manuscrito y se utilizan términos genéricos para describir sus profesiones, sin asignar un número a cada participante, para preservar su anonimato y confidencialidad. En este sentido se emplearon los pronombres "ella / el" cuando se hace referencia a participantes masculinos o femeninos.

Resultados

Se identificaron 275 ocurrencias de APC entre enero y julio de 2019 a través del análisis de información disponible públicamente. La Tabla 2 presenta un resumen de los ejemplos encontrados en el dominio público, clasificados por actor de la industria y por estrategia de APC.

Asimismo, se identificaron 197 ejemplos de estrategias instrumentales y 138 ejemplos de estrategias discursivas. Estas categorías no son mutuamente excluyentes y, por lo tanto, 60 ocurrencias pertenecen a ambas estrategias de APC. Los participantes de las entrevistas también identificaron ejemplos de APC, describiendo acciones o argumentos que han sido utilizados en los últimos años por la industria alimentaria en Colombia. Cabe anotar que las estrategias de APC esgrimidas por la industria alimentaria con respecto a la discusión sobre la introducción de un nuevo sistema de etiquetado frontal de alimentos en Colombia es un tema de una publicación separada^[32].

Gestión de coaliciones: construyendo alianzas y debilitando a la oposición

En Colombia, a partir del análisis de documentos se identificaron 101 ejemplos de la estrategia de gestión de coaliciones. Incluso, durante las entrevistas se compartieron ejemplos adicionales. Como parte de esta estrategia, la industria alimentaria estableció relaciones con organizaciones de salud, comunidades y medios de comunicación y con otros actores de la industria. Paralelamente, utilizó diferentes mecanismos para debilitar a sus oponentes, como se describe a continuación.

Captura de los medios de comunicación

Los entrevistados destacaron la captación de los medios de comunicación en Colombia, donde, por ejemplo, el Grupo Ardila Lulle es dueño de un canal de televisión líder en el país, llamado RCN, y además de la empresa



Tabla 2. Estrategias de CPA utilizadas por la industria alimentaria en Colombia en 2019 (las categorías no son mutuamente excluyentes)

	ESTRATEGIAS INSTRUMENTALES				ESTRATEGIAS DISCURSIVAS
	Gestión de coaliciones	Gestión de la información	Participación e influencia directa en la política	Estrategias legales	
Actor de la industria alimentaria					
Coca Cola	4	4	2	0	12
Danone/Alquería	12	8	1	0	6
Ferrero	0	0	0	0	0
General Mills	0	0	0	0	0
Grupo Bimbo	0	0	0	0	0
Kellogg	1	1	0	0	0
Mars	1	0	0	0	0
McDonald's	5	3	0	0	1
Mondelez	0	0	0	0	0
Nestlé	7	22	0	0	14
PepsiCo	1	2	0	0	2
Unilever	1	2	0	0	0
Grupo Nutresa	13	5	1	0	13
Postobón	11	2	1	0	29
Colanta	8	3	0	0	0
Alpina	0	3	0	0	0
Grupo Éxito	24	9	0	0	18
Asociación Colombiana de Ciencia y Tecnología de Alimentos (ACTA)	1	3	1	0	2
Asociación Nacional de Industriales de Colombia (ANDI)	9	11	7	0	21
ILSI Nor-Andino	2	15	0	0	0
Múltiples actores para las campañas "Decido lo que como" y "Bebidas de tu lado"	1	13	2	0	21

de bebidas Postobón. Esta apropiación dio lugar a dos casos de censura de campañas de salud pública en Colombia, como se describe en la sección de "estrategias legales", a continuación.

RCN [un canal de televisión] pertenece a un grupito económico que se llama organización Ardila Lule. Y la organización Ardila Lule tiene la empresa de gaseosas más grandes de Colombia, que se llama Postobón. (...) los medios dominantes en Colombia todos tiene relación con la industria alimentaria, es decir relación directa de propiedad, la industria alimentaria es dueña de los medios, esa es la palabra. [defensor de la salud pública]

El periódico, la radio, la televisión más importante son los medios comprados por grupos de industriales que tienen una gran cantidad de empresas en el agronegocio. Esta es una de las razones por las cuales los

anuncios [de salud pública] en la televisión y la radio fueron inmediatamente censurados (...) Refleja perfectamente que los medios pertenecen a los grupos económicos en los que también se encuentra la agroindustria. [defensor de la salud pública]

Interacciones con la sociedad civil y las organizaciones de salud y participación en la comunidad

Varias empresas tienen sus propias organizaciones benéficas en el país. La Fundación Éxito colaboró con distintos actores de la industria alimentaria, entre ellos Coca-Cola, y con los ayuntamientos, el Ministerio de Salud, el Instituto Colombiano de Bienestar Familiar (Instituto Colombiano de Bienestar Familiar), el Departamento de Planificación Nacional y la Oficina de la Inspector General de Colombia [A84]. La Fundación Nutresa contó con el apoyo del Ministerio de Educación de Colombia, UNICEF y el Programa Mundial de Alimentos

[A217]. Un participante en nuestras entrevistas también describió un programa gubernamental que involucró a empleados de la industria alimentaria:

Hay un programa [organizado por el Instituto Colombiano de Bienestar Familiar o Instituto Colombiano de Bienestar Familiar, ICFBF] de apoyo alimentario y educativo a las familias con niños menores de dos años que se llama "La modalidad familiar" (...) Estos programas deben contratar profesionales para atender los niños. En algunas ocasiones las capacitaciones a los profesionales las hace Nestlé o Alpina. Las capacitaciones oficiales del ICBF. Entonces es una cosa de no creer. [defensor de la salud pública]

La Tabla 3 presenta otras iniciativas que fueron financiadas o apoyadas por la industria alimentaria en Colombia durante el período de análisis.

La información contenida en la Tabla 3 demuestra hasta qué punto la industria alimentaria está presente en las comunidades de Colombia. También muestra las numerosas interacciones entre los actores de la industria alimentaria y el sector público. Además, la mayoría de los programas comunitarios patrocinados o apoyados por la industria se dirigían a los niños y se centraban en la educación, la nutrición y/o la actividad física.

Varios de los participantes entrevistados describieron un caso, del año 2017, donde Postobón lanzó un programa en una región desértica del extremo norte de Colombia, en el departamento de la Guajira, donde la empresa distribuía, diariamente, dos bebidas fortificadas con micronutrientes a niños⁽³³⁾. Los entrevistados explicaron que la industria planeaba comercializar estas bebidas en el resto del país y dijeron que Postobón inició un estudio con estos niños, sin aprobación de un comité de ética independiente, tomando muestras de sangre y medidas antropométricas⁽³³⁾. Los participantes de este estudio también discutieron sobre los esfuerzos de la industria para obtener

el apoyo del Ministerio de Salud para este programa, lo que nunca sucedió. Esta historia se convirtió en un escándalo en los medios a principios del año 2018, pero una investigación reciente encontró que, casi dos años después, Postobón sigue ejecutando su programa en diferentes comunidades de Colombia^(33, 34).

Cuando empieza a salir el escándalo, ellos ya empiezan a cambiar el discurso, como te dije, y dicen que ellos nunca tienen interés comercial [en desarrollar estos productos]. Y al final nunca salió al mercado y lo retiraron de los programas de las escuelas. [miembro del gobierno]

Estas interacciones podrían ser perjudiciales para la salud pública, particularmente cuando los programas tienen una marca fuerte o cuando la industria distribuye productos que podrían no ser saludables. Por ejemplo, Colanta, Nestlé, Nutresa y Postobón utilizaron material de marketing con sus marcas al organizar eventos en las escuelas y/o la comunidad [A58-9, A185, A193, A216, A241]. Además, Colanta a través del "Programa Maná", del gobierno del Estado de Antioquia, distribuyó "una ración diaria de leche en polvo aromatizada, como caramelo de complemento nutricional, que puede ser consumida directamente o diluida en agua" a 140.000 niños [A60]. Nuestros participantes criticaron estos programas comunitarios:

[Las escuelas] están recibiendo fondos y están validando la llegada de la industria en los entornos escolares, los cuales deberían estar protegidos de, justamente las marcas, y deberían estar protegidos de la disponibilidad de esos productos (...) de hecho es posicionamiento de marca lo que están haciendo". [defensor de la salud pública]

Eso es super malo, porque entonces [los actores de la industria alimentaria] están llegando a las poblaciones más vulnerables, tratando de ser de cierta forma como el salvador. Y eso de hecho le da una potestad de tener a su favor a población vulnerable que


Tabla 3. Iniciativas financiadas o apoyadas por la industria alimentaria en Colombia en 2019.

Empresa	Detalles sobre iniciativas apoyadas por la industria	Área principal de las iniciativas					Referencia del material de soporte 5
		Actividad física	Nutrición	Educación/ Escuelas	Niños y niñas	Otra	
ANDI	Reforma de una escuela con el apoyo del Ejército de Colombia.			X	X		A9
Alpina, Coca-Cola	Desarrolló un programa de educación alimentaria.		X				A54
Coca-Cola	Desarrolló "Vive bailando", un programa de actividad física.	X					A43
	Desarrolló "Ludonutrición", un programa basado en juegos para informar sobre nutrición, incluso a través del apoyo a "Juego y Niñez", una organización benéfica que promueve el juego entre los niños.		X	X	X		A45-6.A48-9, A1 36
	Desarrolló "Apúntate A Moverte", un programa de actividad física.	X					A 50
	Apoyó a la Fundación Éxito (de la cadena de supermercados Éxito)					X	A83
Colanta	Suministro de mobiliario a un instituto educativo calles "IE Tricentenario" en Medellín.			X	X		A56
	Participó en el evento organizado por el Ayuntamiento de Sonsón para el mes de los niños.				X	X	A57
	Desarrollaron "Colanta Sabe Más, Sabe a Campo", donde distribuyeron cuadernos a los niños.			X	X		A58-9
	Apoyo al "Vaso de leche" creado por la ciudad de Medellín para distribuir leche a los niños en las escuelas.		X		X		A60
	Apoyó el "Programa Maná" del gobierno del Estado de Antioquia, donde 140.000 niños reciben "una ración diaria de leche en polvo aromatizada, como caramelo de complemento nutricional, que se puede consumir directamente o diluir en agua".		X		X		A60
	Apoyó los "Desayunos Infantiles" del expresidente Álvaro Uribe, donde se sirve a los niños "porciones de leche líquida saborizada y una galleta fortificada".		X		X		A60
	Distribuyó "55 millones de litros de leche en capitales colombianas como Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla, Armenia, Pereira y Manizales.		X				A60
	Organizó el "Festival Colanta" con la participación del jefe del Departamento de Educación y Promoción cooperative.				X	X	A62
Danone/Alqueria	Distribuyó productos a "Granitos de Paz", una organización benéfica que apoyan el desarrollo de los niños (salud, educación, etc.)		X		X	X	A67
	Productos distribuidos a "Alimenta Compartiendo" un programa que distribuyó 1.5 millones de vasos de leche a 5200 niños a través de 14 bancos de alimentos".		X		X		A68
	Participó en las actividades de la "Fundación La Esperanza" en La Calera sobre protección ambiental, junto con el Banco de Alimentos de Bogotá.					X	A72
	Productos distribuidos al "Programa Desayuno Saludables", donde distribuyeron 11 t de leche a "3400 niños en situación de vulnerabilidad".		X		X		A73
	Asociado con bancos de alimentos en Colombia y la Fundación Saciar durante el Día Mundial de la Leche el 1 de junio y distribuyó 1,500,000 vasos de leche en el país.		X				A75-7
ANDI, Danone/Alqueria, Éxito	Actores de la industria alimentaria lanzaron en 2019 la "Alianza por la Nutrición Infantil" en alianza con múltiples actores del sector público, para "favorecer los derechos de la niñez, llamando la atención sobre los fundamentos que parten de la nutrición, como eje del desarrollo físico, emocional y cognitivo del ser humano".		X	X	X		A78, A82, A89-97 A101-2
ANDI, Coca-Cola, McDonald's, Mars	Apoyó a Concordia, una "organización dedicada a Fomentar, elevar y sostener activamente alianzas intersectoriales para el impacto social".					X	A137
Éxito	Apoyó el programa de iniciación musical de la Orquesta Sinfónica de Antioquia.					X	A85
	Apoyó a la Fundación San Vicente para su programa de nutrición para niños en hospitales.		X		X	X	A86
	Apoyo a las madres embarazadas y los niños que formaron parte de un programa oficial de asistencia alimentaria, a través de los bancos de leche materna y de alimentos.		X		X	X	A87

Empresa	Detalles sobre iniciativas apoyadas por la industria	Área principal de las iniciativas					Referencia del material de soporte 5
		Actividad física	Nutrición	Educación/ Escuelas	Niños y niñas	Otra	
	Participó en el desarrollo de la "Guía Integral de atención a la desnutrición crónica" con la ciudad de Bogotá, la Fundación Santa Fé de Bogotá y el Instituto Colombiano de Bienestar Familiar.		X				A98
	Participó en una asociación público-privada entre el Ministerio de Salud, Fundación Santa Fé de Bogotá y Éxito por el Día de la Donación de Leche Materna.		X		X	X	A99
	Desarrolló su estrategia "Cen Zero" "Para asegurar que ningún niño menor de 5 años sufra de desnutrición en Colombia para 2030".		X		X	X	A104, A107
Kellogg	Apoyó "Juego y Niñez", una organización benéfica que promueve jugando entre niños.				X	X	A136
McDonald's	Dirigió "Mc Lectura feliz", un programa para promover leyendo entre niños.					X	A131-3
Múltiples actores	En 2009, Alquería, Éxito, Nutresa, Unilever y ANDI, fundó la Asociación de Bancos de Alimentos de Colombia (ABACO).		X			X	A139
Nestle	Ejecutó "Unidos por Niños Saludables", con el apoyo de diferentes actores, entre ellos la Fundación Colombiana del Corazón, la Sociedad Colombiana de Pediatras, la caridad Juego y Niñez.		X	X	X	X	A177-81 A185, A204-5
	Apoyó "Juego y Niñez", una organización benéfica que promueve el juego entre los niños.				X	X	A136
	Se celebró el Día del Desayuno en diferentes ciudades y el Día del Niño, incluso mediante la organización de un taller de cocina y nutrición con niños y sus padres en un colegio.		X		X		A183, A193 A195, A201
Nutresa	Participó en eventos de limpieza.					X	A206-7
	Bancos de alimentos apoyados.		X			X	A208, A211-2
	Proporcionó un comedor escolar a la Secretaría de Pastoral Social.			X	X		A212
	Apoyó varias organizaciones benéficas: • La Fundación Bambi. • La Institución Educativa San Vicente: apoyó la Primer Congreso Nacional de Educación • Fundación Víctor Salvi: apoyo al Festival Internacional de Música de Cartagena. • La organización benéfica "Secretos para Contar". • Fundación Empresarios por la Educación: cubrió la Cuota Anual de Mejoramiento de la Gestión Escolar. • Corporación Pueblo de los Niños. • Fundación La Cueva: apoyó el Carnaval de las Artes Internacionales. • Fundación Notas de Paz: apoyó a los Infantes y Orquesta Filarmónica Infantil. • Fundación Becas Sura. • Teatro Metropolitano: apoyó la Temporada Internacional de Música Clásica. • Fundación Soleira: apoyó al Observatorio en derechos humanos de la niñez y adolescencia. • Alianza Colombo Francesa: apoyó el Festival de Música. • Sillas Teatro Metropolitano: patrocinado 8 asientos del teatro. • Donación Proantioquia: apoyó un Premio de Educación.			X	X	X	A212-3
	Ejecutó su estrategia "Disfrutar la vida te alimenta", basado en " cuatro pilares fundamentales: actividad física, alimentación equilibrada, compartir con la familia y disfrutar del aire libre".	X	X	X		X	A222
	Dirigió su programa "Nutresa Quiere a los Niños", para enseñar a los niños sobre dietas saludables y estilos de vida	X	X	X	X		A229
Pepsico, Postobón	Apoyó a "Fuente de Vida Malambo", una organización benéfica que lleva agua potable a la población de Malambo.					X	A230
PepsiCo	Ejecutó su programa "Aliméntate y Actíivate", para enseñar a los niños y a sus padres sobre estilos de vida saludables.	X	X	X	X		A234
	Ejecutó su programa "Nutrición para el futuro", que tiene como objetivo "brindar acceso al menos a 3 mil millones de porciones de alimentos y bebidas nutricionales para		X				A234



Empresa	Detalles sobre iniciativas apoyadas por la industria	Área principal de las iniciativas					Referencia del material de soporte 5
		Actividad física	Nutrición	Educación/ Escuelas	Niños y niñas	Otra	
	comunidades marginadas y consumidores de todo el mundo".						
Postobón	Ejecutó su programa "Mi pupitre Postobón", donde la empresa distribuyó escritorios hechos con envases reciclados de bebidas Postobón en escuelas de Colombia.			X	X		A235, A238 A244, A246-7
	Ejecutó su programa "Mi Bici Postobón", donde la empresa ofreció bicicletas Postobón a niños en escuelas de Colombia.	X		X	X		A237, A239-41, A245, A251-2
	Apoyó "Agenda del Mar", una organización benéfica que trabaja en la protección del medio ambiente.					X	A248
	Lanzó su programa "¡Boom! Programa Activa tu vida", con el apoyo de la Alcaldía de Medellín para promover estilos de vida saludables.	X					A249-50, A2755

puede defender los intereses directamente a la industria. Y aún más llegando con el Estado, [que] los valida con mayor fuerza. [defensor de la salud pública]

Finalmente, estos programas podrían ayudar a la industria a obtener un acceso privilegiado a los responsables políticos:

Lo que hacen con todos estos programas en varios territorios básicamente es crear alianzas estratégicas con actores locales de la sociedad civil y tomadores de decisión que finalmente va creando una base de respaldo para ellos. [defensor de la salud pública]

Es fundamental señalar que Colombia es un caso único, en el sentido de que tiene una historia que ha estado marcada por un conflicto armado⁽³⁵⁾. Además, muchos segmentos de su población, incluidos los indígenas y los afrodescendientes, siguen marginados y carecen de acceso a la infraestructura básica, la alimentación y la educación⁽³⁶⁾. Como tal, la información publicada en el dominio público (Tabla 3) y compartida por los participantes sugiere que la participación de la industria alimentaria en la comunidad a menudo se considera una contribución a la paz, la alegría, el desarrollo social y la prosperidad del país (esto también se describe en la sección "estrategias discursivas" a continuación). La industria a veces llena un vacío donde el gobierno ha estado ausente.

Unos niños que antes no iban al colegio y ahora van al colegio, ¿que vas a decir?;

¿pues esto está mal? ¿Es mejor que no vayan al colegio? Pero entonces es un vacío del Estado. El Estado esta *out-sourcing* a la industria privada una serie de servicios que son responsabilidad de ellos entonces ahí es donde está el problema. (...) Entonces usas a la industria para hacer como obras de caridad, ¿no?" [periodista]

Sin embargo, esta posición fue criticada por algunos de nuestros participantes:

El gobierno no tiene dinero, simplemente porque el gobierno que fue infiltrado por las empresas no le cobra a las empresas ni los impuestos, no le cobra tasas de ganancia (...). El gobierno instituyó amplias zonas francas en el país, donde ellos pueden importar su materia prima sin ningún costo de arancel. Por supuesto, el Estado no tiene dinero (...) Pues porque toda la arquitectura del Estado fue transformada en favor de los intereses de las empresas. [defensor de la salud pública]

Fragmentación y desestabilización de la circunscripción

Paradójicamente, la defensa de los derechos humanos a un nivel de vida adecuado, incluido el derecho humano a la alimentación, y la promoción de la prevención y el control de las ENT, a menudo exponen a las personas, en particular a las de la sociedad civil, a amenazas y peligros en Colombia. Así lo describió un artículo del New York Times en 2017⁽³⁷⁾, cuando la dirección de la organización de consumidores EducarConsumidores recibió amenazas

directas, aunque en ese momento no se establecieron vínculos directos con la industria alimentaria. Los actores de la salud pública en Colombia se sentían inseguros a diario. Incluso a algunos les robaron el equipo, incluido material con información confidencial.

[Nos sentimos] inseguros (...) si, debemos, porque nos hemos dado cuenta que hay muchas personas (...) que se hacen detrás de cada persona a ver que escriben en el celular (...) cuando son las plenarias en los salones son grandes, nos hemos dado cuenta que llevan fotógrafos con cámaras con un lente [tan pequeño] sin mentirte. Sin exagerarte. [defensor de la salud pública]

Gestión de la información: influir en la ciencia

La industria alimentaria utilizó diferentes prácticas para intentar incidir en la producción y difusión de información sobre salud pública nutricional en Colombia. Encontramos 99 ejemplos en esta categoría en nuestro análisis de documentos. Esta estrategia también se discutió durante las entrevistas.

Producción propia y ampliación de la investigación

En Colombia, actores de la industria alimentaria realizaron directamente investigaciones y difundieron información sobre nutrición. Nutresa tenía su propio centro de investigación sobre enfermedades no transmisibles y sus vínculos con las dietas, llamado Vidarium (donde "Vida" significa vida) [A226, A228]. Nestlé ejecutó su programa de nutrición en Colombia, "Unidos por Niños Saludables" (ver Tabla 3), donde difundió información a niños, padres y maestros [A201, A204-5]. La empresa colaboró con la Facultad de Enfermería y Rehabilitación de la Universidad de La Sabana para la validación de este programa [A188]. Los resultados del estudio sirvieron para promover aún más el programa [A188]. La Fundación Éxito entregó un Premio de Nutrición Infantil a "instituciones públicas y privadas de diferentes

sectores [que] actúan para mejorar la nutrición de los niños en sus primeros 1000 días de vida" [A112]. Además, la Fundación Éxito organizó un evento en mayo del año 2019 donde se reunió con "algunos de los medios más medulares del país hablando de la importancia de la nutrición para el desarrollo del cerebro" [A100]. Coca-Cola organizó una serie de charlas "dirigidas a entidades gubernamentales, en las que brindamos información sobre el balance energético y la hidratación adecuada, contribuyendo a la promoción de estilos de vida activos y saludables. Hasta la fecha, hemos beneficiado a más de 900 personas" [A55].

La "Alianza por la Nutrición Infantil", una iniciativa público privada (ver Tabla 3) lanzada en el 2019 por la Fundación Éxito, organizada, en alianza con el Ministerio de Salud, ofreció diferentes cursos a profesionales de la salud sobre alimentación y epidemiología de lactantes y niños pequeños, donde dichos profesionales recibieron una certificación oficial del gobierno [A96-7].

Un participante de las entrevistas explicó que la industria también suele pagar los viajes y las tarifas de los estudiantes y académicos para asistir a estas conferencias [académicas]. Otro participante explicó que asociaciones profesionales, como la Asociación Colombiana de Dietistas y Nutricionistas (Asociación Colombiana de Dietistas y Nutricionistas, ACODIN), invitan a representantes de la industria alimentaria en sus congresos:

La intervención magistral inaugural del del [congreso de ACODIN hace unos años] fue de Jairo Romero [de la "Asociación Latinoamericana de Ciencia y Tecnología de Alimentos", ALACCTA]. (...) Obviamente el evento estaba full de stands de la industria, ¿no?. (...) ACODIN, es la asociación de nutricionistas, está completamente cooptada por la industria. [defensor de la salud pública]

ILSI Nor-Andino

El ILSI Nor-Andino es la rama local del International Life Science Institute, un grupo de



fachada de la industria que ha sido criticado por su influencia en la ciencia y la política en numerosos países⁽³⁸⁻⁴⁰⁾. Alpina, Coca-Cola, Kellogg, Mondelez, Nestlé, Pepsico, Postobón y Unilever eran miembros de ILSI Nor-Andino en agosto de 2019 [A115]. En Colombia, un artículo de un periódico describió las muchas formas en que ILSI influye en las políticas y la investigación en el país⁽⁴¹⁾. El ILSI colaboró con el Ministerio de Salud y académicos de diferentes universidades, sin revelar necesariamente sus vínculos con la industria alimentaria⁽⁴¹⁾. Estas personas, a su vez, participaron en la formulación de políticas sin revelar estos vínculos con ILSI y la industria⁽⁴¹⁾.

Entre los miembros del directorio de ILSI se encuentran un profesor jubilado de la Universidad Nacional de Colombia, un profesor de la Pontificia Universidad Javeriana y empleados de Nestlé y Alpina, entre otros [A114].

En las entrevistas, los participantes discutieron un proyecto de investigación sobre dieta y actividad física en América Latina, llamado “Estudio Latinoamericano de Nutrición y Salud” (Estudio Latinoamericano de Nutrición y Salud, ELANS). ELANS está financiado por Coca-Cola e ILSI, entre otros, y está liderado en Colombia por investigadores de la Pontificia Universidad Javeriana⁽⁴²⁾.

El ILSI y algunos de los miembros de su industria apoyaron diferentes eventos científicos para difundir información sobre nutrición en Colombia en 2019 [A120, A125]. El ILSI y Unilever patrocinaron el congreso anual de ACODIN [A160]. Unilever y Kellogg’s patrocinaron algunas de las sesiones de ACODIN [A129, A161]. Asimismo, el ILSI, Danone y McDonald’s patrocinaron el congreso anual de la Asociación Colombiana de Nutrición Clínica (Asociación Colombiana de Nutrición Clínica, ACNC) [A162]. Durante el congreso, ILSI organizó una sesión sobre nutrición infantil [A162].

La influencia en la ciencia se traduce en influencia política

En las entrevistas, se sugirió que la influencia de la industria alimentaria en la ciencia en

Colombia también podría traducirse directamente en influencia en política pública.

Uno de los (...) profesor[es] de Los Andes (...) ha trabajado mucho el tema de deporte pero con Coca-Cola (...) el ha saboteado varios [eventos públicos sobre nutrición y salud] (...). Es uno de los detractores académicos más fuertes que hay en Colombia. (...) Por ejemplo el nunca aparece en audiencias públicas, pero (...) es muy amigo del Ministro actual, si aparece en debates académicos (...). Y para él su conflicto de interés con Coca-Cola, no eso sí nunca lo menciona. [defensor de la salud pública]

Los participantes de las entrevistas explicaron cómo la industria alimentaria trató de dar forma a la evidencia en Colombia durante la discusión sobre un aumento en los impuestos a las bebidas azucaradas entre los años 2016 y 2017:

Contrataron a dos personas para hacer dos estudios, dos personas muy nombradas en el país. (...). Y cada uno hizo un estudio por separado (...) y llegaron a decir en una exposición pública que si se ponía el impuesto a las bebidas azucaradas, las madres de familia y los padres de familia como sustituto [de las bebidas azucaradas] le iban a poner a los niños en la lonchera cerveza. (...) [Los estudios] nunca fueron revisados por pares, nunca los vimos publicados en una revista indexada, nunca dieron la publicación siquiera. [defensor de la salud pública]

Participación e influencia directa en la política pública

La industria alimentaria es un actor destacado e influyente en las políticas de salud pública en Colombia. Se identificaron 16 ejemplos de esta práctica durante la recopilación de datos de documentos disponibles en el espacio público. Los participantes en las entrevistas también describieron ejemplos en esta categoría.

Lobby o cabildeo

Varios de los participantes entrevistados describieron el lobby o cabildeo que ejerce la industria alimentaria en el Congreso:

Logran cooptar a los nuevos parlamentarios que llegan (...) y lo que uno ve, es que empiezan a visitarlo, empiezan a pedir citas (...). Entonces allí, la industria, frecuentemente pedía citas para, pues hablar, manifestar sus intereses. [político]

Ellos ingresan al congreso y se meten a toda parte sin ninguna autorización legal; entonces se meten en la organización del orden del día de las plenarias, ayudan a romper el quórum de las plenarias, pasan proposiciones para que se las firme alguien para bloquear, para archivar proyectos de ley, para cambiar el articulado de los proyectos de ley. Ellos se meten en todo el proceso parlamentario de manera irregular. [político]

Un entrevistado describió cómo diferentes actores de la industria alimentaria unen fuerzas y construyen alianzas dentro de la industria para luego influir en las políticas en Colombia.

Una estrategia que utilizan es apalancarse en las agremiaciones (...). Entonces no son voces solitarias de una industria diciendo algo, sino que son voces agremiadas. [actor de salud pública]

El presidente de Colombia, entonces senador, presionó contra una propuesta para aumentar los impuestos a las bebidas azucaradas hace unos años cuando era senador [A141]. En el año 2019 participó y pronunció el discurso final en la asamblea de la sección de ANDI Bogotá, evento que dio a conocer en su sitio web oficial [A17]. Los participantes entrevistados sugirieron que estas interacciones entre el presidente y la industria tienen una influencia directa en la política del país:

Eso (...) se deduce de las posturas, por lo menos de este gobierno, de las posturas que tuvieron

varios de los funcionarios que están hoy en el gobierno, empezando por el presidente Duque, que fue un defensor para que no se hiciera el impuesto a las bebidas azucaradas. Pues sin duda que los lobistas del gobierno van a estar en alianza con los lobistas de la industria". [político]

Donaciones y otros incentivos

En cuanto a la información sobre donaciones políticas es difícil de obtener datos disponibles públicamente en Colombia, ya que se necesitaría buscar información para cada individuo del gobierno para reconocer si ha recibido este tipo de donaciones, lo que posiblemente demandaría un estudio separado. Un participante resumió la situación en Colombia de la siguiente manera:

Hace muchos años (...) hablaba con un político y decía: "yo ya no quiero ser más político porque para ser congresista tienes o qué venderte a un grupo armado que te financie o a un grupo de empresarios. Entonces cada vez que vas a tomar una decisión siempre te mandan a alguien que te toca el hombro y te dice: "recuerde que X le mandó saludos, entonces usted y X quieren que esto no se vote, como sea que no se vote. [defensor de la salud pública]

En un artículo de investigación se evidenció que la industria alimentaria realizó numerosas donaciones durante las últimas elecciones presidenciales del año 2018⁽⁷⁾. El presidente de Colombia, por ejemplo, declaró haber recibido el equivalente a US \$ 148.000 de la industria de bebidas azucaradas durante su campaña electoral en 2018⁽⁷⁾.

Algunos entrevistados explicaron que la industria alimentaria también ofrece obsequios a los políticos:

Y de la otra forma es que la industria siempre visita para llevar presentes (...) ellos regalan objetos. Por ejemplo regalan lapiceros (...), llevan vinos, licores finos, dulces bien presen-



tados, chocolates bien presentados”. [político]
 “Las personas que iban de la industria al Congreso hablaban con los congresistas y les ofrecían: “¿su hijo quiere irse a estudiar a tal universidad?, listo senador o representante, nosotros cubrimos los costos de estudios de su hijo al otro lado del mundo, que usted necesita tal cosa”, “listo representante, senador, nosotros le damos esto pero usted no puede votar a favor de esto”, “esto lo supimos por el grupo de agenda. [miembro del gobierno]

Actores en la toma de decisiones y la autorregulación

Los actores de la industria alimentaria a menudo participaron directamente en la formulación de políticas y otras reuniones de alto nivel en Colombia e internacionalmente. El ACTA, por ejemplo, declaró trabajar con el Ministerio de Salud en la reducción del consumo de sal en la población colombiana [A2]. En abril, Colanta participó en el lanzamiento de las “Alianzas Competitivas para la Equidad”, que tiene como objetivo impulsar el desarrollo del país a través de inversiones de corporaciones, en presencia del Presidente Duque y el embajador de EE.UU. en Colombia [A66].

La autorregulación, que afecta indirectamente el proceso de toma de decisiones, al sugerir que son posibles otras alternativas a la reglamentación obligatoria, también fue favorecida por la industria y apoyada por el gobierno [A257, A273]. Las iniciativas impulsadas por la industria alimentaria fueron: el suministro de información nutricional a los consumidores [A152-3]; lo que llamaron “publicidad consciente”; marketing responsable [A155]; una estrategia de reformulación [A12]; la promoción de estilos de vida saludables [A12]. En las entrevistas, varios participantes se mostraron escépticos ante este enfoque:

El acuerdo de autorregulación (...) fue [adoptado] en el contexto de evitar un impuesto de bebidas azucaradas y de evitar una serie de propuestas de regulación estatal

que en ese momento estaban a punto de hacerse. [periodista]

Estrategias legales

En el estudio no se encontró información relacionada con las estrategias legales de APC en el análisis de documentos. Sin embargo, los participantes de las entrevistas describieron dos casos en los que las campañas de salud pública dirigidas por organizaciones benéficas fueron impugnadas en el tribunal.

El primer caso ocurrió en el año 2016, cuando EducarConsumidores realizó una campaña televisiva sobre los efectos negativos para la salud asociados al consumo de bebidas azucaradas⁽¹²⁾. Un participante detalló:

EducarConsumidores, cuando se trató de colocar en la televisión colombiana un comercial orientativo sobre los riesgos de la salud por el consumo de bebidas azucaradas, inmediatamente el Grupo Postobón que pertenece a Ardila Lulle, envió una comunicación a la Superintendencia de Industria y Comercio para que retirara el comercial de la televisión. [defensor de la salud pública]

Como consecuencia, EducarConsumidores tuvo que detener su campaña⁽¹²⁾. Finalmente, la Corte Constitucional de Colombia reconoció que EducarConsumidores tenía derecho a compartir esta información ya que tenía importantes consecuencias para la salud de la población⁽¹²⁾. Un participante de las entrevistas explicó que la esposa de un juez de la Corte Constitucional que estaba a cargo del caso fue contratada por Postobón durante ese período [abogado de salud pública].

El segundo caso ocurrió en el 2018, cuando la organización benéfica Red Papaz, que aboga por la protección de los derechos de la niñez y la adolescencia, intentó realizar una campaña denominada “No comas más mentiras”⁽⁴³⁾. El objetivo de la campaña fue difundir información sobre el consumo de productos comestibles ultra-procesados y sus riesgos para la salud, en particular para niños y adolescentes⁽⁴³⁾.

Red Papaz quiso ejecutar la campaña en los principales canales de televisión del país, pero su solicitud fue rechazada por el Consorcio de Canales Nacionales Privados (Consorcio de Canales Nacionales Privados), que incluye a RCN⁽⁴³⁾. El caso fue llevado al Tribunal Constitucional en 2019 y finalmente ganó Red Papaz⁽⁴⁴⁾.

Un participante explicó que los litigios contra este tipo de campañas eran una práctica bien conocida:

El SLAP [Demanda estratégica contra la participación pública] es litigio estratégico para disuadir o distorsionar el debate. Entonces las industrias a veces inician estrategias de litigio, no necesariamente para ganarlas, porque saben que no la van a ganar, sino para silenciar una voz o para atemorizar a la sociedad civil. [defensor de la salud pública]

Estrategias discursivas

Se identificaron 138 ejemplos con el análisis de datos públicos, en los que la industria alimentaria utilizó una amplia gama de argumentos como parte de sus estrategias discursivas de la APC. Los participantes en las entrevistas también describieron estrategias discursivas.

Papel de la industria en la economía

En Colombia, la creación de empleo por parte de la industria alimentaria a menudo se enmarcaba como una contribución no solo a la economía [A232], sino, lo que es más importante, como un factor central para el desarrollo social. En ocasiones, esto se debatió como parte de las iniciativas de responsabilidad social empresarial de los actores de la industria alimentaria [A27]. La ANDI por ejemplo declaró:

La industria alimentaria en Colombia es un motor de desarrollo económico y social: Gran generadora de empleo formal (260.000 trabajadores); Más de 65.000 empresas; Gran exportador: más de USD900 millones a 129 países. ¡Creamos bienestar económico y social! [A25].

La industria alimentaria también utilizó el argumento económico para criticar las políticas públicas propuestas que impactarían sus productos y actividades. Tras la supresión de un subsidio a las bebidas azucaradas, Coca-Cola dijo que perdió ingresos y tuvo que eliminar 177 empleos, y como consecuencia de estas pérdidas de dinero, la empresa decidió dejar de patrocinar a la selección colombiana de fútbol y declaró que la decisión tuvo "efectos contraproducentes para la economía" [A44].

Encuadre del debate en salud pública y nutrición

En sus esfuerzos por enmarcar el debate sobre nutrición en salud pública en el país, los actores de la industria alimentaria promovieron su papel central y sus esfuerzos en la prevención y control de las ENT y otros temas relacionados con la dieta. Por ejemplo, Alquería explicó que su distribución de productos a los bancos de alimentos fue crucial para el país:

Somos conscientes de la importancia de nuestro papel en la cadena alimentaria y de nuestro compromiso con la erradicación del hambre en Colombia [A71].

Otros actores presentaron argumentos similares:

Nestlé ha contribuido a mejorar la calidad de vida y asegurar un futuro más saludable para los niños [A186].

Los actores de la industria alimentaria abogaron por la autorregulación, incluido el uso de un sistema de etiquetado frontal de los alimentos, como se describió anteriormente, y por otras iniciativas voluntarias, incluida la promoción de la educación sobre nutrición y actividad física, en lugar de la introducción de nuevas políticas públicas [A29, A33-4, A196, A256, A273].

Se identificaron dos iniciativas de la industria alimentaria: cada una tenía un sitio web dedicado y una cuenta de Twitter. El primero



fue “Decido lo que como” (“Yo decido lo que como”) [A38, A47]. La iniciativa fue desarrollada por la Fundación Éxito, Nestlé y otros actores de la industria alimentaria [A138] y las fuentes de información citadas fueron actores de la industria [A203]. La segunda iniciativa fue “Bebidas de tu lado” donde la ANDI promovió las cinco iniciativas de autorregulación adoptadas por los actores de la industria alimentaria en Colombia, como se describió anteriormente [A12, A150]. En sus mensajes, en estas plataformas y otros medios, los actores de la industria alimentaria promovieron particularmente la responsabilidad personal y parental, las dietas equilibradas y la actividad física [A47, A49, A52-3, A149, A156, A200, A254, A259-67, A274 y entrevistas].

En las entrevistas, un participante sugirió:

En un país como Colombia, que es víctima de un conflicto interno que no ha terminado y ya tiene más de un siglo de duración, entonces este tema de la culpa [personal] juega mucho, tiene mucho poder. [defensor de la salud pública]

Discusión

Los resultados del estudio revelan que la industria alimentaria es un actor destacado e influyente en Colombia. En esta investigación se encontraron 275 ejemplos de prácticas de APC para la industria alimentaria, utilizando los datos disponibles públicamente. Los participantes describieron ejemplos adicionales, incluidos nuevos datos sobre las estrategias legales, y proporcionaron un análisis crítico de estas acciones y argumentos de la industria alimentaria.

Se encontró evidencia de que los actores de la industria alimentaria construyeron alianzas con las comunidades, el gobierno (nacional y local) y los medios de comunicación. Las interacciones entre la industria alimentaria y los actores del gobierno, la academia y los medios de comunicación, entre otros, podrían

significar que la industria obtenga credibilidad por asociación⁽⁹⁾. En un país afectado por un conflicto armado y donde algunos segmentos de la población aún carecen de acceso a la infraestructura básica, la alimentación y la educación, nuestros resultados muestran que la industria alimentaria a menudo se describe como una contribución a la prosperidad del país, al menos en el corto plazo. Esto significa que las inversiones y el empleo, que son posibles gracias a las corporaciones con el apoyo del gobierno y quizás del público, pueden tener prioridad sobre los objetivos de salud pública. Distintos actores de la nutrición en salud pública que abogan por el derecho humano a la alimentación a menudo se sienten inseguros en sus posiciones al criticar los productos o acciones de esa industria.

La industria trató de influir en la ciencia en temas de nutrición y relacionados con la dieta en Colombia, a través de su producción interna y difusión de la ciencia y el uso de terceros como ILSI, que a su vez tuvo un impacto directo en la política.

En Colombia, los actores de la industria participaron directamente en la formulación de políticas públicas en el país. La industria también estaba promoviendo la autorregulación, que es un enfoque estándar de la industria para evitar la regulación gubernamental que ha demostrado ser ineficaz⁽⁴⁵⁻⁴⁷⁾. Las organizaciones de la sociedad civil han monitoreado los compromisos voluntarios asumidos por la industria alimentaria en el año 2016, que tenían como objetivo limitar la venta de productos nocivos para la salud en las escuelas [A144]. Concluyeron que las empresas alimentarias no cumplieron sus objetivos iniciales⁽⁴⁸⁾. La industria respondió con el lanzamiento de otra iniciativa de autorregulación en septiembre del año 2019 en presencia del Ministro de Salud⁽⁴⁹⁾.

Se encontraron evidencias del uso de estrategias legales en Colombia en el análisis de documentos y además en las entrevistas se describieron algunos ejemplos de litigio. Esto se explica por el hecho de que solo se recopilaron documentos publicados en el año

2019, mientras los entrevistados discutieron casos antiguos de los años 2016 y 2018.

La industria alimentaria en Colombia está utilizando estrategias discursivas, donde la industria se presentó como un actor económico esencial en el país y enmarcó el debate sobre las ENT y otros temas relacionados con la dieta.

Este fue el primer estudio de la APC de la industria alimentaria en América Latina. Los resultados son consistentes con los hallazgos de otros estudios sobre APC de la industria alimentaria a nivel mundial, donde todas las estrategias de APC son utilizadas por grandes actores económicos para influir en las políticas, la investigación y la práctica^(16, 23, 28, 50). Sin embargo, en Colombia, la proximidad entre la industria, el gobierno y los medios de comunicación es particularmente evidente y permanece en gran parte incuestionable. La influencia de las poblaciones vulnerables en las comunidades, incluso en áreas que carecen del apoyo del gobierno, y las amenazas a las organizaciones de la sociedad civil también son llamativas y preocupantes. Las prácticas de APC de la industria alimentaria podrían facilitar la distribución de productos comestibles ultra-procesados, con el supuesto, por ejemplo, de que dichos productos pueden ayudar a abordar el hambre, como fue el caso de las bebidas fortificadas distribuidas en el extremo norte del país a un segmento vulnerable del país. Estas iniciativas de alivio del hambre también se han utilizado en otras partes del mundo⁽⁵¹⁾. Por lo tanto, estas prácticas de APC pueden representar un riesgo para la salud de la población y la de los niños en particular, ya que el consumo de productos comestibles ultra-procesados se ha asociado con el desarrollo de ENT^(52, 53), pero también con la protección de los derechos humanos fundamentales. a la salud y la alimentación adecuada, como lo reconoce el Relator Especial de las Naciones Unidas sobre el derecho a la salud⁽⁵⁴⁾.

Este estudio también se basa en la creciente literatura sobre los determinantes comerciales de la salud, que se centra en cómo las corporaciones comercializan y presionan por productos

nocivos para la salud^(19, 55). Al aplicar un análisis de APC en Colombia, este estudio identifica y expone las prácticas de las corporaciones, lo que podría ayudar a académicos, defensores y funcionarios gubernamentales a contrarrestar la interferencia de la industria y ayudar a preparar, promulgar e implementar políticas de salud pública basadas en evidencia⁽⁵⁶⁾. Dado que los determinantes comerciales ven a la industria como el vector de la enfermedad⁽⁵⁵⁾, la investigación futura debería explorar comparaciones entre industrias y políticas para identificar patrones y tendencias en evolución en la actividad de la industria y la interferencia de políticas.

Este estudio tiene algunas limitaciones. En las entrevistas, se pudo tener un mejor acceso a los actores de la sociedad civil, en comparación con los actores de la industria alimentaria y el gobierno, universidades y asociaciones profesionales. También información limitada disponible para el público con respecto a las interacciones de estas personas con la industria alimentaria. Esto puede deberse al hecho de que estas interacciones no son conocidas por el público, sino que ocurren en espacios privados, como reuniones personales y a través de correos electrónicos o llamadas telefónicas, y que estas personas no están necesariamente dispuestas a discutir críticamente estas interacciones. Además, las búsquedas de información disponible públicamente a los datos publicados en los últimos meses y a un número limitado de actores de la industria alimentaria, debido a limitaciones de tiempo. Los estudios futuros podrían cubrir un período de tiempo más largo e incluir actores adicionales.

Finalmente, existen soluciones para abordar y prevenir la influencia negativa de la industria alimentaria en la política, la investigación y la práctica de salud pública en Colombia y, en el exterior, como se detalla recientemente en una revisión de alcance⁽⁵⁶⁾. Además, se notó, la existencia y disponibilidad, en línea, de un registro de cabilderos (lobistas) en el país, pero no se ha actualizado desde el 2014. También existe una ley que prohíbe a los miembros de los gobiernos



trabajar en un sector que antes regulaban, pero Los participantes explicaron que la ley no necesariamente se implementa (artículo 3 de la Ley 1474 de 2011). En Colombia, el “Colectivo de Abogados José Alvear Restrepo” (CAJAR), lanzó un ‘Pacto por la transparencia en las políticas de salud pública y contra la injerencia en los derechos [humanos]’⁽⁵⁷⁾. El Pacto propuso una serie de acciones que podrían ayudar a reducir la interferencia de la industria alimentaria en el país [Archivo 6]⁽⁵⁷⁾. Además, la protección de la salud pública, más allá de las políticas, de la influencia indebida de las corporaciones debe abordarse en Colombia.

Conclusiones

En Colombia, la industria alimentaria ha penetrado en muchas instituciones e interactúa estrechamente con personas en las políticas públicas, las comunidades, la investigación y los medios de comunicación. Es fundamental que estos actores comprendan los riesgos asociados con la APC y los determinantes comerciales de la salud, y que se desarrollen e implementen soluciones para abordar la influencia de los intereses creados y motivados por las ganancias de la industria alimentaria.

Declaraciones

Aprobación ética y consentimiento para participar

Este estudio, fue parte de un proyecto más amplio sobre la industria alimentaria en América Latina, se llevó a cabo de acuerdo con los lineamientos establecidos en la Declaración de Helsinki y todos los procedimientos que involucraron a los participantes del estudio de investigación fueron aprobados por el comité de ética de la Escuela de Salud Pública, Universidad de Sao Paulo, Brasil (número de proyecto 07944118.7.0000.5421).

Los participantes firmaron un formulario de consentimiento informado ético antes de participar en el estudio.

Consentimiento para la publicación

Se obtuvo el consentimiento por escrito de los participantes para publicar los datos, en condiciones de anonimato y confidencialidad.

Disponibilidad de datos y materiales

Todos los datos del dominio público recopilados durante este estudio están disponibles con este manuscrito en el Archivo 4. Los datos de las entrevistas están disponibles del autor correspondiente a solicitud razonable.

Conflicto de intereses

Los autores declaran que no tienen intereses en competencia.

Fondos

MM recibió una beca de la Fundación de Investigación de São Paulo (FAPESP), Brasil (número de beca 2017 / 24744-0). MM obtuvo financiación inicial de la Facultad de Ciencias de la Salud (FHS) de la Universidad Americana de Beirut (AUB) para MM, como parte de una subvención financiada por el Centro Internacional de Investigaciones para el Desarrollo (IDRC). Este financiamiento apoyó su trabajo de campo en Colombia y Chile en 2019. En 2018/2019, MM actuó como consultora de la Campaña para Niños Libres de Tabaco (CFTFK), el Instituto Brasileño de Defensa del Consumidor - IDEC, la Fundación Heart and Stroke de Barbados. Inc., la Coalición del Caribe Saludable-HCCy la Organización Panamericana de la Salud - OPS / oficina regional de las Américas para la Organización Mundial de la Salud (OMS). FBS recibió una beca del Consejo Nacional de Desarrollo Científico y Tecnológico (CNPq), Brasil (número de subvención 309514 / 2018-5). Los patrocinadores no participaron en el diseño del estudio, la recopilación y el análisis de datos, la decisión de publicar o la preparación del manuscrito. Los autores son los únicos responsables de las opiniones, hipótesis y conclusiones o recomendaciones expresadas en esta publicación.

Contribuciones de los autores

MM dirigió el diseño del estudio, la recopilación de datos, el análisis y la redacción del manuscrito. FBS contribuyó al diseño del estudio. DAGC, GC y EMPT contribuyeron al diseño del estudio, la recopilación y el análisis de datos. EC contribuyó al análisis de datos. Todos los autores contribuyeron a la redacción del manuscrito y leyeron y aprobaron el manuscrito final.

Agradecimientos

Los autores desean agradecer a Cora-Lee Leblanc, de la Universidad de Moncton, Canadá, por sus contribuciones en las primeras etapas de este estudio. Los autores también desean agradecer a sus entrevistados su participación en este estudio.

Material adicional

- [Archivo 1 clasificación CPA.docx](#): Marco conceptual para categorizar la actividad política empresarial de la industria alimentaria.
- [Archivo 2 COREQ.docx](#): Lista de verificación de criterios consolidados para la presentación de informes de investigación cualitativa (COREQ).
- [Archivo 3, 3 Sources.docx](#): Fuentes de información para identificar la política empresarial de la industria alimentaria en Colombia
- [Archivo 4 Data.docx](#): datos recopilados a partir de información disponible públicamente.
- [Archivo 5 Guide.docx](#): Guía de entrevista (español).
- [Archivo 6 Conclusiones Acciones CPA.docx](#): Acciones propuestas en el "Pacto por la transparencia en las políticas públicas de salud y contra la injerencia en los derechos [humanos]", adaptado del Colectivo de Abogados José Alvear Restrepo.
- [Archivo 7 Translation.docx](#): versión en español del artículo.

(Pulse sobre el título para acceder)

Referencias

1. World Health Organization (2004). *Global Strategy on Diet, Physical Activity and Health*. Geneva: World Health Organization.
2. Congreso de la Republica de Colombia - Cámara de Representantes. Control de la obesidad (2019 Oct 4). *Proyecto de Ley 214 de 2018*. En: <http://www.camara.gov.co/control-de-la-obesidad-0>
3. Congreso de Colombia (2009). *Derecho del Bienestar Familiar* [LEY 1355 DE 2009 (octubre 14). Diario Oficial No. 47.502 de 14 de octubre de] [Internet]. 2009 [cited 2019 Nov 19]. En: https://www.icbf.gov.co/cargues/avance/docs/ley_1355_2009.htm
4. World Health Organization (2018). *Noncommunicable Diseases (NCD) Country Profiles - Colombia* [Internet]. [cited 2019 Sep 24]. En: https://www.who.int/nmh/countries/2018/col_en.pdf?ua=1
5. Institute for Health Metrics and Evaluation (IHME) (2018). *Institute for Health Metrics and Evaluation - Colombia profile* [Internet]. [cited 2020 Aug 19]. En: <http://www.healthdata.org/colombia>
6. Minsalud (2015). *Encuesta Nacional de Situación Nutricional de Colombia – ENSIN* [Internet]. 2015 [cited 2019 Nov 22]. En: <http://www.ensin.gov.co/#>
7. Liga contra el Silencio (2019). *Donaciones dulces aceitan la política en Colombia*. Liga contra el Silencio. Aug 29.
8. Liga contra el Silencio (2019). *Así fue el lobby en el Congreso contra la Ley de Etiquetado*. Liga contra el Silencio. 2019 Jul 11.
9. Gómez L, Jacoby E, Ibarra L, Lucumí D, Hernandez A, Parra D, et al. (2011). *Sponsorship of physical activity programs by the sweetened beverages industry: public health or public relations?* Rev. Saude Publica. Apr;45(2):423–427.
10. Cortés C, Peñarredonda JL. (2019). *En el debate sobre la comida chatarra: derrota de la sociedad civil a manos de la industria*. Fundación Heinrich Böll Oficina Bogotá; Numero 18: May.
11. Sandoval Salazar MY, Orjuela R, Vivas D, Erazo A. (2017). *Acciones de la industria ante medidas de salud pública para disminuir consumos dañinos para la salud - Interferencia de la industria al impuesto a las bebidas azucaradas*. Asociación Colombiana de Educación al Consumidor Educar Consumidores.
12. Vivas Mosquera DC. (2018). *Crónica de una censura - y Sus Implicaciones Respecto de los Derechos a la Salud, la Alimentación Adecuada y los Derechos de los Consumidores*. Asociación Colombiana de Educación al Consumidor Educar Consumidores.
13. Sandoval Salazar MY. (2019). *Interferencia de la industria en las propuestas de implementación de sellos frontales de advertencias 2017-2018*. Asociación Colombiana de Educación al Consumidor Educar Consumidores.



14. Congreso de la Republica de Colombia (2017). *Proyecto de Ley 019 de 2017*. Cámara de Representantes. Jul 25, 2016.
15. Liga Contra el Silencio (2019). *El dulce y ultra-procesado círculo que rodea a Iván Duque*. Liga Contra el Silencio.
16. Mialon M, Swinburn B, Sacks G. (2015). *A proposed approach to systematically identify and monitor the corporate political activity of the food industry with respect to public health using publicly available information*. *Obes Rev*. 2015 Jul;16(7):519–530.
17. Mialon M, Julia C, Hercberg S. (2028). *The policy dystopia model adapted to the food industry: the example of the Nutri-Score saga in France*. *World Nutrition*. 2018;9(2):109–120.
18. Hillman AJ, Hitt MA. (1999). *Corporate political strategy formulation: A model of approach, participation, and strategy decisions*. *The Academy of Management Review*. 1999 Oct;24(4):825.
19. Kickbusch I, Allen L, Franz C. (2016). *The commercial determinants of health*. *Lancet Glob Health*. 2016;4(12):e895–e896.
20. Millar JS. (2013). *The corporate determinants of health: how big business affects our health, and the need for government action!* *Can J Public Health*. 2013 May 14;104(4):e327–9.
21. McKee M, Stuckler D. (2018). *Revisiting the corporate and commercial determinants of health*. *Am J Public Health*. 2018 Jul 19;108(9):1167–1170.
22. UK Health Forum (2018). *Public health and the food and drinks industry: The governance and ethics of interaction - Lessons from research, policy and practice* [Internet]. [cited 2018 Sep 8]. En: <http://bit.ly/2mU-qwNr>
23. Mialon M, Gomes F da S. (2019). *Public health and the ultra-processed food and drink products industry: corporate political activity of major transnationals in Latin America and the Caribbean*. *Public Health Nutr*. 2019 Mar 12;22(10):1898–1908.
24. Tong A, Sainsbury P, Craig J.(2007). *Consolidated criteria for reporting qualitative research (COREQ): a 32-item checklist for interviews and focus groups*. *Int J Qual Health Care*. 2007 Dec;19(6):349–357.
25. Mialon M, Mialon J. (2018). *Analysis of corporate political activity strategies of the food industry: evidence from France*. *Public Health Nutr*. 2018 Jul 12;1–15.
26. Mialon M, Mialon J. (2017). *Corporate political activity of the dairy industry in France: an analysis of publicly available information*. *Public Health Nutr*. 2017 Sep;20(13):2432–2439.
27. Mialon M, Swinburn B, Allender S, Sacks G. (2016). *Systematic examination of publicly-available information reveals the diverse and extensive corporate political activity of the food industry in Australia*. *BMC Public Health*. 2016 Mar 22;16:283.
28. Mialon M, Swinburn B, Wate J, Tukana I, Sacks G. (2016). *Analysis of the corporate political activity of major food industry actors in Fiji*. *Global Health*. 2016 May 10;12(1):18.
29. Jaichuen N, Phulkerd S, Certthkrikul N, Sacks G, Tangcharoensathien V. (2018). *Corporate political activity of major food companies in Thailand: an assessment and policy recommendations*. *Global Health*. 2018;14(115).
30. Tselengidis A, Östergren P-O. (2019). *Lobbying against sugar taxation in the European Union: Analysing the lobbying arguments and tactics of stakeholders in the food and drink industries*. *Scand J Public Health*. 2019 Jul;47(5):565–575.
31. The International Food and Beverages Alliance (2018). *The IFBA - Our members* [Internet]. En: <https://ifballiance.org/about#vic-widget-27-container-anchor>
32. Mialon M, Gaitan Charry DA, Cediel G, Crosbie E, Scagliusi FB, Perez Tamayo EM. (2020). *I had never seen so many lobbyists: food industry political practices during the development of a new nutrition front-of-pack labelling system in Colombia*. *Public Health Nutr*. 2020 Aug 21;1–9.
33. La Liga contra el Silencio (2018). *Postobón hace pruebas de laboratorio con niños en La Guajira*. VICE. 2018 Feb 13;
34. Liga Contra el Silencio (2019). *El escándalo de Kufu sin responsables dos años después*. Liga Contra el Silencio.
35. Lawyers Without Borders Canada (2016). *The Peace Process in Colombia*. Lawyers Without Borders Canada.
36. Cediel G, Perez E, Gaitan D, Sarmiento O, Gonzalez L. (2020). *Association of all forms of malnutrition and socioeconomic status, educational level and ethnicity in Colombian children and non-pregnant women*. *Public Health Nutr*.
37. Jacobs A, Richtel M. (2017). *She Took On Colombia's Soda Industry. Then She Was Silenced*. *The New York Times*.
38. Steele S, Ruskin G, Sarcevic L, McKee M, Stuckler D. (2019) *Are industry-funded charities promoting “advocacy-led studies” or “evidence-based science”?: a case study of the International Life Sciences Institute*. *Global Health*. 2019 Jun 3;15(1):36.
39. Greenhalgh S. (2019). *Soda industry influence on obesity science and policy in China*. *J Public Health Policy*. 2019 Mar;40(1):5–16.
40. World Health Organization (2001). *The Tobacco Industry and Scientific Groups ILSI: A Case Study*.
41. Liga Contra el Silencio (2019). *Una multinacional de la ciencia en Colombia para los intereses de la industria*. Liga Contra el Silencio. 2019 Oct 31;
42. International Life Science Institute-ILSI (s f.) *Estudio Latinoamericano de Nutrición y Salud (ELANS)* [Internet]. [cited 2019 Nov 7]. En: <https://ilsi.org/elans/>
43. Dejusticia (2019). *Dejusticia intervino ante la Corte Constitucional en defensa del derecho a recibir información sobre ultraprocesados* | Dejusticia [Internet]. 2019 [cited 2019 Nov 26]. En: <https://www.dejusticia.org/dejusticia-intervino-ante-la-corte-constitucional-en-defensa-del-derecho-a-recibir-informacion-sobre-ultraprocesados/>
44. El Pais (2019). *Red Papaz ganó pulso a Caracol y RCN para emitir comercial contra comida chatarra*. *El Pais*. 2019 Apr 9.
45. Kunkel DL, Castonguay JS, Filer CR. (2015). *Evaluating Industry Self-Regulation of Food Marketing to Children*. *Am J Prev Med*. 2015 Aug;49(2):181–187.

46. Ronit K, Jensen JD. (2014). *Obesity and industry self-regulation of food and beverage marketing: a literature review*. Eur J Clin Nutr. 2014 Jul;68(7):753-759.
47. Lacy-Nichols J, Scrinis G, Carey R. (2019). *The politics of voluntary self-regulation: insights from the development and promotion of the Australian Beverages Council's Commitment*. Public Health Nutr. 2019 Aug 9;1-12.
48. Liga Contra el Silencio (2019). *Empresas de bebidas azucaradas incumplen acuerdos de venta en colegios*. Liga Contra el Silencio. 2019 May 23;
49. ANDI (2019). *Icontec será el organismo verificador del cumplimiento de los compromisos de autorregulación de la Industria de Bebidas en Colombia* [Internet]. [cited 2019 Nov 20]. En: <http://www.andi.com.co/Home/Noticia/13473-icontec-sera-el-organismo-verificador-d>
50. Jaichuen N, Phulkerd S, Certhkrikul N, Sacks G, Tangcharoensathien V. (2018). *Corporate political activity of major food companies in Thailand: an assessment and policy recommendations*. Global Health. 2018 Nov 22;14(1):115.
51. Mialon M, Crosbie E, Sacks G. (2020). *Mapping of food industry strategies to influence public health policy, research and practice in South Africa*. Int J Public Health. 2020 Jul 29;
52. Monteiro CA, Cannon G, Moubarac J-C, Levy RB, Louzada MLC, Jaime PC (2018). *The UN Decade of Nutrition, the NOVA food classification and the trouble with ultra-processing*. Public Health Nutr. 2018 Jan;21(1):5-17.
53. Fiolet T, Srour B, Sellem L, Kesse-Guyot E, Allès B, Méjean C, et al. (2018). *Consumption of ultra-processed foods and cancer risk: results from NutriNet-Santé prospective cohort*. BMJ. 2018 Feb 14;360:k322.
54. Grover A. (2014). *Report to the Human Rights Council (main focus: unhealthy foods and non-communicable diseases)*. New York: United Nations.
55. Mialon M. (2020). *An overview of the commercial determinants of health*. Global Health. 2020 Aug 17;16(1):74.
56. Mialon M, Vandevijvere S, Carriedo-Lutzenkirchen A, Bero L, Gomes F, Petticrew M, et al. (2020). *Mechanisms for addressing and managing the influence of corporations on public health policy, research and practice: a scoping review*. BMJ Open. 2020 Jul 19;10(7):e034082.
57. Dulce Veneno (2019). *El Colectivo de Abogados José Alvear Restrepo – CAJAR Firma el pacto* [Internet]. [cited 2019 Nov 4]. En: <http://eldulceveneno.org/firma-el-pacto/>



FIAN
COLOMBIA

www.fiancolombia.org
info@fiancolombia.org
Bogotá D.C., Colombia

Additional file 1: Conceptual framework for categorising the corporate political activity of the food industry (1)

Instrumental Strategies	Practices	Mechanisms
Coalition management	Constituency recruitment – external - Establish relationships with key opinion leaders and health organisations	Promote public-private interactions with health organisations
		Support professional organisations, including through funding and / or advertising in their publications
		Establish informal relationships with key opinion leaders
		Support the placement of industry-friendly personnel within health organisations
	Constituency recruitment – external - Seek involvement in the community	Undertake corporate philanthropy
		Support physical activity initiatives
		Support events (such as for youth or the arts) and community-level initiatives
	Constituency recruitment – external - Establish relationships with the media	Establish close relationships with media organisations, journalists and bloggers to facilitate media advocacy
	Constituency fabrication	Establish fake grassroots organisations (‘astroturfing’)
		Procure the support of community and business groups to oppose public health measures
	Constituency fragmentation and destabilisation	Discrediting public health advocates personally and publicly, e.g. through the media, blogs
		Infiltrate, monitor the operation and advocacy strategies of public health advocates, groups and organisations
Creating antagonism between professionals		
Information management	Production	Fund research, including through academics, ghost writers, own research institutions and front groups
	Amplification	Cherry pick data that favours the industry, including use of non-peer reviewed or unpublished evidence
		Participate in and host scientific events
		Propose industry-sponsored education
	Suppression	Suppress the dissemination of research that does not fit the industry’s interests
		Emphasise disagreement among scientists and focus on doubt in science Criticise evidence, and emphasise its complexity and uncertainty
	Credibility	Fronting: concealing industry links to information/evidence, including through the use of scientists as advisers, consultants or spokespersons
Direct involvement and influence in policy	Indirect access	Lobby directly and indirectly (through third parties) to influence legislation and regulation so that it is favourable to the industry
		Use the “revolving door”, i.e. ex-food industry staff work in government organisations and vice versa
	Incentives	Fund and provide financial incentives to political parties and policy makers (donations, gifts, entertainment or other financial inducements)
	Threats	Threaten to withdraw investments if new public health policies are introduced
	Actor in government decision making	Seek involvement in working groups, technical groups and advisory groups Provide technical support and advice to policy-makers (including consultation)
Legal actions	Use legal action (or the threat thereof) against public policies or opponents	Litigate or threaten to litigate against governments, organisations or individuals
	Influence the development of trade and investment agreements	Influence the development of trade and investment agreements such that clauses favourable to the industry are included (e.g., limited trade restrictions, mechanisms for corporations to sue governments)

Discursive Strategies	Domain	Argument
	The economy	Stress the number of jobs supported and the money generated for the economy
	Governance	Demonise the 'nanny state'
	Expected food industry costs	Policy will lead to reduced sales/jobs
		Cost of compliance will be high
	Frame the debate on diet- and public health-related issues	Stress the good traits of the food industry
		Shift the blame away from the food industry and its products, e.g. focus on individual responsibility, role of parents, physical inactivity
Promote industry's preferred solutions: education, balanced diets, information, public private initiatives, self-regulation (reformulation)		

1. Mialon M, Julia C, Hercberg S. The policy dystopia model adapted to the food industry: the example of the Nutri-Score saga in France. *World Nutrition*. 2018;9(2):109–120.

Additional file 2: Consolidated criteria for reporting qualitative research (COREQ) checklist (1)

Item number	Item	Guide questions/description	Answers for the research study
Domain 1: Research team and reflexivity			
Personal Characteristics			
1	Interviewer	Which author/s conducted the interview or focus group?	First author
2	Credentials	What were the researcher's credentials? E.g. PhD, MD	PhD, MSc, BSc
3	Occupation	What was their occupation at the time of the study?	Research fellow
4	Gender	Was the researcher male or female?	Female
5	Experience and training	What experience or training did the researcher have?	Experience conducting qualitative research
Relationship with participants			
6	Relationship established	Was a relationship established prior to study commencement?	I knew, professionally, some participants.
7	Participant knowledge of the interviewer	What did the participants know about the researcher? e.g. personal goals, reasons for doing the research	Some knew my research
8	Interviewer characteristics	What characteristics were reported about the interviewer/facilitator? e.g. Bias, assumptions, reasons and interests in the research topic	Interest in public health and the influence of the food industry – see interview guide as well
Domain 2: study design			
Theoretical framework			
9	Methodological orientation and Theory	What methodological orientation was stated to underpin the study? e.g. grounded theory, discourse analysis, ethnography, phenomenology, content analysis	Thematic analysis using a conceptual framework – critical social science theory
Participant selection			
10	Sampling	How were participants selected? e.g. purposive, convenience, consecutive, snowball	Purposive, snowball
11	Method of approach	How were participants approached? e.g. face-to-face, telephone, mail, email	Emails and direct contact of colleagues
12	Sample size	How many participants were in the study?	18
13	Non-participation	How many people refused to participate or dropped out? Reasons?	None
Setting			
14	Setting of data collection	Where was the data collected? e.g. home, clinic, workplace	At a location chosen by the participants
15	Presence of non-participants	Was anyone else present besides the participants and researchers?	No, except from two interviews where a research assistant was present
16	Description of sample	What are the important characteristics of the sample? e.g. demographic data, date	All ages, different genders, academics, journalists, policy makers, etc.
Data collection			
17	Interview guide	Were questions, prompts, guides provided by the authors? Was it pilot tested?	Questioned not shared with participants. The guide was pilot tested in 2015.
18	Repeat interviews	Were repeat interviews carried out? If yes, how many?	Yes, for one interviewee as we could not cover everything the first time (participant was late)

19	Audio/visual recording	Did the research use audio or visual recording to collect the data?	Digital audio recording
20	Field notes	Were field notes made during and/or after the interview or focus group?	Yes, after each interview
21	Duration	What was the duration of the interviews or focus group?	60min on average
22	Data saturation	Was data saturation discussed?	Yes
23	Transcripts returned	Were transcripts returned to participants for comment and/or correction?	Yes, if asked
Domain 3: analysis and findings			
Data analysis			
24	Number of data coders	How many data coders coded the data?	One, and reviewed by two researchers (10 and 100% of the data)
25	Description of the coding tree	Did authors provide a description of the coding tree?	Yes
26	Derivation of themes	Were themes identified in advance or derived from the data?	In advance and modified accordingly to the findings (iterative)
27	Software	What software, if applicable, was used to manage the data?	Not applicable
28	Participant checking	Did participants provide feedback on the findings?	Yes
Reporting			
29	Quotations presented	Were participant quotations presented to illustrate the themes / findings? Was each quotation identified? e.g. participant number	Yes, identified with a generic term for the profession
30	Data and findings consistent	Was there consistency between the data presented and the findings?	Yes
31	Clarity of major themes	Were major themes clearly presented in the findings?	Yes
32	Clarity of minor themes	Is there a description of diverse cases or discussion of minor themes?	Yes

1. Tong A, Sainsbury P, Craig J. Consolidated criteria for reporting qualitative research (COREQ): a 32-item checklist for interviews and focus groups. *Int J Qual Health Care.* 2007 Dec;19(6):349–357.

Additional file 3: Sources of information to identify the corporate political of the food industry in Colombia

Nature of the source of information	Source of information	Country-specific URL
	<p>Country-specific website(s) of the industry actor, including CSR webpages or report or website, webpages or information in annual reports of a company's philanthropic activities (or the company's country-specific activities on its international website)</p>	<ul style="list-style-type: none"> o Coca Cola: https://www.coca-cola.com.co/es/co/home/ https://www.coca-colafemsa.com/presencia/presencia-colombia.html o Danone/Alqueria: https://www.mundoalqueria.co/ https://www.alqueria.com.co/ http://www.alqueriaporetubienestar.com/ o Ferrero: no national website o General Mills: no national website o Grupo Bimbo: no national website o Kellogg's: https://www.kelloggs.com.co/es_CO/home.html o Mars: no national website o McDonald's: https://www.mcdonalds.com.co/ o Mondelez: https://www.mondelezinternational.com/colombia o Nestlé: https://www.corporativa.nestle.com.co/ https://www.nestle-contigo.co/ https://www.unidosporminossaludables.com.co/ o PepsiCo: http://www.pepsico.com.co/ o Unilever: no national website o Grupo Nutresa S. A.: https://www.gruponutresa.com/ http://fundacionnutresa.com/ http://www.vidarium.org/ o Postobón: https://www.postobon.com/ https://tomatelavida.com.co/ o Colanta: https://colanta.com/corporativo.html o Alpina:

		<p>https://www.alpina.com/ https://www.fundacionalpina.org/es-es/</p> <p>o Grupo Exito: https://www.grupoexito.com.co/es/ https://www.fundacionexito.org/</p> <p>o Asociación Colombiana de Ciencia y Tecnología de Alimentos (ACTA): https://portal.acta.org.co/</p> <p>o Asociación Nacional de Empresarios de Colombia (ANDI): http://www.andi.com.co/Home/Camara/16-industria-de-alimentos http://www.andi.com.co/Home/Camara/19-industria-de-bebidas http://www.vamoscolombia.org/fundacion-andi/</p> <p>o ILSI NOR-ANDINO: https://ilsinorandino.org/</p> <p>o Decido lo que como: https://decidoloquecomo.com/</p> <p>o Bebidas de tu lado: http://bebidasdeltulado.com/</p>
<p>Government material: Ministries (and related agencies) responsible for diet-related issues</p>	<p>Websites of Ministry in charge of health and related agencies (National level), Ministry of Education</p>	<p>Ministerio de Salud y Protección Social: - https://www.minsalud.gov.co/Paginas/default.aspx</p> <p>Transparencia y acceso a la información pública: https://www.minsalud.gov.co/atencion/Paginas/transparencia-acceso-informacion.aspx</p> <p>INSTITUTO NACIONAL DE SALUD: http://www.ins.gov.co/Paginas/inicio.aspx</p> <p>Ministerio de Educación: https://www.mineducacion.gov.co/1759/w3-channel.html?_noredirect=1</p> <p>Instituto Colombiano de Bienestar Familiar: https://www.icbf.gov.co/</p> <p>Congreso de la República de Colombia: - Senado de la República: http://www.senado.gov.co/</p>
	<p>Websites of the Parliament (National level) and Presidency</p>	

	<p>-> transparencia: http://www.senado.gov.co/transparencia/datos-abiertos</p> <p>- Camara de Representantes: http://www.camara.gov.co/</p> <p>-> transparencia: http://www.camara.gov.co/transparencia-y-acceso-a-la-informacion-publica</p> <p>Presidency of the Republic: https://id.presidencia.gov.co/gobierno/</p>
Register of lobbyists (National level)	Register for the period 2014-2018: http://www.camara.gov.co/participacion-ciudadana/registro-publico-de-cabilderos
Other	Congreso Visible: http://www.congresovisible.org/
Websites of major political parties and websites of commissions in charge of elections (National and State Level)	<p>Consejo Nacional Electoral: https://www.cne.gov.co/tramites-y-servicios/cuentas-claras http://www.cnecontasclaras.gov.co/ - will be the subject of a specific study</p> <p>All parties done, no relevant information</p> <p>Partido Social de Unidad Nacional: www.partidodelau.com</p> <p>Partido Conservador Colombiano: partidoconservador.com</p> <p>Partido Liberal Colombiano: www.partidoliberal.org.co</p> <p>Centro Democrático: www.centrodemocratico.com</p>
Other material	<p>Websites of major universities with a School/Department of nutrition/dietetics</p> <p>Universidad de Antioquia - Escuela de Nutrición y Dietética: http://www.udea.edu.co/wps/portal/udea/web/inicio/unidades-academicas/nutricion-dietetica</p>

	and/or exercise/physical activity	<p>Pontificia Universidad Javeriana - Facultad de Ciencia - Departamento de Nutrición y Bioquímica: https://ciencias.javeriana.edu.co/departamentos-instituto/nutricion-bioquimica</p> <p>Universidad Nacional de Colombia - Facultad de Medicina-Departamento de Nutrición: http://medicina.bogota.unal.edu.co/dependencias/departamentos/nutricion-humana#ejes_misionales-2</p> <p>Foundation for Research in Nutrition and Health, FINUSAD: https://www.finusad.com/</p>
Websites of major conferences in dietetics/nutrition (National level)		<p>XVIII Congreso Colombiano de nutrición y dietética y II Internacional en alimentación y nutrición: https://acodin.org/congreso-2019/</p> <p>33° Congreso de Nutrición Clínica y Metabolismo y 4° Congreso FELANPE Regional Andino: https://www.nutriclinicacolombia.org/congreso/</p> <p>Congreso salud publica Colombia - II Congreso Bienal: https://www.saludpublicacolombia.org/ii-congreso-bienal/</p>
Websites of major professional bodies in dietetics/nutrition (National level)		<p>ACODIN - Asociación Colombiana de Dietistas y Nutricionistas: https://acodin.org/</p> <p>Asociación Colombiana de Nutricion Clínica: http://www.nutriclinicacolombia.org/</p> <p>COLNUD - Colegio colombiano de Nutricionistas Dietistas: http://www.colnud.co/</p> <p>Asociación Colombiana de Salud Pública: https://www.saludpublicacolombia.org/</p> <p>ACOCIB - Asociación Colombiana de Obesidad y Cirugía Bariátrica: https://www.acocib.com/</p>

<p>Industry own material and government</p>	<p>News and media releases</p>	<p>Google News with name of the companies included in our sample</p> <p>Newspapers: El Tiempo: www.eltiempo.com - not freely accessible El Espectador: elespectador.com - not freely accessible</p> <p>Coca Cola: https://twitter.com/cocacolaacol?lang=en Danone Alqueria: https://twitter.com/alqueriaoficial?lang=es Ferrero: excluded as it was only a commercial account to market products Mc Donald's: https://twitter.com/mcdonaldscol?lang=en Nestlé: https://twitter.com/UnidosxNinosCol PepsiCo: https://twitter.com/pepsicolombia?lang=en</p> <p>Alpina: https://twitter.com/alpina Colanta: https://twitter.com/ColantaOficial Postobon: https://twitter.com/postobonoficial Nutresa: https://twitter.com/fnutresa?lang=es https://twitter.com/grupo_nutresa?lang=es</p> <p>Grupo Exito: https://twitter.com/Fundacion_Exito https://twitter.com/Grupo_Exito?ref_src=twsrc%5Etfw</p> <p>ACTA: https://twitter.com/acta_col/ ANDI: https://twitter.com/ANDI_Colombia only data for after 16 May 2019 https://twitter.com/FundacionANDI ILSI NOR-ANDINO: https://twitter.com/ILSINorAndino</p> <p>https://twitter.com/decidoloquecomo - this page started on 3 March 2019 https://twitter.com/bebidasdetulado - no activity since Aug 2018, started again on 15 April 2019</p>
<p>Industry own material</p>	<p>Twitter account (national only)</p>	

Code	Food industry actor	Source	Strategy	Code	Data coded	Notes	Website URL	Date collected
A1	ACTA	Industry website	Coalition management	Health organisations and government bodies Internal	<p>Representación Institucional</p> <p>La trayectoria de ACTA y el potencial que tiene de ofrecer un punto de vista independiente, técnico y con conocimiento del medio, le ha permitido ser considerada como asesora y consejera de diferentes instituciones. Es así como actualmente (...) trabaja en alianza con la Asociación Colombiana de Facultades de Nutrición – ACOFANUD y con la Asociación de Exalumnos de la Universidad de Los Andes – UNIANDINOS, igualmente desarrolla permanentemente actividades con la Cámara de Alimentos de la ANDI y la Cámara Proculfitivos de la misma entidad. También Apoya a la Cámara de Comercio de Bogotá en el área de Agroindustria. A nivel internacional, ACTA pertenece a la Asociación Latinoamericana y del Caribe de Ciencia y Tecnología de Alimentos –ALACCTA-, al International Union of Food Science and Technology –IUFoST-, al Institute of Food Technologists –IFT- a la International Association for Food Protection- IAFP y tiene un convenio de cooperación con la Universidad Politécnica de Valencia–UPV.</p>		https://portal.acta.org.co/representacion-institucional/	13-Aug-19
A2	ACTA	Industry website	Direct involvement and influence in policy Discursive strategy	Direct actors/Indirect access Frame the debate	<p>Ministerio de salud y protección social.</p> <p>Tradicionalmente ACTA ha mantenido una relación continua con el ministerio de salud y protección social de Colombia y apoya difundiendo las diversas normas que se encuentran en consulta pública para su fortalecimiento, actualización y mejoramiento continuo, en la actualidad ACTA por invitación del Ministerio convoca a la industria y expertos del país dando continuidad al trabajo de “Prevención de las enfermedades cardiovasculares en las Américas, mediante la reducción de la ingesta de sal alimentaria en toda la población; el grupo de trabajo de la Estrategia Nacional de Reducción del Consumo de Sal, en el frente de la Industria ha dado inicio a la segunda etapa de trabajo; para ello ha priorizado otro grupo de alimentos de alto contenido de sodio.</p> <p>Los nuevos grupos de alimentos priorizados son: salsas comerciales, sopas, bases, caldos granulados y en cubo, embutidos de pollo, cereales extruidos de desayuno, atún, sardinas, grasas, aderezos y salsas comerciales.</p>		https://portal.acta.org.co/representacion-institucional/	13-Aug-19

A3	ACTA	Industry website	Information management	Suppression	<p>Es nuestro deber llamar la atención al uso indebido del término “ultraprocesado”, el cual empezó a imponerse desde la clasificación NOVA. Desde la ciencia de los alimentos, la clasificación NOVA NO TIENE una base científica coherente. Para el IFT[1] y ALACCTA esta clasificación genera confusión y principalmente desinformación. (...)</p> <p>Ante estas evidencias, es importante hacer claridad que la sociedades científicas en Ciencia y Tecnología de Alimentos, como el IFT, IUFOSt, el Codex Alimentario; buscan generar y transferir nuevo conocimiento; que algunas generalizaciones como que los científicos están siendo patrocinados por la industria, sin la evidencia pertinente, puede llegar a convertirse en injuria. (...)</p> <p>La innovación en nuestra propuesta es incluir en el GDA, EL NÚMERO DE PORCIONES POR ENVASE y regular este número de acuerdo con las GABAS – Guías Alimentarias Basadas en Alimentos para la población colombiana; y no dejarlo al criterio del industrial; y que tanto el etiquetado GDA y el número de porciones sea un parámetro principal para la obtención y renovación de los registros, permisos y notificaciones sanitarias otorgadas por el INVIMA.</p>	See the webpage for more details	https://portal.acta.org.co/ponencia-acta-etiquetado-nutricional/	13-Aug-19
A4	Alpina	Industry website	Information management	Amplification	<p>Componentes de la leche esenciales en el funcionamiento del organismo</p> <p>22 Ene, 2019</p> <p>La leche uno de los alimentos más consumidos en el mundo debido a su alto aporte nutricional, posee componentes que son esenciales en todas las etapas de la vida del ser humano, así como en periodos de embarazo y lactancia.</p> <p>Según la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura FAO, en el mundo, seis mil millones de personas consumen leche. En Colombia, la cifra es de 140 litros al año por persona, de acuerdo con la Asociación Colombiana de Procesadores de Leche, Asoleche. La meta es que en cinco años aumente la preferencia por este alimento y sus derivados alcanzando 170 litros por persona. [Then see details on website]</p>	See here for more examples: https://www.alpina.com/mundo-com/alpina/nutricion	https://www.alpina.com/mundo-com/componentes-de-la-leche	19-Aug-19
A5	Alpina	Industry website	Information management	Amplification	<p>Las grasas de la leche y sus beneficios</p> <p>Debido a su importancia, las investigaciones sobre la leche y sus derivados son constantes. La ciencia dice lo siguiente con respecto a los efectos de las grasas sobre el organismo:</p> <p>El consumo de leche entera no presenta riesgos de padecimiento de enfermedades cardiovasculares en personas sanas.</p> <p>Por el contrario, se ha demostrado que consumir leche mejora la salud cardiovascular.</p> <p>La ingesta de productos lácteos no produce una elevación de los niveles de colesterol en sangre.</p> <p>Sin lugar a dudas, es sorprendente el valor de este alimento. Pero hay más para decir, y es lo que vamos a hacer a continuación.</p>	See more details on the webpage	https://www.alpina.com/mundo-com/alpina/nutricion/grasas-de-leche-importante-para-el-organismo	19-Aug-19
A6	Alpina	Industry website	Information management	Amplification	<p>En este momento nos encontramos en la consolidación de la estrategia de “Ciencia Láctea”, que busca promover el consumo de lácteos en grupos importantes para el país como son el gremio médico, la academia, entidades gubernamentales y gubernamentales, entre otros. Está claro y de lácteos tiene una relación positiva con el crecimiento y desarrollo de las personas en diferentes momentos de la vida, además de proveer casi de manera exclusiva proteínas y nutrientes como el calcio, vitaminas A y D, minerales, fósforo y complejo B, que son esenciales para lograr una alimentación completa y balanceada. Adicionalmente, importantes componentes lácteos pueden cionales sino funcionales, relacionados con salud y bienestar</p> <p>Continuamos consolidando nuestra estrategia de relacionamiento con el gremio</p>	Info also on the Foundation - see details collected from the Foundation webpage for up-to-date info	https://www.alpina.com/Portals/default/Sostenibilidad/Informes-sostenibilidad/Informe-de-Sostenibilidad-2018.pdf	19-Aug-19

A7	ANDI	Twitter	Coalition management	Community	médico para fortalecer la categoría Alpina Baby, entiendo los..... consumidores	<p>ANDI Retweeted Jorge Jesús Montaño Acosta @jormon26 Jul 5</p> <p>Este sábado 8 am con liderazgo @ANDI_Colombia con @AVives y empresas afiliadas como @puertobq @zifbaq @ElectricaribeSA apuestan a festival fútbol con 120 niños en el Moderno de los barrios Rebolo, La Luz, Ferry y Villanueva. @CardenalNoticia @CUARTOPODERHF</p>	<p>https://twitter.com/jormon26/status/1147105023282819074</p>	29-Jul-19
A8	ANDI	Twitter	Coalition management	Internal	<p>ANDI a retweeté</p> <p>Camilo Montes Pineda @CamiloMontes 30 mai</p> <p>Comienza en Santiago de Chile el Encuentro #ALAIAB donde debatiremos asuntos como la lucha contra la obesidad, directrices del @FAOWHOCodex, desarrollo sostenible, entre otros</p> <p>Tengo el honor de ejercer la secretaría de la junta directiva</p> <p>Camilo Montes Pineda @CamiloMontes 31 mai</p> <p>Buena jornada de trabajo en encuentro #ALAIAB en Santiago de Chile</p> <p>Fuerte compromiso con la promoción de hábitos de vida saludable en y con avanzar en economía circular!</p>	<p>https://twitter.com/CamiloMontes/status/1134088499156660225</p>	30-Jul-19	
A9	ANDI	Twitter	Coalition management	Community	<p>Fundación ANDI a retweeté</p> <p>Ejército Nacional de Colombia</p> <p>Compte certifié @COL_EJERCITO 2 févr.</p> <p>Desde #VillaDelRosario voluntarios de @FundacionANDI, soldados de la #BrigadaDeAcciónIntegral , @Ejercito_CAAID, #FeEnColombia, #Brigada30 y @Ejercito_Div2 trabajan en la Escuela María Inmaculada, para crear ambientes escolares agradables.</p>	<p>https://twitter.com/COLEJERCITO/status/1091762418391400449</p>	30-Jul-19	
A10	ANDI	Twitter	Coalition management	Community	<p>Fundación ANDI @FundacionANDI 28 janv.</p> <p>En dos años, 2.700 voluntarios de 149 empresas han participado de los 13 encuentros de #VamosColombia que han beneficiado a más de 7.000 personas. Este año comenzamos en Villa del Rosario, Norte de Santander. #VamosFronteras</p> <p>https://bit.ly/2FMdtsK</p>	<p>https://twitter.com/FundacionANDI/status/1089907799654584321</p>	30-Jul-19	

A11	ANDI	Twitter	Coalition management	Community	<p>Fundación ANDI @FundacionANDI 17 janv.</p> <p>El voluntariado corporativo es una herramienta poderosa para construir confianza y reconciliación como país, inspirando al sector privado a trabajar hombro a hombro con comunidades vulnerables. Nuestra propuesta es #VamosColombia. Conócela y súmate. https://bit.ly/2i7jpl6</p>	see also: https://twitter.com/FundacionANDI/status/1084805810700648449	https://twitter.com/FundacionANDI/status/1085912914131705856	30-Jul-19
A12	ANDI	Industry website	Coalition management	Internal	<p>Bebidas de tu lado</p> <p>¿QUIÉNES SOMOS?</p> <p>“Bebidas de tu lado” es una iniciativa de la Cámara de la Industria de Bebidas de la ANDI que tras un año de la suscripción de 5 compromisos de autorregulación quiere contarte a los colombianos sus avances y logros.</p>		http://bebidasdelatado.com/quienes-somos/	14-Aug-19
A13	ANDI	Twitter	Coalition management Discursive strategy	Community Frame the debate	<p>ANDI a retweeté Felipe Torres @f_felipetorres 4 juil.</p> <p>Empresas de #ANDIBebidas pioneras en programa de reciclaje en Santa Marta 🌱. Claro compromiso del sector con el desarrollo sostenible y el caribe. #MovimientoRE #economiacircular @ANDI_Colombia</p>		https://twitter.com/mf_felipetorres/status/1146792672658677760	30-Jul-19
A14	ANDI	Government website	Direct involvement and influence in policy	Actor in government decision making	<p>REPORT OF THE FORTY-FIFTH SESSION OF THE CODEX COMMITTEE ON FOOD LABELLING Ottawa, Ontario, Canada -13 - 17 May 2019 - List of delegates Codex for Colombia: Dr. Juan Camilo Montes Director de la Cámara de la Industria de Alimentos - ANDI Calle 73 No. 8 – 13 piso 6 Bogotá D.C Colombia (...) Ms Laura Otalora Pharmacist ANDI Carrera 83 N°71-81 piso 3 Bogotá Colombia (...) Mrs Diana Carolina Rojas Gonzalez Representante ANDI ANDI Dirección: Carrera 55ª NO. 134ª – 85. Colombia (...)</p>		http://www.fao.org/fao-who-codexalimentari/us/sh-proxy/en/?lnk=1&url=https%253A%252F%252Fworkspace.fao.org%252Fcodex%252FMeetings%252FCX-714-45%252FFinal%252520Report%252FREPI9_FLe.pdf	20-Aug-19

A15	ANDI	Twitter	Direct involvement and influence in policy	Actor in government decision making	<p>ANDI a retweeté Felipe Torres @f_felipetorres 25 juin</p> <p>La Cámara de la Industria de Bebidas de la ANDI apoya el debate técnico sobre el etiquetado que se debe adoptar en Colombia, este debate debe incluir al Gobierno, la academia, la sociedad civil, las agremiaciones y el sector privado.</p> <p>#EmpresariosEtiqueten @ANDI_Colombiana</p>	<p>https://twitter.com/f_felipetorres/status/1143501479757721600</p>	30-Jul-19
A16	ANDI	Twitter	Direct involvement and influence in policy	Indirect access	<p>Camilo Montes Pineda @CamiloMontes</p> <p>12 juin</p> <p>En junta #ANDIAlimentos tuvimos conversatorio con Rep @oscardarioperez hablamos:</p> <ul style="list-style-type: none"> + Metas y oportunidades del Plan Nacional de Dilo + Avances en Empleo, PIB, Exportaciones del sector + Herramientas de la ley de financiación + Desarrollo Agroindustrial <p>Gracias por su presencia!</p>	<p>https://twitter.com/CamiloMontes/status/1138875209514196992</p>	30-Jul-19
A17	ANDI	Twitter	Direct involvement and influence in policy	Indirect access	<p>ANDI a retweeté Presidencia Colombia Compte certifié @infopresidencia 21 mai</p> <p>El Presidente @IvanDuque clausurará en la tarde de este martes la 75° Asamblea Seccional de la @ANDI Colombia Bogotá-Cundinamarca-Boyacá, con un diálogo que sostendrá con los empresarios de esta región del país.</p> <p>>>> https://bit.ly/2Qg45A4</p>	<p>https://twitter.com/infopresidencia/status/1130662697450835968</p>	30-Jul-19
A18	ANDI	Media	Direct involvement and influence in policy Discursive strategy	Actor in government decision making	<p>Es necesario avanzar en un etiquetado frontal informativo para los alimentos</p> <p>Durante las últimas semanas hemos participado en dos audiencias públicas sobre dos proyectos de ley que buscan regular el etiquetado frontal de los productos alimenticios, lo cual refleja la alta importancia que tiene este tema para los colombianos. Un análisis por Camilo Montes, director de la Cámara de la Industria de Alimentos de la Andi.</p> <p>Si bien desde la industria aplaudimos los esfuerzos que ha hecho el Congreso de la República para poner este tema en la agenda pública, es claro que el país no puede avanzar solo en el frente regulatorio, sino que esta debe ser una tarea multisectorial para afrontar desafíos de salud pública como lo son la obesidad, la diabetes y otras enfermedades crónicas no transmisibles.</p> <p>Es por esto que desde la industria hemos implementado de forma voluntaria, a partir de 2016, un etiquetado frontal en más de 4.771 referencias alimenticias, para que los colombianos puedan comenzar a tomar decisiones sobre su alimentación sin necesidad de alarmismo. Además, esto es solo el primer paso, porque no podemos olvidar que la obesidad es multifactorial y se deben afrontar otros problemas como la inactividad física.</p>	<p>https://www.dinero.com/pais/articulo/es-necesario-avanzar-en-un-etiquetado-frontal-informativo-para-los-alimentos-por-camilo-montes/272464</p>	22-Aug-19

A19	ANDI	Industry website	Discursive strategy	Frame the debate	Promovemos entornos saludables: como complemento a las actividades individuales de las empresas afiliadas, desarrollamos acciones colectivas de posicionamiento de la industria, liderando campañas de responsabilidad social para la promoción de hábitos de vida saludables y educación de los consumidores en los asuntos relacionados con la alimentación, especialmente entre la población infantil.	http://www.andi.com.co/Home/Camara/16-industria-de-alimentos	29-Jul-19
A20	ANDI	Industry website	Discursive strategy	Economy	Posicionar al sector de alimentos como motor de desarrollo económico y social del país a través de su liderazgo, competitividad y sostenibilidad y bajo el enfoque de cadena de valor. Para lograrlo, nuestras actividades se orientan a impulsar el desarrollo y el crecimiento de la industria de los alimentos, generando espacios de participación y promoviendo la adopción de políticas públicas que contribuyan con los objetivos legítimos del Estado de forma competitiva, proporcional y razonable.	http://www.andi.com.co/Home/Camara/16-industria-de-alimentos	29-Jul-19
A21	ANDI	Industry website	Discursive strategy	Frame the debate	Promovemos la autorregulación: dentro del complejo y multifactorial universo determinante del desarrollo de las enfermedades crónicas no transmisibles, trabajamos en los frentes de mayor impacto dentro de nuestras industrias. Ese trabajo se refleja no en compromisos sino en acciones concretas adelantadas, conjunta e individualmente, por las empresas del sector.	http://www.andi.com.co/Home/Camara/16-industria-de-alimentos	29-Jul-19
A22	ANDI	Twitter	Discursive strategy	Coalition management Frame the debate	ANDI a retweeté Bruce Mac Master Compte certifié @BruceMacMaster 29 juil. Las Empresas en Colombia han tenido una presencia histórica en el apoyo a las actividades deportivas que hoy nos dan tantas alegrías Estas son algunas de las que mayor presencia han tenido por años en este proceso	https://twitter.com/BruceMacMaster/status/1155894118729605120	29-Jul-19
A23	ANDI	Twitter	Discursive strategy	Frame the debate	ANDI a retweeté Felipe Torres @J_felipetorres 24 juil. Felipe Torres a retweeté ANDI Desde #ANDIBebidas apoyamos iniciativas que promuevan la educación y los hábitos de vida saludable. El autocuidado es una de las principales herramientas para mejorar la salud de cualquier persona. #Autocuidado #HinchasDelAutocuidado @ANDI_Colombia	https://twitter.com/felipetorres/status/1154157981069651968	29-Jul-19
A24	ANDI	Twitter	Discursive strategy	Frame the debate	ANDI a retweeté Camilo Montes Pineda @CamiloMontes 25 juin Estamos tan de acuerdo con que #EmpresariosEtiqueten que promovemos la implementación de un #EtiquetadoFrontalInformativo, que desde hace algunos años empezamos a implementarlo de manera voluntaria, con el fin de brindar a los consumidores información clara	https://twitter.com/CamiloMontes/status/1143502260573523968	30-Jul-19

A25	ANDI	Twitter	Discursive strategy	Economy	<p>Camilo Montes Pineda @CamiloMontes 12 juin La Industria de alimentos en Colombia es un motor del desarrollo económico y social: + Gran generador de empleo formal (260.000 trabajadores) + Más de 65.000 empresas (98% Mipymes) + Altamente Exportador: Más de USD900 mill a 129 países ¡Creamos bienestar económico y social!</p>	<p>https://twitter.com/CamiloMontes/status/1138875209514196992</p>	30-Jul-19
A26	ANDI	Twitter	Discursive strategy	Frame the debate	<p>ANDI @ANDI_Colombia 27 mai Plus Es necesario avanzar en un etiquetado frontal informativo para los alimentos. Columna de @CamiloMontes Dir de Cámara #ANDIAlimentos en https://www.dinero.com/pais/articulo/es-necesario-avanzar-en-un-etiquetado-frontal-informativo-para-los-alimentos-por-camilo-montes/272464 ... vía @RevistaDinero @BruceMacMaster</p>	<p>https://twitter.com/ANDI_Colombia/status/1132993082167894017</p>	30-Jul-19
A27	ANDI	Twitter	Discursive strategy	Frame the debate	<p>Fundación ANDI @FundacionANDI 27 juin En alianza con Fundación ANDI, productores de cebolla aseguran proveeduría a multinacional Nestlé</p>	<p>https://twitter.com/FundacionANDI/status/1144222595610529793</p>	30-Jul-19
A28	ANDI	Twitter	Discursive strategy	Governance	<p>Adicionalmente, es esencial que el etiquetado esté alineado con las Guías de Etiquetado Nutricional del Codex Alimentarius, establecido por la FAO y la OMS y del cual Colombia hace parte junto con 187 países, para que se le facilite al consumidor elegir su alimentación con discernimiento a partir de sus propias realidades nutricionales.</p>	<p>https://twitter.com/FundacionANDI/status/1085912914131705856</p>	30-Jul-19
A29	ANDI	Twitter	Discursive strategy	Frame the debate	<p>Bogotá, 17 de junio de 2019. La Cámara de la Industria de Alimentos considera primordial que se dé un debate sobre el etiquetado frontal con base en información técnica y científica que respalde cualquier decisión que pueda tener un impacto en la salud pública. Además, este debe proveer información clara, veraz y suficiente, lo cual tendría que ir acompañado de educación para que los consumidores puedan interpretar las cantidades para tomar decisiones conscientes de lo que consumen. En ese sentido, es importante tener en cuenta que existen más de 24 formas diferentes de etiquetado que se están discutiendo en el mundo. “Estamos de acuerdo en la implementación y regulación del Etiquetado Frontal Informativo, que al día de hoy solo se encuentra presente en los alimentos de forma voluntaria, porque la norma nacional aún no exige de manera obligatoria su uso, como sí sucede en otros países del mundo. (...) De hecho, las empresas han implementado el etiquetado frontal desde 2016 en más de 4.771 referencias de alimentos, el cual provee información con referencia en las porciones efectivamente consumidas, respeta la autonomía y preserva el derecho de elección del consumidor. Además, presenta la cantidad y el aporte a la dieta de una</p>	<p>http://www.andi.com.co/Home/Noticia/12432-el-etiquetado-de-alimentos-debe-responder</p>	30-Jul-19

A30	ANDI	Twitter	Discursive strategy	Frame the debate	<p>porción del alimento respecto a nutrientes sensibles como grasas, azúcar y sodio. Así como la cantidad de energía (calorías).</p> <p>"Tenemos que revisar entre todos los actores (industria, ONG, Congreso, academia, Gobierno, consumidores) el modelo que más se ajuste a las necesidades nutricionales de los colombianos, y esto incluye que discutamos la forma, el tamaño, el color y los íconos que le permitan al consumidor tomar decisiones informadas. Además, debería ser obligatorio", añade Montes. (...)</p> <p>Por lo tanto, "reiteramos desde la Cámara de la Industria de Alimentos de la ANDI que estamos comprometidos en trabajar conjuntamente con autoridades y consumidores para lograr contar con estándares que permitan prevenir desafíos de salud pública, educar a los consumidores y seguir alimentando responsablemente a los colombianos, desde una industria que le apuesta al consumidor, al crecimiento y desarrollo empresarial, a la generación de empleo, a las exportaciones y a la competitividad del país".</p>	<p>https://www.andi.com.co/Home/Noticia/12432-el-etiquetado-de-alimentos-debe-responder</p>	30-Jul-19
A31	ANDI	Media	Information management	Amplification Suppression	<p>A diferencia de otras opciones de etiquetado, el GDA no discrimina, educa sobre el aporte nutricional de cada alimento y ayuda a los consumidores a tomar decisiones de consumo responsable que se ajustan a su estilo de vida y hábitos alimenticios. Desde 2016 las empresas vinculadas a la Cámara de la Industria de Bebidas de la ANDI adoptaron el GDA como esquema de autorregulación. (...) Algunos de los principales riesgos de los etiquetados de advertencia son: i) desconocen la normativa internacional, ii) no cuentan con fundamento científico y iii) en los países que se han implementado hasta el momento (caso Chile) no evidencian un impacto en la reducción de la obesidad.</p>	<p>https://m.portafolio.co/negocios/costo-beneficio-del-etiquetado-en-los-alimentos-y-las-bebidas-531934</p>	21-Aug-19
A32	ANDI	Twitter	Information management	Suppression	<p>ANDI a retweeté Felipe Torres @j_felipetorres 26 jul. Plus</p> <p>El debate sobre etiquetado carece de un riguroso análisis costo-beneficio según lineamientos de la @OECD. ¿Sabemos el impacto de esta medida en Mipymes que son el 95% del aparato productivo y sustento de miles de familias colombianas? @ANDI_Colombia</p>	<p>https://twitter.com/j_felipetorres/status/1154736778173132801</p>	29-Jul-19
A33	ANDI	Twitter	Information management	Amplification	<p>ANDI a retweeté Bruce Mac Master Compte certifié @BruceMacMaster 25 juin</p> <p>El sector alimentos representados en la @ANDI_Colombia está de acuerdo con una reglamentación de etiquetado obligatorio. Son muchos los modelos del mundo, dentro de ellos el de la Unión Europea es considerado uno de los más modernos por la completa información que ofrece</p>	<p>https://twitter.com/BruceMacMaster/status/1143528144839880709</p>	30-Jul-19

A34	ANDI	Twitter	Information management Discursive strategy	Amplification Frame the debate	<p>ANDI @ANDI_Colombia 25 juin</p> <p>La Cámara Industria #AlimentosANDI en su proceso de innovación constante, ha asumido una serie de compromisos relacionados con brindar un sistema de etiquetado que le dé al consumidor información clara y completa, para así generar un cambio positivo en los hábitos de consumo.</p>	https://twitter.com/ANDI_Colombia/status/1143518652349767681	30-Jul-19
A35	ANDI	Twitter	Information management Discursive strategy	Amplification Frame the debate	<p>ANDI a retweeté Camilo Montes Pineda @CamiloMontes 19 juin</p> <p>Hoy están en discusión más de 24 formas diferentes de #EtiquetadoFrontal en el mundo.</p> <p>Inclusive @FAOWHO Codex está trabajando el tema a nivel global! Aquí nuestra posición desde #ANDIAlimentos http://www.andi.com.co/Home/Noticia/12432-el-etiquetado-de-alimentos-debe-respond ...</p>	https://twitter.com/CamiloMontes/status/1141383271642779655	30-Jul-19
A36	ANDI	Twitter	Information management Discursive strategy	Amplification Frame the debate	<p>ANDI a retweeté Camilo Montes Pineda @CamiloMontes 18 juin</p> <p>Durante estos días, desde #ANDIAlimentos, hemos explicado a los colombianos la importancia de debatir sobre el #EtiquetadoFrontalInformativo que tenga como base información técnica y científica para respaldar cualquier decisión en la salud pública. http://www.andi.com.co/Home/Noticia/12432-el-etiquetado-de-alimentos-debe-respond ...</p>	https://twitter.com/CamiloMontes/status/1140799611650662400	30-Jul-19
A37	ANDI	Twitter	Information management Discursive strategy	Amplification Frame the debate	<p>Bebidas de tu lado a retweeté ANDI @ANDI_Colombia 15 mai</p> <p>Cámara Industria #BebidasANDI Aprende y enseña a otros a leer el etiquetado GDA de las bebidas. Así, con #InformaciónClara, llevar una dieta balanceada será más fácil. #DeTuLado @I_felipetorres</p>	https://twitter.com/ANDI_Colombia/status/1128721710377832450	12-Aug-19
A38	ANDI	Industry website	Information management Discursive strategy	Amplification Frame the debate	<p>El temido mito del sabor (...) de acuerdo con Camilo Montes, director Ejecutivo de la Cámara de la Industria de Alimentos de la ANDI, los dulces deben ser visto como 'indulgencias'. Sin duda, lo más importante es mantener un equilibrio y un balance en la dieta para asegurar una buena salud que incluya diversidad en la alimentación de acuerdo a las necesidades y actividades de la vida diaria.</p>	https://decidolo.quecomo.com/mitos-y-tendencias/el-temido-mito-del-sabor/	14-Aug-19

A39	ANDI	Twitter	Information management	Amplification	Para nuestro sector, un etiquetado de advertencia sataniza todas las categorías de alimentos procesados por la industria, además el etiquetado de octógonos de advertencia, solo ha sido implementado en un país, aún sin resultados positivos en salud pública”, explica Camilo Montes, Director de la Cámara de la Industria de Alimentos de la ANDI.	http://www.andi.com.co/Home/Noticia/12432-el-etiquetado-de-alimentos-debe-respond	30-Jul-19
A40	ANDI ACTA	Media	Information management	Suppression	De acuerdo con Liliana Peralta, presidente de la Asociación de Ciencia y Tecnología de Alimentos, ACTA, la ponencia como estaba definida de los sellos de alto en azúcar y en nutrientes específicos, tiene un inconveniente y es que está basada en un sistema de clasificación de alimentos que no tiene una base científica fuerte y habla de los mal llamados alimentos procesados. Entonces, lo que podría causar es miedo en el consumidor y no va a producir cambio en la industria como pasó con Chile. “En Chile se pusieron los sellos con base en guías alimentarias y lo que ha pasado es que al final el consumidor no los deja de comprar, y el sello se volvió un paisaje y no pasa absolutamente nada porque no están diseñados basándose en qué puedan decir los contenidos, sino que se volvió más emocional”, explica la presidente de la ACTA. De igual manera, Luis Felipe Torres, director ejecutivo de la Cámara de Bebidas de la Asociación Nacional de Empresarios (Andi), considera que la industria está de acuerdo con que se establezcan en los alimentos y en las bebidas etiquetados frontales para informar mejor a los consumidores: “no nos oponemos estamos de acuerdo, pero el debate es frente a cuál es el etiquetado que debe implementar el país, pues a nivel internacional existen alrededor de 27 modelos de etiquetado, eso lo que muestra es que es un tema bastante variado porque depende de las condiciones y necesidades de cada una de las poblaciones que existen”. En este mismo sentido, Camilo Montes, director ejecutivo de la Cámara de Alimentos de la Andi, precisa que “indiscutiblemente el etiquetado es una herramienta a través de la cual los consumidores acceden a más información fundamental en la construcción de los hábitos de los consumidores y, específicamente, en el caso de los alimentos es la oportunidad de acceder para construir dietas balanceadas”.	https://www.elpais.com.co/economia/etiquetas-en-alimentos-altos-en-azucar-no-pasaron-en-el-congreso-se-debe-insistir.html	06-Aug-19
A41	ANDI ACTA	Media	Information management Discursive strategy	Amplification Frame the debate	Recuerda Montes que desde el año 2016 la Cámara de Alimentos se viene implementando un etiquetado frontal informativo por porciones en términos de la cantidad de nutrientes que son sensibles en términos de salud pública como son las grasas, los azúcares y el sodio. Para Montes se debe dar una discusión para que se implemente lo que realmente le sirve al consumidor colombiano en cuanto al tamaño, el color, la forma, los iconos en términos de las preferencias de los consumidores. Hoy en Colombia no es obligatoria esa información, pero se ha adoptado de forma voluntaria y al menos 4.770 alimentos que hacen parte de la categoría de la industria de los alimentos tienen etiquetado que no es universal y es el GDA, que contiene porcentajes de la tabla nutricional y que actualmente la usan 57 países y que nació en el Reino Unido finalizando los años 90.	https://www.elpais.com.co/economia/etiquetas-en-alimentos-altos-en-azucar-no-pasaron-en-el-congreso-se-debe-insistir.html	06-Aug-19
A42	Coca-Cola	Industry website	Coalition management	Community	Vehículo atención de emergencias Mas de 5.800.000 Lt de agua potable han sido entregados desde el 2010 a poblaciones vulnerables y con escasez de este recurso, a través del vehículo atención de emergencias.	https://www.coca-colafemsa.com/colombia/nuestra-gente-	13-Aug-19

A43	Coca-Cola	Industry website	Coalition management Discursive strategy	Community Frame the debate	COLOMBIA Vive bailando es un modelo de intervención social que se enfoca en los adolescentes; a través de clases de baile como una herramienta transformacional, promovemos un estilo de vida sano y un impacto positivo y sostenible en su conducta, liderazgo, unidad familiar y capacidad de cambiar su entorno afectado por la violencia.	https://img.coca-colafemsa.com/assets/files/es/inversionistas/Coca-Cola-FEMSA-Reporte-Anual-2018.pdf	13-Aug-19	
A44	Coca-Cola	Media	Direct involvement and influence in policy	Threats (unemployment)	Tras la aprobación de la ley de financiamiento, la multinacional mexicana Coca-Cola Fems –embotellador en el país de la emblemática marca de gaseosas y refrescos estadounidense– anunció el retiro de 177 empleados en Colombia. Durante el trámite de la reforma tributaria, Coca-Cola Fems dijo que aumentar los gravámenes a gaseosas tendría efectos contraproducentes para la economía. El Estado recibirá cerca de un billón de pesos anuales por el llamado IVA pluri-fásico a esos productos y a la cerveza. Según Coca-Cola Fems Colombia, la compañía se afectó de manera importante, haciendo necesario e inminente ajustar el modelo operativo y la estructura organizacional a las nuevas condiciones tributarias y de mercado. Por su parte, el Sistema Coca-Cola, conformado por The Coca-Cola Company y Coca-Cola Fems Colombia, dijo que no renovará su contrato de patrocinio para las selecciones oficiales de fútbol de Colombia, que duró cuatro años. “Las razones de esta decisión están soportadas tanto en factores de la coyuntura de nuestro sector como en nuestra estrategia de negocio. En ningún caso está relacionada con alguna diferencia con la Federación Colombiana de Fútbol (FCF) o tiene relación alguna con procesos judiciales o investigaciones por parte de la Fiscalía”, sostuvo.	See here as well: https://www.eltiempo.com/economia/empresas/despidos-en-coca-cola-en-colombia-318518 and https://www.eltiempo.com/economia/empresas/coca-cola-retira-patrocinio-a-colombia-y-realiza-despidos-318032	https://www.eltiempo.com/economia/empresas/despidos-en-coca-cola-en-colombia-318518 https://www.eltiempo.com/economia/empresas/coca-cola-retira-patrocinio-a-colombia-y-realiza-despidos-318032	06-Aug-19
A45	Coca-Cola	Twitter	Discursive strategy	Frame the debate	Bebidas de tu lado @bebidasdetulado 22 juil. Dentro del marco de #ApúntateAMoverte, la Corporación Juego y Niñez gracias al apoyo de @CocaColaColy @FEMSA desarrollo vacaciones recreativas beneficiando a 655 niños en 7 municipios del país. #VidaBalanceada	https://twitter.com/bebidasdetulado/status/1153303684614197250	12-Aug-19	
A46	Coca-Cola	Twitter	Discursive strategy	Frame the debate	Bebidas de tu lado @bebidasdetulado 22 juil. #VidaBalanceada: Con el apoyo de la @FundacionFEMSA , la Corporación Juego y Niñez pudo enseñar con Ludonutrición hábitos de vida saludables a más de 4 mil estudiantes. Más información en http://www.bebidasdetulado.com	https://twitter.com/bebidasdetulado/status/1153107393007382529	12-Aug-19	
A47	Coca-Cola	Twitter	Discursive strategy	Frame the debate	Bebidas de tu lado @bebidasdetulado Una dieta balanceada y una vida activa son bases del bienestar. Con #JuntosContamos, las bebidas apoyamos este propósito. Visita http://co.juntoscontamos.com #VidaBalanceada #DeTuLado	https://twitter.com/bebidasdetulado/status/1152994145860034561	12-Aug-19	

						10:30 - 21 juil. 2019						
A48	Coca-Cola	Twitter	Discursive strategy	Frame the debate		Bebidas de tu lado @bebidasdetulado 6 juil. El juego es una herramienta pedagógica fundamental en el aprendizaje. Es por ello que la @FundacionFEMSA financia programas como Ludonutrición. Visita http://www.bebidasdetulado.com para más información sobre una #VidaBalanceada.			https://twitter.com/bebidasdetulado/status/1147497929755619328	12-Aug-19		
A49	Coca-Cola	Twitter	Discursive strategy	Frame the debate		Bebidas de tu lado @bebidasdetulado 20 jun Ludonutrición, el programa que promueve hábitos de vida saludables y activos financiado por la @FundacionFEMSA, benefició a más 4 mil niños en Tocancipá, Montería y Cartagena. #VidaBalanceada	Many more Tweet about this		https://twitter.com/bebidasdetulado/status/1141692175375319040	12-Aug-19		
A50	Coca-Cola	Twitter	Discursive strategy	Frame the debate		Bebidas de tu lado @bebidasdetulado 7 jun El proyecto #ApúntateAMoverte durante 2 años logró implementar de manera satisfactoria estrategias pedagógicas para que 24.000 niños entendieran la importancia y practicarán al menos 60 minutos diarios de actividad física.			https://twitter.com/bebidasdetulado/status/1136981134104047616	12-Aug-19		
A51	Coca-Cola	Industry website	Discursive strategy	Frame the debate		Coca-Cola FEMSA esta presente en Colombia hace mas de una década fortaleciendo su compromiso con el país a través de una robusta estrategia de sostenibilidad que genera valor económico, social y ambiental para la transformación positiva de las comunidades en Colombia. (...) Con diversas iniciativas y proyectos estratégicos, la compañía busca transformar positivamente las comunidades donde opera por medio de la generación de valor económico, social y ambiental.			https://www.coca-colafemsa.com/presencia/presencia-colombia.html	13-Aug-19		
A52	Coca-Cola	Twitter	Information management Discursive strategy	Amplification Frame the debate		Bebidas de tu lado @bebidasdetulado 25 juil. Enseñar a los niños a cuidar y amar su cuerpo a través del juego, la actividad física, la hidratación y una correcta alimentación fue un propósito de #ApúntateAMoverte. #VidaBalanceada	See here as well: https://twitter.com/bebidasdetulado/status/1152729904561172480		https://twitter.com/bebidasdetulado/status/1154390852468219904	12-Aug-19		
A53	Coca-Cola	Industry website	Discursive strategy	Frame the debate		Apuntate a moverte El sistema Coca-Cola busca generar hábitos duraderos para promover una vida saludable y activa en niños, de manera que se cumpla con la recomendación de la Organización Mundial de la Salud de moverse al menos 1 hora por día y satisfacer las necesidades de alimentación e hidratación en el entorno escolar, con la formación de educadores, padre, 24,000 niños entre 6 y 12 años de 10 municipios del país han sido beneficiados.			https://www.coca-colafemsa.com/presencia/colombia/nuestra-gente-colombia.html	13-Aug-19		

A54	Coca-Cola	Industry website	Information management Discursive strategy	Amplification Frame the debate	Educacion alimentaria Es una iniciativa de educacion donde fomentamos estilos de vida activa y saludable y proporcionamos hechos y datos para contribuir a la toma de decisiones informadas a la hora de escoger alimentos. Este proyecto lo desarrollamos en asocio con la Fundacion Alpina y consiste en brindar a los mas jovenes informacion util para la toma de decisiones en sus habitos alimenticios. LLas charlas tratan diferentes tematicas como: alimentacion balanceada, educacion nutricional para la toma de decisiones informadas e hidratacion. Ya son 1300 ninos capacitores en localidad de Fontibon en Bogota	https://www.coca-colafemsa.com/bia/nuestra-gente-colombia.html	13-Aug-19
A55	Coca-Cola	Industry website	Information management Discursive strategy	Amplification Frame the debate	Charlas de nutricion Desarrollamos espacios informativos, dirigidos a entidades gubernamentales, en los que brindamos informacion sobre el balance energetico y la adecuada hidratacion, contribuyendo a la promocion de estilos de vida activaa y saludable. A la fecha, hemos beneficiado a mas de 900 personas.	https://www.coca-colafemsa.com/bia/nuestra-gente-colombia.html	13-Aug-19
A56	Colanta	Twitter	Coalition management	Community	Colanta @ColantaOficial May 9 Colanta mejora las condiciones educativas de los niños y jóvenes de la IE Tricentenario de Medellín. Invirtió en mobiliario para sus áreas administrativas y comunes, además de mejoras tecnológicas. Colanta hacia la educación con calidad. En alianza con @AlcaldiaMed	https://twitter.com/ColantaOficial/status/1126542428520034304	07-Aug-19
A57	Colanta	Twitter	Coalition management	Health organisations Community	Colanta Retweeted Alcaldía de Sonsón @sonsonprogre Apr 30 Con la vinculación de @ColantaOficial @comare Cooabejorral, @Bancolombia @Davivienda @BancoAgrario la ESE hospital San Juan de Dios, la mesa municipal de Infancia y Adolescencia, clausuró esta tarde el mes de la niñez 🎉 en el parque principal.	https://twitter.com/sonsonprogre/status/1123371945112866816	07-Aug-19
A58	Colanta	Twitter	Coalition management	Community	Colanta @ColantaOficial Mar 1 En este 2019 volvimos a hacer esas donaciones que nos hacen felices. Más de 200.000 cuadernos fueron regalados a niños y niñas de Colombia. Colanta Sabe Más, Sabe a Campo.	https://twitter.com/ColantaOficial/status/1101521494650306560	07-Aug-19
A59	Colanta	Twitter	Coalition management	Community	Colanta Retweeted Alcaldía de Cereté. @AlcaldiaCere Feb 19 Hace pocos días llegamos con @ColantaOficial a Martínez y La Ceibita, donde se distribuyeron los más de 3.500 cuadernos de su donación para niños de 1° a 3° 🎉🎉. Aquí les contamos cómo fue la visita de ese día. Seguimos gestionando más aportes como este. 📺#ProgresoSeguro	https://twitter.com/AlcaldiaCere/status/1095794565506846721	07-Aug-19
A60	Colanta	Industry website	Coalition management	Government bodies	El espíritu altruista de COLANTA se ratifica también con el apoyo, a través de un distribuidor, al programa “Vaso de leche” de la Alcaldía de Medellín, en escuelas y	https://colanta.com/corporativo/	13-Aug-

A61	Colanta	Twitter	Coalition management	Government bodies (foreign)	<p>colegios de la capital antioqueña y que beneficia a 120 mil niños cada día con una bolsita de leche fortificada y adicionada con vitaminas de 200 centímetros cúbicos, para combatir la desnutrición infantil.</p> <p>COLANTA suscribió contrato mediante el cual atiende el Programa Maná de la Gobernación de Antioquia. Son 140 mil niños a los que diariamente se les suministra una ración de leche en polvo saborizada, como golosina complemento nutricional y la cual pueden consumir directamente o diluyéndola en agua. El Ex Gobernador de Antioquia Luis Alfredo Ramos, lo extendió a los 365 días del año.</p> <p>Con el programa del Ex Presidente de La República, Alvaro Uribe, denominado “Desayunos Infantiles” y ejecutado a través del Instituto Colombiano del Bienestar Familiar – ICBF, COLANTA suministra a la población infantil de bajos recursos más 500 mil raciones de leche saborizada líquida y una galleta fortificada.</p> <p>(...) En síntesis COLANTA es un claro ejemplo de lo que se puede lograr gracias al sistema cooperativo y a la solidaridad de asociados, trabajadores y consumidores y a los gobiernos que entienden los beneficios de este sistema como solución con un solo objetivo: contribuir con el desarrollo del campo y el fortalecimiento de la economía del país.</p> <p>(...) Donaciones de Leche en todo el país</p> <p>Durante años COLANTA les ha comprado a los campesinos los excedentes de leche en época de abundancia para distribuirlos gratuitamente a las clases menos favorecidas del país, con prelación a los niños, madres, ancianos y desplazados. En los últimos seis años ha regalado 55 millones de litros de leche en capitales de Colombia como Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla, Armenia. Pereira y Manizales.</p> <p>Colanta Retweeted</p> <p>US Embassy Bogota Verified account @USEmbassyBogota Jul 22</p> <p>MT @usaid_colombia: 28 #FuturosLecheros del país se reúnen en #Agroexpo2019 para compartir y aprender de sus procesos productivos. @ColantaOficial @USEmbassyBogota</p> <p>#AlianzasCompetitivas #YucaAmargaParaUnaDulceLeche #CosecheYVendaLaFija #ElCampoEsDeTodos</p>	See also (and additional examples online) https://twitter.com/USAID_Colombia/status/1151882832119312384	https://twitter.com/USEmbassyBogota/status/1153319010139869185	07-Aug-19
A62	Colanta	Twitter	Coalition management	Government bodies Media	<p>Colanta Retweeted</p> <p>Radio Más COLANTA @RadiomasColanta Jul 22</p> <p>Los integrantes del Equipo Radio Más estamos felices por el éxito del Festival Colanta, expresado por el gerente, Sergio González Villa y la jefa del Departamento de Educación y Promoción Cooperativa, Cecilia Sofía Cardona Escudero.</p>		https://twitter.com/RadiomasColanta/status/1153424584470929409	07-Aug-19

A63	Colanta	Industry website	Information management	Amplification	<p>Frente a esta situación, los científicos y expertos de la salud, no solo reiteran la importancia que tiene incluir leche y productos lácteos en la dieta diaria, sino que también desmienten los mitos que han alejado a cientos de consumidores de este alimento.</p> <p>De acuerdo con la Fundación Iberoamericana de Nutrición (FINUT), la leche y sus derivados se constituyen como un alimento vital e irremplazable en la dieta tanto de niños, como de adultos, por su alto valor nutricional, ya que es una excelente fuente de proteína, grasas, vitaminas y minerales.</p> <p>Además de aportar energía, calcio y zinc, nutrientes esenciales para el crecimiento y óptimo desarrollo de todos los seres humanos.</p> <p>En este sentido, la leche y los productos lácteos son alimentos básicos en una dieta saludable y equilibrada, pues cuenta con nutrientes necesarios para llevar una vida sana.</p> <p>Por todo lo anterior, es más que válido afirmar que la leche y sus derivados son alimentos irremplazables. Y no debe eliminarse su consumo, a menos que sea por recomendación médica.</p>	<p>Much more examples of amplification with no references to scientific literature: https://colanta.com/sabemas/noticias/nutricion/5-mitos-sobre-la-leche-y-su-consumo/ https://colanta.com/consejos-paralograr-una-alimentacion-saludable-2/</p>	13-Aug-19	https://colanta.com/sabemas/noticias/nutricion/5-mitos-sobre-la-leche-y-su-consumo/
A64	Colanta	Industry website	Information management	Amplification	<p>El queso es uno de los derivados lácteos más beneficiosos para la salud, gracias a su aporte de proteínas de alto valor biológico, vitaminas y minerales, como fósforo y calcio. Asimismo, los bajos niveles de lactosa presente en algunos quesos, lo convierten en un alimento de fácil digestión.</p> <p>El alto contenido de calcio y vitaminas A, B, D, E y K, son indispensables para la sana salud del sistema óseo. El triptófano, aminoácido presente en el queso, aumenta los niveles de serotonina y melatonina, sustancias químicas que ayuda a regular el apetito, estado de ánimo y ciclo del sueño, respectivamente.</p> <p>Según los últimos estudios publicado por la Universidad de Copenhague, el consumo de queso no aumenta los niveles de colesterol LDL y además ayuda a prevenir la diabetes tipo 2.</p> <p>Finalmente, el queso puede ayudar a prevenir la aparición de caries, pues su consumo estimula la producción de saliva. Después de todo, la costumbre de comer una pequeña porción de queso a manera de postre, tiene una razón que va más allá de lo puramente gastronómico.</p>	<p>https://colanta.com/sabemas/noticias/por-que-es-bueno-comer-queso/</p>	13-Aug-19	https://colanta.com/sabemas/noticias/por-que-es-bueno-comer-queso/

A65	Colanta	Industry website	Information management	Amplification	<p>Gracias a su alto valor nutricional, la leche y sus derivados se consideran alimentos indispensables en la dieta de cualquier ser humano, especialmente si es menor de 25 años.</p> <p>En los últimos años han surgido movimientos que han descalificado este grupo de alimentos y sus propiedades, hasta lograr que cada vez más jóvenes eliminen de su dieta el consumo de leche y productos lácteos.</p> <p>De acuerdo con la Sociedad Nacional para la Osteoporosis del Reino Unido, los jóvenes menores de 25 que reducen o eliminan de su dieta la leche, yogures y quesos no desarrollan huesos, ni dientes lo suficientemente fuertes para la vida adulta y corren el riesgo de padecer múltiples afecciones óseas, diabetes y sobrepeso en el largo plazo.</p> <p>Lo que más alarma a los profesionales de la salud, es que las nuevas generaciones al suspender los lácteos no reemplazan la ingesta de calcio, zinc, proteína, grasas y de más nutrientes presentes en la leche y sus derivados.</p> <p>Por lo anterior, los expertos recomiendan no eliminar los lácteos de la alimentación diaria, pues son uno de los alimentos más completos y necesarios para un sano crecimiento y óptimo desarrollo en la juventud.</p>	<p>https://colanta.com/sabe-mas/noticias/dieta-no-a-las-dietas-sin-lacteos-2/</p>	13-Aug-19
A66	Colanta	Twitter	Coalition management	Community Government bodies (President, foreign)	<p>@USAID_Colombia Follow Follow @USAID_Colombia More USAID/Colombia Retweeted Presidencia Colombia Felicitaciones a nuestros aliados @ColantiaOficial, @ComInteractuar, @FRestrepoBarco, @Discovery_Co, @FunCarvajal, @FundacionLuker, @Mineros_sa, @JA_Asociados, @Ideaspaz y #Bancamia por su compromiso con la transformación de los territorios golpeados por la violencia. USAID/Colombia added,</p> <p>Presidencia Colombia Verified account @infopresidencia Los representantes de las #AlianzasCompetitivas para la Equidad, presentadas este martes en la Casa de Nariño, al lado del Presidente @IvanDuque y el Embajador de EEUU en Colombia, Kevin Whitaker. 8:27 PM - 9 Apr 2019</p>	<p>https://twitter.com/USAID_Colombia/status/1115818557282058241</p>	07-Aug-19
A67	Danone	Twitter	Coalition management	Community	<p>Granitos de Paz @Granitosdepaz 30 jul. Agradecemos a @alqueriaoficial la donación de producto para los cartageneros menos favorecidos, vinculados a Granitos de Paz. en Olaya. Rafael Nuñez, Bolívar https://www.instagram.com/p/B0jDoJUA3jW/?igshid=gpen7lu6kl7r...</p>	<p>https://twitter.com/Granitosdepaz/status/1156241522951520256</p>	07-Aug-19

A68	Danone	Twitter	Coalition management	Community	<p>Carlos Enr Cavelier @CavelierE 31 jul. 'Alqueria cada año impulsa la campaña Alimenta Compartiendo, al entregar 1,5 millones de vasos leche a 5.200 niños distribuidos a través de 14 bancos de alimentos.' - @larepublica_co</p> <p>@abacocolombia @BancoAAlimentos</p>	<p>See also: https://twitter.com/CavelierE/status/1154139189329272832</p> <p>https://twitter.com/CavelierE/status/1156600658650210304</p>	07-Aug-19
A69	Danone	Twitter	Coalition management	Health and other organisations	<p>Foros Semana @ForosSemana 29 jul. #CLE2019 HOY a las 11:00 a.m. ¿El mundo productivo está conectado con la academia? Conéctese al #FBLive con Andrea Escobar, directora ejecutiva de la Fundación Empresarios por la Educación y Carlos Enrique Calvelier, presidente de @AlqueriaOficial. #LaEducaciónTransforma</p>	<p>https://twitter.com/ForosSemana/status/1155839573559336962</p>	07-Aug-19
A70	Danone	Twitter	Coalition management Discursive strategy	Community Frame the debate	<p>Alqueria Cuenta verificada @AlqueriaOficial Seguir Seguir a @AlqueriaOficial Hoy es el día mundial del reciclaje y nosotros lo celebramos sembrando árboles, no olvides que para reciclar nuestras bolsas debes 1. Abrir 2. Enjuagar 3. Reciclar ♻️ #VoluntariosAlqueria #DíaMundialDelReciclaje 10:27 - 17 may. 2019</p>	<p>https://twitter.com/AlqueriaOficial/status/1129438229290246144</p>	07-Aug-19
A71	Danone	Twitter	Coalition management Discursive strategy	Community Frame the debate	<p>Alqueria @AlqueriaOficial Seguir Seguir a @AlqueriaOficial Estamos en el #FBL2019, congreso que reúne a Bancos de Alimentos del mundo para reducir el hambre y el desperdicio alimentario. Somos conscientes de la importancia de nuestro rol en la cadena alimentaria y de nuestro compromiso para erradicar el hambre en Colombia. #CeroHambre 9:45 - 28 mar. 2019</p> <p>Alqueria Cuenta verificada @AlqueriaOficial 28 mar. Más #HambreCero #CeroDesperdicios #CeroHunger #ZeroWaste #TacklingFoodWaste #FoodBanks #FoodHeroes #FightingHunger #AlqueriaEsMiOrgullo 🌱🌍🍴♻️</p>	<p>https://twitter.com/AlqueriaOficial/status/1111308340905328642</p>	07-Aug-19

A72	Danone	Twitter	Coalition management Discursive strategy	Community Frame the debate	Alquería Compte certifié @AlqueriaOficial Hoy junto con el @BancoAAlimentos y nuestros #VoluntariosAlquería vivimos una jornada con los niños de la Fundación La Esperanza en La Calera, enseñamos prácticas de cuidado del medio ambiente y compartimos en un espacio de recreación para ellos. 🍌🍌🍌 08:17 - 9 mars 2019 Alquería Compte certifié @AlqueriaOficial 9 mars Gracias al @BancoAAlimentos por acompañarnos en esta jornada. #UneteALosHéroes 🦸	https://twitter.com/AlqueriaOficial/status/1104415855180419072	07-Aug-19
A73	Danone	Twitter	Coalition management Discursive strategy	Community Frame the debate	Alquería a retweeté Asoc.BancoAlimentos @abacocolombia 4 mars @AlqueriaOficial es una aliado en la nutrición infantil, a través del Programa Desayuno Saludables 11 toneladas de leche llegan a 8 ciudades del país, alimentando a 3,400 niños en situación de vulnerabilidad. Comprometidos con el desarrollo de los más vulnerables.	https://twitter.com/abacocolombia/status/1102656398968664066	07-Aug-19
A74	Danone	Twitter	Coalition management Information management	Community Amplification	Alquería Cuenta verificada @AlqueriaOficial 10 jun. ¡LO LOGRAMOS! Gracias a ustedes llegamos a 1,5 millones de visualizaciones en nuestros videos del #DiaMundialdeLaLeche, 🍌 hoy la magia se vuelve realidad y más de 5.000 niños en Colombia podrán disfrutar de un vaso de leche. 🍌🍌 #LaNutriciónEsParaSiempre #AlimentaCompartiendo	https://twitter.com/AlqueriaOficial/status/1138226611063590913	07-Aug-19
A75	Danone	Twitter	Coalition management Information management	Community Amplification	Banco de Alimentos de Bogotá @BancoAAlimentos Seguir Seguir a @BancoAAlimentos Más Banco de Alimentos de Bogotá Retwiteó Alquería En el #DiaMundialDeLaLeche, junto a @AlqueriaOficial celebramos que estamos #JuntosContraElHambreBanco de Alimentos de Bogotá agradado, 0:12 Alquería Cuenta verificada @AlqueriaOficial 🍌 mira este video completo 🍌 http://bit.ly/RayDMDL y dona un vaso de leche para alimentar diariamente a los niños de Colombia. 🍌🍌 ...	https://twitter.com/BancoAlimentos/status/1134957230757990401	07-Aug-19

A76	Danone	Twitter	Coalition management Information management	Community Amplification	<p>15:57 - 1 jun. 2019 desde Chaparral, Colombia</p> <p>Fundación SACIAR @FundacionSaciAr Seguir Seguir a @FundacionSaciAr Más Fundación SACIAR Retweeted Alqueria Celebremos que la #NutriciónEsParaSiempre</p> <p>Hoy en el #DíaMundialDeLaLeche @FundacionSaciAr se une a @AlqueriaOficial además para agradecerles y felicitarles por la gestión y bondadosa labor con el @BancoAAAlimentos #AlimentaCompartiendo #ÚneteALosHéroes #HambreCero #ZeroHungerFundación SACIAR agregado,</p> <p>0:12 Alqueria Cuenta verificada</p> <p>@AlqueriaOficial Sigamos construyendo historia cada 1 de Junio en el #DíaMundialDeLaLeche, mira este video completo http://bit.ly/RayDMDL y dona un vaso de leche para alimentar diariamente a los niños de Colombia. 🍵👶👶 ... 14:01 - 1 jun. 2019</p>	https://twitter.com/FundacionSaciAr/status/1134928089807511552	07-Aug-19	
A77	Danone	Twitter	Coalition management Information management	Community Amplification	<p>Juan Carlos Buitrago Ortiz @juanbuitrago_ 1 jun. Hoy en el día mundial de la leche, @AlqueriaOficial hace una donación a 14 bancos de alimentos de 1.500.000 vasos de leche para mejorar la alimentación de niños en situación de vulnerabilidad! @abacocolombia @CavelierE @CamiloMontes @carolinachica @BancoAAAlimentos @Nutricion2030</p>	<p>Big event, see also: https://twitter.com/AlqueriaOficial/status/1134817215767875589 https://twitter.com/AlqueriaOficial/status/1134514704599179269 https://twitter.com/BancoAAAlimentos/status/1134506291068641281 https://twitter.com/BancoAAAlimentos/status/1134185913179955201 https://twitter.com/AlqueriaOficial/status/1133516275119005696</p>	https://twitter.com/juanbuitrago_/status/1134911280320565248	07-Aug-19

A78	Danone	Twitter	Direct involvement and influence in policy Discursive strategy	Lobby Frame the debate	<p>Alquería a retweeté</p> <p>Juan Carlos Buitrago Ortiz @juanbuitrago_13 mars</p> <p>Presentamos a @JCBFColombia @JPungiluppi avances de la Alianza por la Nutrición Infantil.</p> <p>Trabajo conjunto: @ANDI_Colombia + @abacocolombia + @Fundacion_Exito Iniciamos plan de trabajo con Gobierno! @CamiloMontes @CavelierE @AlqueriaOficial @CpriveraMarin @Asebiola</p>	07-Aug-19 https://twitter.com/juanbuitrago/status/110592851194298777
A79	Danone	Industry website	Information management	Amplification	<p>5 razones por las que toda familia debe tomar leche</p> <p>La humanidad ha consumido leche desde tiempos inmemoriales. La lista de sus beneficios es larga. Aquí mostramos cinco de ellos.</p> <p>El consumo de leche y sus derivados se ha extendido por todo el mundo desde los inicios de la humanidad. Sus beneficios se han intuido desde temprano en la historia, pero con el desarrollo en las últimas décadas de las ciencias de la nutrición se conocen con más exactitud sus aportes a la salud.</p> <p>La leche es fuente de vitaminas y minerales, de proteínas para los músculos y de carbohidratos como energía. Es ideal para mantener el esqueleto en buenas condiciones, gracias a que es uno de los alimentos con mayor cantidad de calcio por porción. Es además un alimento versátil y la tecnología ha ampliado la variedad de sus presentaciones: entera, descremada, deslactosada, enriquecida, orgánica, con sabores...</p> <p>La lista de beneficios de la leche es larga. Aquí mostramos cinco de ellos.</p> <p>(...) Es fuente de proteínas</p> <p>Los aminoácidos son la base de las proteínas y estas, a su vez, forman los músculos. La leche contiene aproximadamente ocho gramos de proteínas por porción (una taza) y casi todos los aminoácidos esenciales (los que el cuerpo no puede sintetizar por sí mismo y, por lo tanto, hay que obtenerlos de los alimentos); de allí que la leche sea un alimento clave para mantener y hacer crecer los músculos.</p> <p>(...) Una mayor musculatura acelera el metabolismo y, con ello, el consumo de calorías, que a su vez mantiene bajo control el peso corporal. Cuando se ingiere leche descremada, a los beneficios de las proteínas se les añaden los de un menor consumo de grasas (la leche entera tiene alrededor de 4% de grasa por porción, mientras que la descremada se reduce a 1% o menos).</p> <p>(...) Está vinculada con el control de la diabetes</p> <p>Varios estudios científicos han confirmado que la leche puede reducir la incidencia de diabetes tipo 2, que se desarrolla en la adultez. Se trata del estudio de las mujeres saludables (Healthy Women's Study), el estudio de las enfermeras (Nurses Study) y el Estudio Multicéntrico sobre la Aterosclerosis (MESA, por sus siglas en inglés), los tres llevados a cabo en Estados Unidos; en Europa, la Investigación Europea Prospectiva sobre Cáncer y Nutrición (EPIC, en inglés).</p> <p>El efecto benéfico de la leche para reducir la diabetes se debe a que la lactosa (el azúcar de la leche) induce al páncreas a producir menos insulina, en contraste con otros alimentos, que tienen glucosa.</p> <p>Es un alimento para todos</p> <p>La leche es beneficiosa para personas de cualquier edad y un alimento que se consume casi en su estado original y con un mínimo procesamiento. También contiene agua, por lo que ayuda a prevenir que el cuerpo se deshidrate.</p> <p>En el caso de los niños, la incorporación de la leche a su dieta ayuda a fortalecer su</p>	15-Aug-19 https://www.mundoaalqueria.co/5-razones-las-toda-familia-tomar-leche/

A80	Danone	Industry website	Information management	Amplification	<p>sistema inmunológico y favorece el aumento de la estatura: por cada 245 mililitros de leche al día que se añaden a la dieta, un niño puede crecer 0,4 centímetros adicionales al año, de acuerdo con el documento “La leche como vehículo de salud de la población”, publicado por la Federación Española de la Nutrición y por la Fundación Iberoamericana de Nutrición.</p> <p>Lácteos en el desayuno: ¿una estrategia para controlar el hambre y el peso? Eliminar las calorías de tu dieta no es la solución para bajar de peso. Los lácteos en el desayuno son la opción ideal a incluir en esta comida.</p> <p>Elegir alimentos nutritivos en el desayuno y que generen saciedad es fundamental para controlar la ingesta calórica total en el día. Además, la evidencia demuestra que los estudiantes acostumbrados a desayunar, obtienen mejores resultados académicos, mejoran la memoria y la atención. Concluyeron el estudio recomendando un desayuno diario basado en alimentos variados, principalmente ricos en fibra, granos integrales, frutas y productos lácteos desnatados (Gail Rampersaud et al, 2005).</p> <p>La leche de vaca aporta múltiples nutrientes como carbohidratos, grasas, proteínas, vitaminas y minerales, haciendo de este un alimento completo. Gracias a que proporciona proteína y grasas, la leche tiene una digestión más lenta en el estómago por lo que tiene la capacidad de hacernos sentir más llenos, es decir que genera mayor sensación de saciedad.</p> <p>En un estudio publicado en 2016, en la Revista Europea de Nutrición, se evaluó el efecto del consumo de leche en niños con obesidad en edades entre los diez y doce años, encontrando que esta producía mayores niveles de saciedad o sensación de llenura, lo cual se considera una estrategia válida para el control del apetito y, por ende, para el control del peso. (Sanaz Mehrabani, 2016). Asimismo, Dove y colaboradores en su artículo publicado en 2009, en la Revista Americana de Nutrición Clínica, reportan que el consumo de leche de vaca en horas de la noche produce mayor saciedad que la producida por los jugos de fruta (Dove, 2009). Teniendo en cuenta estos estudios te invitamos a que la bebida elegida para el desayuno sea a base de lácteos, ya que no solamente aporta gran cantidad de nutrientes esenciales para el cuerpo, sino que además contribuye al control de saciedad a lo largo del día por lo que puede ser una gran estrategia para el control del peso.</p>
					<p>https://www.muন্দoaalqueria.co/bebidas-lacteas-desayuno/</p> <p>See also other example here: https://www.mundoalqueria.co/importancia-la-leche-los-escolares/</p>
					<p>15-Aug-19</p> <p>http://www.alqueriaar.com/blog/alimentacion</p> <p>See website for specific examples of amplification: http://www.alqueriaar.com/blog/alimentacion/</p>
A81	Danone	Industry website	Information management Discursive strategy	Amplification Frame the debate	<p>Alimentación</p> <p>Un estilo de vida balanceado y lleno de bienestar comienza por una buena alimentación, por eso Alqueria te trae consejos, ideas y combinaciones deliciosas para que puedas mejorar tus rutinas de alimentación sin complicaciones, alimentación Alqueria.</p> <p>¡Conoce más del mundo de alimentación que Alqueria por tu Bienestar trae para ti! Cuando escuchar hablar de alimentación es probable que vengan a tu cabeza palabras como saludable, nutrición y bienestar. Y en la actualidad esto es lo más común, porque día a día vamos cambiando nuestra forma de pensar y de cuidar nuestra dieta. ¡Cada vez somos más conscientes de lo que verdaderamente necesita nuestro organismo! Una alimentación balanceada y saludable. Así que si andas en búsqueda de recomendaciones e información valiosa que beneficie tu cuerpo y tu bienestar, llegaste al lugar indicado, porque en Alqueria Por Tu Bienestar entendemos que lo que necesitas son ideas, consejos, combinaciones balanceadas y deliciosas para que puedas hacer un cambio y tener una rutina de alimentación llena de bienestar y sin complicaciones. Entra y regístrate aquí para recibir contenido nuevo e interesante y así no te perderás ninguna de las mejores notas de Alqueria por tu bienestar.</p>

A82	Exito	Industry website	Coalition management	Health organisations and government bodies Internal	<p>Alianza por la nutrición infantil Martes, 5 Marzo 2019</p> <p>Evento de oficialización Bogotá, martes 5 de marzo de 2019</p> <p>Como símbolo del compromiso ineludible e inaplazable y la corresponsabilidad que asiste al Estado, la sociedad y la familia, el despacho de la Primera Dama de la Nación y la Fundación Exito, líder del movimiento nacional Gen Cero, que busca la primera generación con cero desnutrición crónica en Colombia para el 2030, unen ideales y articulan capacidades y acciones en la “Alianza por la nutrición infantil”.</p> <p>Las partes representan la necesaria articulación del sector público y privado para favorecer los derechos de los niños, llamando la atención sobre los fundamentales que parten desde la nutrición, como eje del desarrollo físico, emocional y cognitivo de los seres humanos.</p>	<p>https://www.grupoexito.com.co/es/sala-de-prensa/noticias/alianza-por-la-nutricion-infantil</p>	21-Aug-19
A83	Exito	Industry website	Coalition management	Internal	<p>¿Quiénes son nuestros aliados?</p> <p>Alcaguete Alsea Belleza Express SA Coca-Cola FEMSA Genoma Lab De mi pueblo</p>	<p>https://www.fundacionexito.org/nuestros-aliados/sector-privado</p>	21-Aug-19
A84	Exito	Industry website	Coalition management	Health organisations and government bodies Internal	<p>¿Quiénes son nuestros aliados Gen Cero?</p> <p>Alcaldías Gobernaciones Ministerio de salud ICBF SNBF DNP Procuraduría Niñez Ya Fundaciones</p>	<p>https://www.fundacionexito.org/nuestros-aliados/sector-publico</p>	21-Aug-19
A85	Exito	Twitter	Coalition management	Community	<p>Fundación Exito a retweeté</p> <p>Sinfónica de Antioquia @SinfonicaAnt 23 avr.</p> <p>Con nuestro programa de Iniciación Musical en distintas instituciones educativas hemos buscado que niños y niñas del país se acerquen a la música de forma creativa e inventiva. ¡Nos emociona tener a más de 1.100 beneficiados! 🎵🎶 ¡Gracias @Fundacion_Exito!</p>	<p>https://twitter.com/SinfonicaAnt/status/1120705319632609280</p>	21-Aug-19

A86	Exito	Twitter	Coalition management	Community	<p>Fundación Éxito a retweeté</p> <p>San Vicente Fundación @sanvicentefund 28 janv.</p> <p>Gracias a la alianza con @Fundacion_Exito, en estos últimos 6 meses, más de 2.000 niños entre 6 meses y 5 años de nuestro #HospitalInfantil, han contado con apoyo para tener una media mañana que aporta a una recuperación exitosa basada en una nutrición completa y saludable.</p>	<p>https://twitter.com/sanvicentefund/status/1090021876011810817</p>	21-Aug-19
A87	Exito	Industry website	Coalition management Discursive strategy	Community Frame the debate	<p>Las madres gestantes y los niños que son atendidos por la Fundación Éxito deben hacer parte de otra oferta de asistencia alimentaria del Estado (Hogares FAMI del ICBF, modalidad de Entorno Familiar del ICBF, programas de Alcaldías municipales, entre otros). La Fundación Éxito complementa las diferentes ofertas disponibles en los territorios para la población con riesgo nutricional. Son priorizadas las familias que presentan mayor vulnerabilidad socioeconómica</p> <p>Entidades creadas para recolectar, pasteurizar y almacenar leche materna y ofrecerla a los niños prematuros o con bajo peso al nacer que están hospitalizados. La Fundación Éxito apoya a los 15 bancos de leche humana en el país. Esta ayuda incluye: Formación del talento humano Redotación de equipos. Implementación y/o fortalecimiento de sistemas de información y formulación de los lineamientos de bancos de leche.</p> <p>El Grupo Éxito a través de la Fundación Éxito, dona comestibles y no comestibles que son aptos para el consumo humano, pero no para la venta. Así el Banco de Alimentos logra beneficiar a miles de niños y familias en situación de vulnerabilidad con sus programas de alimentación y apoyo integral.</p>	<p>https://www.fundacionexito.org/nuestros-beneficiarios</p> <p>See also: https://www.fundacionexito.org/como-operamos</p>	21-Aug-19
A88	Exito	Twitter	Coalition management Discursive strategy	Community Frame the debate	<p>Fundación Éxito a retweeté</p> <p>Asoc.BancoAlimentos @abacocolombia 11 jul. Plus</p> <p>Los 19 Bancos de Alimentos del país se encuentran en Nutrium, una empresa que nos ayuda a conocer el proceso de transformación de frutas; un proceso innovador que ayudará a intensificar el rescate de alimentos en REAGRO.</p> <p>#innovacion #Alimentos @Fundacion_Exito</p>	<p>https://twitter.com/abacocolombia/status/1149352193637662720</p> <p>Several Tweets for this - see account</p>	21-Aug-19

A89	Exito	Twitter	Coalition management Discursive strategy	Health organisations and government bodies Frame the debate	Fundación Éxito a retweeté LuisGuillermo Patiño @LuisGPatino 10 avr. @Fundacion_Exito y @AlcaldiaMed, a través de @tejiendohogares y el programa @Buen_Comienzo, impulsan la Gran Alianza por la Nutrición Infantil por medio de la cual se busca una primera generación de niños con cero desnutrición crónica en Colombia para el 2030 @FicoGutierrez	https://twitter.com/LuisGPatino/status/1116017331556290560	21-Aug-19
A90	Exito	Twitter	Coalition management Discursive strategy	Health organisations and government bodies Frame the debate	Fundación Éxito a retweeté Alex Camacho Erazo @ALEXCAMINA 2 avr. Plus Alex Camacho Erazo a retweeté Seguridad Alimentaria y Nutricional Cali Alianza de la Secretaría de Salud Pública con Fundación éxito, permitirá aportes significativos por la nutrición de los niños y las madres gestantes en Cali. @AlcaldiaDeCali @MauriceArmitage @NelsonSinister1 @SaludCali @Fundacion_Exito #Caliprogresacontigo	https://twitter.com/ALEXCAMINA/status/1113133345607704579	21-Aug-19
A91	Exito	Twitter	Coalition management Discursive strategy	Health organisations and government bodies Frame the debate	Fundación Éxito a retweeté Fernando Carrillo F. Compte certifié @fcarrilloflorez Procurador General de la Nación. @PGN_COL Constituyente de 1991.	https://twitter.com/fcarrilloflorez/status/1112902013715705856	21-Aug-19
A92	Exito	Twitter	Coalition management Discursive strategy	Health organisations and government bodies Frame the debate	Fundación Éxito @Fundacion_Exito 2 avr. “Que la @PGN_COL [Procurador General] nos esté apoyando es un orgullo, le da importancia y contundencia al problema para ponerlo en la mente de los de los gobernantes y de todos los colombianos.” - Gonzalo Restrepo López, Presidente Junta Directiva Fundación Éxito #GenCero	https://twitter.com/Fundacion_Exito/status/1112898869455511552	21-Aug-19
A93	Exito	Twitter	Coalition management Discursive strategy	Health organisations and government bodies Frame the debate	Fundación Éxito a retweeté NiñezYA – Sociedad Civil por los NNA @Ninez_Ya 8 mars Esta estrategia convoca a todos los sectores del país para que se unan a la Gran Alianza por la Nutrición de la Niñez, estrategia que se inició con la participación de la Consejería Presidencial para la Niñez y la Adolescencia y @Fundacion_Exito	https://twitter.com/Ninez_Ya/status/1104064239424036864	21-Aug-19

A94	Exito	Twitter	Coalition management Discursive strategy	Health organisations and government bodies Frame the debate	<p>Fundación Éxito a retweeté</p> <p>Consejería Niñez y Adolescencia @ConsejeriaNinez 5 mars Plus</p> <p>Hoy lanzamos la Gran Alianza por la Nutrición y nuestra primera acción la hacemos en conjunto con @Fundacion_Exito y @MinSaludCol. Trabajaremos para que los niños y niñas tengan el mejor comienzo de vida. ¡Únete!</p> <p>Fundación Éxito a retweeté</p> <p>Alcaldía de Soacha @Alcaldia_Soacha 5 févr. #Soacha y Fundación Éxito firman convenio para combatir la desnutrición infantil 👍</p> <p>Ver más: https://bit.ly/2REcsUT</p> <p>Fundación Éxito a retweeté</p> <p>Fundación Santa Fe de Bogotá</p> <p>@FSFB_Salud 9 juil.</p> <p>Esta semana, el equipo de #SaludPoblacional está en Cartagena dictando el curso integrado de consejería en alimentación del lactante y niño pequeño. En el marco de la alianza con @MinSaludCol y @Fundacion_Exito, certificaremos a 13 profesionales de la salud.</p> <p>Fundación Éxito a retweeté</p> <p>Fundación Santa Fe de Bogotá @FSFB_Salud 26 juin Plus</p> <p>#SaludPoblacional. En alianza con @MinSaludCol y @Fundacion_Exito, hemos capacitado a 45 funcionarios públicos y jefes de programas de Copacabana, Barranquilla y Cartagena, en herramientas para la inteligencia epidemiológica: cartografía y sistemas de información.</p>	<p>Many more Tweets for this event as well - see Twitter account</p>	<p>https://twitter.com/ConsejeriaNinez/status/1103042230489620480</p>	21-Aug-19
A95	Exito	Twitter	Coalition management Discursive strategy	Health organisations and government bodies Frame the debate	<p>Fundación Éxito a retweeté</p> <p>Alcaldía de Soacha @Alcaldia_Soacha 823974982152192</p>		<p>https://twitter.com/Alcaldia_Soacha/status/1092823974982152192</p>	21-Aug-19
A96	Exito	Twitter	Coalition management Information management	Health organisations Amplification	<p>Fundación Éxito a retweeté</p> <p>Fundación Santa Fe de Bogotá</p> <p>@FSFB_Salud 9 juil.</p> <p>Esta semana, el equipo de #SaludPoblacional está en Cartagena dictando el curso integrado de consejería en alimentación del lactante y niño pequeño. En el marco de la alianza con @MinSaludCol y @Fundacion_Exito, certificaremos a 13 profesionales de la salud.</p> <p>Fundación Éxito a retweeté</p> <p>Fundación Santa Fe de Bogotá @FSFB_Salud 26 juin Plus</p> <p>#SaludPoblacional. En alianza con @MinSaludCol y @Fundacion_Exito, hemos capacitado a 45 funcionarios públicos y jefes de programas de Copacabana, Barranquilla y Cartagena, en herramientas para la inteligencia epidemiológica: cartografía y sistemas de información.</p>		<p>https://twitter.com/FSFB_Salud/status/1148684350122332162</p>	21-Aug-19
A97	Exito	Twitter	Coalition management Information management	Health organisations Amplification	<p>Fundación Éxito a retweeté</p> <p>Fundación Santa Fe de Bogotá @FSFB_Salud 26 juin Plus</p> <p>#SaludPoblacional. En alianza con @MinSaludCol y @Fundacion_Exito, hemos capacitado a 45 funcionarios públicos y jefes de programas de Copacabana, Barranquilla y Cartagena, en herramientas para la inteligencia epidemiológica: cartografía y sistemas de información.</p>	<p>More tweets on this - see Twitter account</p>	<p>https://twitter.com/FSFB_Salud/status/1143980169704693763</p>	21-Aug-19
A98	Exito	Twitter	Coalition management Information management	Health organisations Amplification	<p>Fundación Éxito</p> <p>@Fundacion_Exito 23 mai</p> <p>Iniciamos la presentación de los avances del proyecto para la primera Guía de Atención Integral para la desnutrición crónica en alianza con @Bogota @integracionbta @FSFB_Salud @SectorSalud @ICBFColombia #GenCero</p>	<p>More tweets on this - see Twitter account</p>	<p>https://twitter.com/Fundacion_Exito/status/1131665269695365120</p>	21-Aug-19

A99	Exito	Twitter	Coalition management Information management	Health organisations Amplification	<p>Fundación Éxito a retweeté</p> <p>Fundación Santa Fe de Bogotá @FSFB_Salud 21 mai</p> <p>En el marco del #DíaMundialde laDonacióndelecheHumana resaltamos la alianza público privada con @MinSaludCol y @Fundacion_Exito que ha permitido influir positivamente en la salud materna e infantil del país.</p>	<p>https://twitter.com/FSFB_Salud/status/1130976717844230146</p>	21-Aug-19
A100	Exito	Twitter	Coalition management Information management	Media Amplification	<p>Fundación Éxito @Fundacion_Exito 16 mai</p> <p>Nos encontramos con algunos de los medios comunicación más importantes del país hablando sobre la importancia de la nutrición para el desarrollo del cerebro #GenCero</p>	<p>https://twitter.com/Fundacion_Exito/status/1129044089536745472</p>	21-Aug-19
A101	Exito	Twitter	Coalition management Information management	Health organisations Amplification	<p>Fundación Éxito @Fundacion_Exito 7 mai</p> <p>Aida Milena Gutiérrez de @MinSaludCol destaca el trabajo intersectorial al referirse a la primera alianza público privada con la @Fundacion_Exito que data desde el 2017 #CongresoLactanciaMaterna @infopresidencia @ConsejeriaNinez</p>	<p>https://twitter.com/Fundacion_Exito/status/1125770659047661571</p>	21-Aug-19
A102	Exito	Twitter	Coalition management Information management	Health organisations Amplification	<p>Fundación Éxito @Fundacion_Exito 7 mai</p> <p>Nos enorgullece hacer parte de la Gran Alianza por la Nutrición Infantil, y agradecemos a @MinSaludCol, la Asociación Nacional de Neonatología ASCON y la Fundación Universitaria Samitas - Paula Escobar @infopresidencia @ConsejeriaNinez @MinSaludCol #CongresoLactanciaMaterna</p>	<p>https://twitter.com/Fundacion_Exito/status/1125767221760921600</p> <p>See also other example on account: https://twitter.com/Fundacion_Exito/status/1125760931034796032</p>	21-Aug-19
A103	Exito	Industry website	Coalition management Information management Discursive strategy	Community Amplification Frame the debate	<p>La atención integral: Es eje transversal de nuestro modelo de intervención con el propósito de mejorar las condiciones para el crecimiento y desarrollo del niño en sus mil primeros días de vida. Esta atención se compone de:</p> <p>Nutrición: - Promoción de prácticas saludables en nutrición, higiene, salud, crianza, cuidado y lactancia materna. - Realización de tamizajes antropométricos y seguimiento nutricional periódico.</p> <p>Salud: - Afiliación de los beneficiarios al Sistema general de Seguridad Social y acceso efectivo a los servicios de salud (control prenatal, crecimiento y desarrollo, consumo de micronutrientes y vacunación)</p> <p>Desarrollo familiar: Acompañamiento a la familia para acercarla a la oferta disponible en el territorio en temas de educación formal, emprendimiento, empleo y garantía de derechos.</p> <p>Potencial social - Implementación de rutas de atención para los casos de riesgo sicosocial y los casos de malnutrición.</p>	<p>https://www.fundacionexito.org/modelo-intervencion</p>	21-Aug-19

A104	Exito	Industry website	Coalition management Discursive strategy	Community Frame the debate	<p>Incentivar una vida sana</p> <p>En el Grupo Éxito reconocemos nuestro importante papel en la alimentación, la salud y la nutrición de nuestros grupos de interés, por esta razón nos comprometemos y aportamos a través de las siguientes estrategias:</p> <p>Política de Nutrición Grupo Éxito</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Gen Cero: estrategia gestionada por la Fundación Éxito, su principal objetivo es lograr que ningún niño menor de 5 años sufra de desnutrición crónica en Colombia al año 2030. 2. Lugar de trabajo saludable: promovemos la salud integral de nuestros empleados a través de programas de promoción de la salud y prevención de la enfermedad. 3. Sostenibilidad de la cadena alimentaria: apoyamos el desarrollo de pequeños productores y pymes proveedoras de nuestras marcas propias, intercambiamos y ponemos al servicio la información necesaria para la co-innovación y desarrollo de nuevos productos con beneficios nutricionales y de salud. 4. Alimentos nutritivos, saludables y accesibles: brindamos alternativas de productos saludables y nutritivos, que responden a las necesidades nutricionales y de salud. Facilitamos acceso a través de nuestras marcas propias, productos con precios bajos y adaptados a las necesidades de nuestros clientes. 5. Educación alimentaria y nutricional a clientes: educamos en alimentación y nutrición para ayudar a la toma de decisiones alimentarias más saludables. 	https://www.grupoexito.com.co/es/sostenibilidad	21-Aug-19
A105	Exito	Twitter	Discursive strategy	Frame the debate	<p>Grupo Éxito @Grupo_Exito</p> <p>En 2018 más de 63.400 niños fueron beneficiados con una mejor #nutrición en #Colombia, gracias al trabajo de @Fundacion_Exito</p>	https://twitter.com/Grupo_Exito/status/1116749530777649153	21-Aug-19
A106	Exito	Twitter	Discursive strategy	Frame the debate	<p>Grupo Éxito @Grupo_Exito</p> <p>No te pierdas el cubrimiento del evento de la feria #CarullaEsSaludable en http://www.instagram.com/placerecarulla y conoce la programación de las experiencias que te ayudará a llevar un estilo de vida activo y sano.</p>	<p>See also:</p> <p>https://twitter.com/Grupo_Exito/status/1113917973285277697</p> <p>https://twitter.com/Grupo_Exito/status/1113843022016413708</p> <p>https://www.grupoexito.com.co/es/sala-de-prensa/noticias/celebracion-del-dia-mundial-de-la-actividad-fisica-con-la-primera-manana-de-bienestar</p> <p>https://www.grupoexito.com.co/es/sala-de-</p>	21-Aug-19

A107	Exito	Twitter	Discursive strategy	Frame the debate	<p>Grupo Éxito @Grupo_Exito 14 mar</p> <p>Nuestra @Fundacion_Exito trabaja por la nutrición de los niños y estamos seguros que esta prioridad es el camino para combatir la desnutrición crónica sobre todo en los primeros 1000 días y así construir juntos un país con mejores oportunidades #GenCero #GoticasGenCero</p>	<p>prensa/noticias/vida-sana-nutricion-y-actividades-deportivas-en-el-marco-del-dia-mundial-de-la-actividad-fisica-y-el-dia-mundial-de-la-salud</p>	<p>https://twitter.com/Grupo_Exito/status/1106235272138764290</p>	21-Aug-19
A108	Exito	Industry website	Discursive strategy	Frame the debate	<p>En el Mes de la Niñez, nos la jugamos por la nutrición infantil</p> <p>Viernes, 5 Abril 2019</p> <p>29 marcas se unen a Gen Cero para celebrar el mes de la niñez y recreación en beneficio de la nutrición infantil.</p> <p>5 de abril de 2019. Cuando un niño cuenta con una adecuada alimentación y con bienestar emocional, crece con todas las condiciones para transformar el mundo. En el Mes de la Niñez y la Recreación, en la Fundación Exito nos la jugamos por la nutrición infantil, porque estamos convencidos de que el juego es uno de los principales alimentos del alma, y que cuando un niño cuenta con todas las condiciones nutricionales, crece con un corazón sano y feliz.</p>	<p>https://www.grupoexito.com.co/es/sala-de-prensa/noticias/en-el-mes-de-la-ninez-nos-la-jugamos-por-la-nutricion-infantil</p>	21-Aug-19	
A109	Exito	Industry website	Discursive strategy	Frame the debate	<p>Goticas que suman para alimentar a miles de niños colombianos</p> <p>Martes, 5 Febrero 2019</p> <p>Las Goticas son donaciones voluntarias que los clientes del Grupo Éxito realizan, y que se suman cada año a los recursos gestionados por la Fundación Exito para llevar una mejor alimentación a los niños que sufren desnutrición crónica en Colombia. En 2019 sus protagonistas son 6 niños que representan a los miles que necesitan este apoyo para crecer sanos, como es su derecho. (...)</p> <p>En 2018 las Goticas junto a los vultos y a las alcancías se sumaron a otros recursos para beneficiar 63 487 niños de 123 municipios y 27 departamentos colombianos. Estas donaciones superaron los \$7.440 millones el año pasado. Junto con el reciclaje donado por el Grupo Éxito que superó los 12.338 millones, son una importante fuente de recaudo que permite a la Fundación Exito invertir en la nutrición infantil para cumplir su mega Gen Cero: la primera generación en Colombia con cero desnutrición crónica para el 2030 en menores de 5 años.</p>	<p>https://www.grupoexito.com.co/es/sala-de-prensa/noticias/goticas-que-suman-para-alimentar-a-miles-de-ninos-colombianos</p>	21-Aug-19	



A110	Exito	Twitter	Discursive strategy	Frame the debate	<p>Fundación Éxito a retweeté</p> <p>FAN @FundacionFAN 31 jul.</p> <p>El próximo viernes 02 de agosto, viviremos la Lactación Nacional Gen Cero. La @FundacionFAN, hará parte de esta gran movilización y pondrá como eje fundamental la Lactancia, ese acto de amor líquido que deberían recibir todos los niños de nuestro país. @Fundacion_Exito #Lactaton</p>	Much much more examples for this event on Twitter	https://twitter.com/FundacionFA/status/1156578849544712192	21-Aug-19
A111	Exito	Twitter	Discursive strategy	Frame the debate	<p>Fundación Éxito @Fundacion_Exito 4 févr.</p> <p>Plus Niñoos ya casi llegan los cajeros! Los #CajerosGenCero ¿Quiénes son ellos? ¿Por qué están aquí? Son aliados incondicionales de los niños y estarán en Cartagena para seguir dejando huella... #GenCero #GoticasGenCero</p>	See pictures: branding	https://twitter.com/Fundacion_Exito/status/1092530504031719425	21-Aug-19
A112	Exito	Industry website	Information management	Amplification	<p>Se abre la convocatoria del máximo reconocimiento para quienes en Colombia trabajan por la Nutrición infantil Martes, 5 Febrero 2019</p> <p>El Premio por la Nutrición Infantil promovido por la Fundación Éxito convoca a las instituciones públicas y privadas que desde diferentes sectores actúan para mejorar la nutrición de los niños en sus primeros 1.000 días de vida como contribución a la causa nacional Gen Cero que busca erradicar la desnutrición crónica para el año 2030.</p> <p>Desde el 1 de febrero y hasta el 29 de marzo la Fundación Éxito recibirá y revisará los proyectos, iniciativas y trabajos que promueven el crecimiento sano de los niños menores de 2 años en las categorías que se evaluarán por postulación y hasta el 30 de junio aquellas categorías por monitoreo.</p>		https://www.gripoxito.com.co/es/sala-de-prensa/noticias/s-e-abre-la-convocatoria-del-maximo-reconocimiento-para-quienes-en-colombia-trabajan-por-la-nutricion-infantil	21-Aug-19
A113	FENALCO	Industry website	Direct involvement and influence in policy	Conflict of interest	<p>Guillermo Botero Nieto MINISTRO DE DEFENSA NACIONAL (...) Desde noviembre de 2003 hasta julio de 2018, ocupó la Presidencia de la Federación Nacional de Comerciantes (Fenalco), entidad a la cual ha estado vinculado como miembro de su Junta Directiva en diferentes oportunidades desde 1985.</p>		https://id.presidencia.gov.co/go/bierno/mindefen	31-Jul-19

A114	ILSI	Industry website	Coalition management	Internal	<p>Consejo Directivo Regional ILSI Nor-Andino 2018-2020 Directora Académica, Ana Silvia Bermúdez, Química, Master of Science, Profesora pensionada de la Universidad Nacional de Colombia</p> <p>Miembros académicos (<i>information here from Colombians only</i>) Valentina Guzmán, Pontificia Universidad Javeriana</p> <p>Miembros industria (<i>information here from Colombians only</i>) Presidente Regional y Representante Legal ILSI Nor-Andino: Juan Carlos Farfán, Nestlé de Colombia Tesorero ILSI Nor-Andino: Paola Yanquen, Alpina José Ortigón, Herbalife Laura Otalora, Mead Johnson Nutrition</p>	https://ilsinorandino.org/consejo-directivo/	14-Aug-19
A115	ILSI	Industry website	Coalition management	Internal	<p>Miembros de la Industria Abbott Laboratories de Colombia S.A. Alimentos Polar Colombia S.A.S. Alpina Productos Alimenticios S.A. Amway Colombia Casa Luker Coca-Cola Servicios de Colombia, S.A. Compañía Agrícola S.A.S. – Monsanto Danisco Colombia Ltda./DuPont Nutrition & Health DSM Nutritional Products Colombia S.A. HLF Colombia Ltda. (HERBALIFE) Kellogg de Colombia S.A. Mead Johnson Nutrition Colombia Ltda. Meals de Colombia S.A.S. Mondelez Colombia S.A.S. Nestlé de Colombia Ommilife de Colombia S.A.S. Pepsico Alimentos Colombia LTDA. Postobón S.A. Procesadora Nacional de Alimentos CA – Pronaca Team Foods Colombia Ltda. Tonicorp Unilever Andina Colombia Ltda.</p>	https://ilsinorandino.org/miembros/	14-Aug-19
A116	ILSI	Conference	Information management	Amplification	<p>ACODIN Congreso 2019 - Día 2 Edulcorantes no caloricos en niños y embarazadas ¿cuál es la evidencia? Samuel Durán. PhD CHILE. Apoya: ILSI Nor Andino</p>	https://drive.google.com/file/d/15wsLa88rSWC4I3va9O-iAgHxY3xCJBjRK/view?usp=sharing	06-Aug-19
A117	ILSI	Conference	Information management	Amplification	<p>ACODIN Congreso 2019 - Día 2 TALLER ILSI NOR ANDINO Rotulado nutricional Constuelo Quinche - Yuri Milena Castillo - COLOMBIA</p>	https://drive.google.com/file/d/15wsLa88rSWC4I3va9O-iAgHxY3xCJBjRK/view?usp=sharing	06-Aug-19

A118	ILSI	Twitter	Information management	Amplification	ILSI Nor-Andino @ILSINorAndino 25 may. La Comunicación Responsable en Ciencia y Salud, un tema fundamental para las sucursales de ILSI en Latinoamérica.	https://twitter.com/ILSINorAndino/status/1132110064284852224	07-Aug-19	
A119	ILSI	Twitter	Information management	Amplification	ILSI Nor-Andino @ILSINorAndino Apr 11 Colección de artículos gratuitos con #investigaciones sobre la #microbiota #intestinal, el consumo de #aceite de #coco, #inocuidad de #alimentos, entre otros en la Revista #científica de ILSI Nutrition Reviews. http://ow.ly/GbBx50oqDsR	https://twitter.com/ILSINorAndino/status/1116371072352493569	07-Aug-19	
A120	ILSI	Twitter	Information management	Amplification	ILSI Nor-Andino @ILSINorAndino Apr 1 El Centro de Investigación y Educación en Nutrición - Cienutrition con el apoyo de ILSI Nor-Andino invitan al Workshop: Beikost Alimentación Complementaria que se realizará el 27 de abril en Bogotá.	https://twitter.com/ILSINorAndino/status/1112792106844782592	07-Aug-19	
A121	ILSI	Twitter	Information management	Amplification	ILSI Nor-Andino @ILSINorAndino Mar 29 Webinar: Importancia del consumo de lácteos en el adulto mayor, organizado por ILSI Nor-Andino y dirigido por Dra. Geraldine Altamar Canales.	More info here: https://drive.google.com/file/d/1mcSPcVeqYY_FTH9WxyATRji2o7gtU08/vi ew	07-Aug-19	
A122	ILSI	Twitter	Information management	Amplification	ILSI Nor-Andino @ILSINorAndino Feb 8 Conoce el impacto de la #reformulación de #alimentos en la #ingesta de #nutrientes y la #salud en el estudio publicado por BMC Nutrition. http://ow.ly/OX2r50koZ8A	Study funded by Nestlé: https://bmcnutr.biomedcentral.com/articles/10.1186/s40795-018-0263-6#Abs1 Authors thank Dr. Zsuzsa Hutton (Nestlé Research Center, Lausanne, Switzerland) for her support in the organization of the project and for the revision of the final manuscript. Funding These findings are the results of work supported by Nestec SA. The views expressed in this paper are those of the authors, and no official endorsement by Nestec SA is	https://twitter.com/ILSINorAndino/status/1094008266894569472	07-Aug-19

A123	ILSI	Twitter	Information management	Amplification	<p>ILSI Nor-Andino @ILSINorAndino Jan 15</p> <p>"Los #alimentos procesados tienen un impacto significativo en la entrega de #nutrientes a las #personas. La adición de #ingredientes de #fortificación han reducido la prevalencia de #enfermedades", Roger Clemens, Profesor de USC School of Pharmacy USA. http://ow.ly/nJVJ50k8Bnk</p>	<p>https://twitter.com/ILSINorAndino/status/1085265757364195328</p>	07-Aug-19	intended or should be inferred.
A124	ILSI	Twitter	Information management	Amplification	<p>ILSI Nor-Andino @ILSINorAndino Jan 9</p> <p>¿Sabías que es recomendado #consumir hasta tres #porciones de #lácteos entre #leche, #yogurt y #queso al día?</p>	<p>https://twitter.com/ILSINorAndino/status/1083030821727031298</p>	07-Aug-19	
A125	ILSI	Twitter	Information management	Amplification	<p>ILSI Nor-Andino @ILSINorAndino Jan 8</p> <p>Si te perdiste el webinar sobre #Cereales: fuente de #energía para la #vida, lo puedes ver aquí:</p>	<p>https://twitter.com/ILSINorAndino/status/1082721123752730624</p>	07-Aug-19	
A126	ILSI	Industry website	Information management	Amplification	<p>Conferencias web Encuentre aquí todas las conferencias virtuales que los grupos de trabajo de ILSI Nor-Andino han realizado. Importancia del consumo de lácteos en el adulto mayor 1 de marzo de 2019 Dirigido por Dra. Geraldine Altamar Canales, Médico Cirujano de la Universidad Libre de Colombia, especialista en Gerencia en Servicios de Salud en la Universidad Cooperativa de Colombia y con doble especialidad en Medicina Interna y Geriatria de la Universidad de Caldas.</p>	<p>https://ilsinorandino.org/conferencias-web/</p>	14-Aug-19	
A127	ILSI	Industry website	Information management	Amplification	<p>Taller de Rotulado Nutricional para estudiantes de la Pontificia Universidad Javeriana Claudia Manzano, Directora Ejecutiva de ILSI Nor-Andino; Yuri Castillo, Profesora de la Facultad de Ciencias de la Pontificia Universidad Javeriana; Adriana Castaño, miembro académico de ILSI Nor-Andino; y Juan Carlos Farfán Presidente Regional de ILSI Nor-Andino.</p> <p>Con el objetivo de seguir trabajando de la mano con la academia, el pasado lunes 11 de marzo de 2019, se realizó el Taller sobre Rotulado Nutricional para los estudiantes de 6° semestre de la carrera de Nutrición y Dietética de la Facultad de Ciencias de la Pontificia Universidad Javeriana.</p> <p>El Taller fue dirigido por el Presidente Regional de ILSI Nor-Andino, Juan Carlos Farfán, contó con la presencia de Adriana Castaño, Bióloga, Msc. en Gestión Ambiental y en Bioseguridad OGM y miembro académico de la sucursal; y fue coordinado por la Directora Ejecutiva de la misma, Claudia Manzano y la profesora de la asignatura del en fase Rotulado Nutricional, Yuri Castillo, Nutricionista Msc. en Ciencia y Tecnología de Alimentos de la Universidad Nacional de Colombia. Durante el Taller, al que asistieron 23 estudiantes, se abordaron las generalidades y el rotulado nutricional del etiquetado de los alimentos empaquetados, así mismo se dio a conocer la herramienta de Excel para el cálculo preliminar de la Tabla de</p>	<p>https://ilsinorandino.org/2019/03/15/taller-de-rotulado-nutricional-para-estudiantes-de-la-pontificia-universidad-javeriana/</p>	14-Aug-19	<p>Juan Carlos Farfán from Nestlé - https://co.linkedin.com/in/juan-carlos-farfan-perez-b14b24102</p> <p>Adriana Castaño worked for Mondelez https://co.linkedin.com/in/adriana-casta%C3%B1o-herandez-55090519</p> <p>Claudia Manzano worked for Alpina https://co.linkedin.com/in/claudia-lucia-</p>

A128	ILSI	Industry website	Information management	Amplification	<p>Información Nutricional elaborada por Juan Carlos Farrán. Al finalizar se resolvieron las dudas de los estudiantes respecto al tema y se destacó la importancia del papel del profesional en nutrición para la salud pública en los diferentes campos laborales.</p> <p>Premios a los nuevos talentos de la investigación científica y tecnológica de Colombia</p> <p>Harold Hernández, ganador segundo lugar; Esperanza Flórez, docente de la Universidad del Atlántico; Claudia Manzano, Directora Ejecutiva de ILSI Nor-Andino; y Rosa Angélica Ricardo, ganadora primer lugar.</p> <p>Con la representación de Claudia Manzano, Directora Ejecutiva de ILSI Nor-Andino, estuvimos presentes en la entrega del Premio a los nuevos talentos de la investigación científica y tecnológica de Colombia 2018, realizado el 8 de febrero del 2019.</p> <p>Rosa Angélica Ricardo (primer lugar) y Harold Hernández (segundo lugar) fueron los estudiantes premiados por sus trabajos de grado de la Universidad del Atlántico bajo la asesoría de la docente Esperanza Flórez.</p> <p>El evento contó con la presencia de Andrés Peñuela, Director General Herbalife Nutrition Colombia; Clara Lucía Valderrama, Integrante del Consejo Consultor de Dietistas y fue dirigido por José Ortégón, Gerente de Relaciones Gubernamentales, ambos de la misma empresa.</p>	manzano-arenas-b78267149 Yuri Castillo	https://ilsinorandino.org/2019/02/11/premios-a-los-nuevos-talentos-de-la-investigacion-cientifica-y-tecnologica-de-colombia/	14-Aug-19
A129	Kellogg	Conference	Information management	Amplification	<p>ACODIN Congreso 2019 - Día 2</p> <p>Fibra dietética para la microbiota intestinal.</p> <p>ND. MSc Guadalupe Esquivel Flores - MÉXICO</p> <p>Apoya: KELLOGS</p>		https://drive.google.com/file/d/15wsLa88rSWC4t3va9O-jAgHXy3xCJBjRK/view?usp=s_haring	06-Aug-19
A130	McDonald's	Twitter	Coalition management	Community	<p>McDonald's Colombia Retweeted</p> <p>Aldeas Infantiles @AldeasColombia Jun 13</p> <p>¡Estamos felices de ser #LaGranCausa de @McDonaldsCol! Hamburguesa Proscuitto Melt, al adquirirla, una parte se destinará a respaldar el proyecto de vida de los jóvenes que participan en los servicios de Aldeas Infantiles SOS. 🍷🍷</p>		https://twitter.com/AldeasColombia/status/1139329149192089600	07-Aug-19
A131	McDonald's	Twitter	Coalition management	Community	<p>FeriadelLibroBogotá @FILBogota May 6</p> <p>Gracias a @McDonaldsCol y su programa Mc Lectura feliz, que promueve los libros como primer vínculo de la familia con la lectura.</p> <p>Gracias por llenar de alegría y felicidad a cada niño y familia asistente a la feria.</p>		https://twitter.com/FILBogota/status/1125599895711252481	07-Aug-19




A132	McDonald's	Twitter	Coalition management	Community	<p>McDonald's Colombia Retweeted FeriadelLibroBogotá @FILBogota May 1</p> <p>¡Novedad #FILBo2019! Podrás disfrutar de McLectura Feliz en donde encontrarás más de 50 actividades gratuitas del 24 de abril al 6 de mayo.</p> <p>Apoyo institucional: @McDonaldsCol</p>	<p>See also - well promoted by the Book Festival https://twitter.com/FILBogota/status/1122580243187998721 https://twitter.com/McDonaldsCol/status/1122227100516220936 https://twitter.com/McDonaldsCol/status/1121102976288985089 https://twitter.com/FILBogota/status/112089679523807243 https://twitter.com/FILBogota/status/1118596435514208257 https://twitter.com/FILBogota/status/1113160439783985154</p>	<p>https://twitter.com/FILBogota/status/1123573055392026624</p>	07-Aug-19
A133	McDonald's	Twitter	Coalition management	Community	<p>Daniela @Valdedrama Follow Follow @Valdedrama More Daniela Retweeted Alejandra</p> <p>Crear el hábito no de la lectura, sino del gusto y la curiosidad por la misma desde temprana edad. Algo que puede agradecer una persona toda su vida. </p> <p>#McLecturaFelizDaniela added,</p> <p>Alejandra @Tuitereira</p> <p>Creo que la clave está en hacer que los niños se enamoren de la lectura y que no lo vean como una imposición del colegio. Amo que creen estos espacios tan bonitos donde ellos pueden explorar, crear y aprender. #McLecturaFeliz</p> <p>Show this thread</p> <p>12:50 PM - 27 Apr 2019 from Bogotá, D.C., Colombia</p> <p>Daniela @Valdedrama Apr 27</p> <p>Si tienen chiquis en casa y tienen la oportunidad de llevarlos a la @FILBogota, no duden en pasar por el stand de @McDonaldsCol que está pensando especialmente para brindarle una experiencia lectora a los niños.  #McLecturaFeliz</p>	<p>https://twitter.com/Valdedrama/status/112226444636180482</p>	07-Aug-19	

A134	McDonald's	Industry website	Information management	Amplification	<p>¿Cómo alimentar a los niños de hoy? (...). La cadena de restaurantes McDonald's, por ejemplo, ha trabajado los últimos ocho años en un menú infantil más nutritivo y equilibrado, con reducciones de sodio y azúcar y sin grasas trans; con menos de 600 calorías, es decir, menos de un tercio de las necesidades energéticas para niños entre 6 y 10 años, según lo recomendado por la Organización Mundial de la Salud. "La Cajita Feliz de McDonald's aporta nutrientes para el crecimiento de los niños, como la proteína de buena calidad. La carne que usamos proviene solo de cortes enteros y magros, es decir, con bajo porcentaje de grasa; y no contiene aditivos ni conservantes artificiales. Tampoco agregamos grasa en su cocción, ya que la carne se cocina en sus jugos naturales. En los 'nuggets' usamos únicamente pechuga de pollo apanado y sazonador natural, sin aditivos artificiales", señala Adriana Garzón, vocera de la marca en Colombia.</p> <p>El desafío de alimentar a los niños fuera de casa: 'La cajita feliz'</p> <p>De acuerdo con un estudio realizado por la consultora Trendicity*, seis de cada diez familias que comen en locales de comidas rápidas visitan McDonald's. Aun así, para muchos padres es una indulgencia ocasional que tienen con sus hijos; no están seguros de que sea una comida nutritiva y balanceada para ellos.</p> <p>Diana Peláez, Directora Divisional de Marketing de Arcos Dorados—la franquicia de McDonald's en 20 países de Latinoamérica—participó en "Sé lo que como", el primer conversatorio de Semana sobre alimentación saludable, un evento realizado como parte de su iniciativa del mismo nombre.</p> <p>Diana explicó a los asistentes porqué la marca define y promueve el menú infantil como una opción saludable cuando las familias comen fuera de casa.</p> <p>Nuestros aliados</p> <p>Para Corporación Juego y Niñez el trabajo interinstitucional e intersectorial constituye la clave para alcanzar nuestro propósito primordial de empoderar a las niñas y a los niños de Colombia al fortalecer sus habilidades para la vida y su creatividad jugando. Con nuestros aliados nos sentimos y nos ponemos de acuerdo, gracias a ellos nos acercamos a los 20 años de trabajo articulado por la niñez del país.</p> <p>ACTORES PRIVADOS</p> <p>CHEVRON NESTLE PETROBRAS COCA COLA FEMSA ARGOS PEPE GANGA INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA POLITÉCNICO GRANCOLOMBIANO KELLOG'S INC PROCTER & GAMBLE</p>	<p>14- Aug- 19</p> <p>https://decidoloquecomo.com/alimentacion-infantil/como-alimentar-a-los-ninos-de-hoy/</p>	<p>Other webpages: https://decidoloquecomo.com/buenos-habitos/en-el-corte-esta-la-clave-para-que-la-carne-de-cerdo-sea-saludable/</p>
A135	McDonald's	Industry website	Information management Discursive strategy	Amplification Frame the debate	<p>De acuerdo con un estudio realizado por la consultora Trendicity*, seis de cada diez familias que comen en locales de comidas rápidas visitan McDonald's. Aun así, para muchos padres es una indulgencia ocasional que tienen con sus hijos; no están seguros de que sea una comida nutritiva y balanceada para ellos.</p> <p>Diana Peláez, Directora Divisional de Marketing de Arcos Dorados—la franquicia de McDonald's en 20 países de Latinoamérica—participó en "Sé lo que como", el primer conversatorio de Semana sobre alimentación saludable, un evento realizado como parte de su iniciativa del mismo nombre.</p> <p>Diana explicó a los asistentes porqué la marca define y promueve el menú infantil como una opción saludable cuando las familias comen fuera de casa.</p> <p>Nuestros aliados</p> <p>Para Corporación Juego y Niñez el trabajo interinstitucional e intersectorial constituye la clave para alcanzar nuestro propósito primordial de empoderar a las niñas y a los niños de Colombia al fortalecer sus habilidades para la vida y su creatividad jugando. Con nuestros aliados nos sentimos y nos ponemos de acuerdo, gracias a ellos nos acercamos a los 20 años de trabajo articulado por la niñez del país.</p> <p>ACTORES PRIVADOS</p> <p>CHEVRON NESTLE PETROBRAS COCA COLA FEMSA ARGOS PEPE GANGA INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA POLITÉCNICO GRANCOLOMBIANO KELLOG'S INC PROCTER & GAMBLE</p>	<p>14- Aug- 19</p> <p>https://decidoloquecomo.com/mitos-y-tendencias/ci-desafio-de-alimentar-a-los-ninos-fuera-de-casa-la-cajita-feliz/</p>	
A136	Nestle Coca-Cola Kellogg	Civil society website	Coalition management	Community	<p>Nuestros aliados</p> <p>Para Corporación Juego y Niñez el trabajo interinstitucional e intersectorial constituye la clave para alcanzar nuestro propósito primordial de empoderar a las niñas y a los niños de Colombia al fortalecer sus habilidades para la vida y su creatividad jugando. Con nuestros aliados nos sentimos y nos ponemos de acuerdo, gracias a ellos nos acercamos a los 20 años de trabajo articulado por la niñez del país.</p> <p>ACTORES PRIVADOS</p> <p>CHEVRON NESTLE PETROBRAS COCA COLA FEMSA ARGOS PEPE GANGA INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA POLITÉCNICO GRANCOLOMBIANO KELLOG'S INC PROCTER & GAMBLE</p>	<p>20- Aug- 19</p> <p>https://juegovni.net.org/nuestros-aliados/</p>	
A137	ANDI Coca-Cola McDonald's Mars	Other	Coalition management	Internal	<p>Concordia is a registered 501(c)(3) nonprofit, nonpartisan organization dedicated to actively fostering, elevating, and sustaining cross-sector partnerships for social impact (https://www.concordia.net/about/)</p> <p>Organization (only our actors of interest): FENALCO, ANDI, Coca-Cola, McDonald's, Mars</p>	<p>21- Aug- 19</p> <p>https://www.concordia.net/organization/</p>	

A138	Multiple	Industry website	Coalition management	Internal	<p>UNA INICIATIVA DE: Semana, Fundacion Exito, Gourmet, Nestle</p> <p>PRESENTA: Zenu, Tetrapack, Doria, Levapan, Pork Colombia</p> <p>APOYA: ANDI, Live Life</p>	https://decidido.quecomo.com/	14-Aug-19
A139	Danone Exito Nutresa Unilever ANDI	Industry website	Coalition management	Community	<p>PROGRAMA DE NUTRICIÓN</p> <p>Mejorar la nutrición y la salud de poblaciones vulnerables de Colombia es un compromiso de Alquería. Nuestro programa de nutrición ha beneficiado a miles de familias mediante donaciones, campañas de sensibilización y distintos frentes de trabajo para reducir la pobreza, el hambre y la desnutrición</p> <p>Por ello, y desde hace más de 12 años, hemos trabajado de manera optimista con diferentes bancos de alimentos, organismos sin ánimo de lucro que centran sus esfuerzos para garantizar la alimentación de población necesitada.</p> <p>Comprometida a luchar contra la pobreza extrema y el hambre, en 2009 Alquería se unió con el Grupo y Fundación Exito, el Grupo y Fundación Nutresa, Unilever y la ANDI para fundar la Asociación de Bancos de Alimentos de Colombia (ABACO), que reúne a 19 bancos de alimentos a nivel nacional. Hoy, Carlos Enrique Cavellier, Coordinador de Sueños de Alquería, es parte activa de la junta directiva de ABACO.</p> <p>En los últimos 5 años hemos donado más de 9.735.237 litros de leche a 15 bancos de alimentos en 12 ciudades de Colombia.</p> <p>FAMILIAS Y BENEFICIOS</p> <p>El corazón de Alquería es la familia. Por eso, y a través de distintas iniciativas como nuestro programa de Nutrición, contribuimos para mejorar la salud y la calidad de vida de los colombianos. Con el apoyo de más de 700 empresas y en alianza con distintos bancos de alimentos en todo el país, en los últimos 10 años han sido beneficiadas más de 116.000 personas y 14.000 familias. Ellos han compartido con nosotros sus testimonios y voces de esperanza.</p>	https://www.alqueria.com.co/programa-de-nutricion/#familias	15-Aug-19
A140		Government website	Direct involvement and influence in policy	Lobby	<p>Congreso de la Republica de Colombia - Camara de Representantes - Registro Público de Cabilderos - Registro Cabilderos 2014-2018</p>	http://www.camara.gov.co/camara/visor?doc=/sistemas/default/files/2017-07/Registro%20Cabilderos%20-%282015-04-21%29.pdf	22-Aug-19

A141	Nutresa Coca-Cola	Media	Direct involvement and influence in policy	Lobby (revolving door) Incentives	<p>o Antes de ser electo presidente de Colombia, Iván Duque Márquez fue senador entre los años 2014 y 2018. Durante su etapa como parlamentario lideró una campaña en contra del impuesto a las bebidas azucaradas y apareció en un video en el que afirmó que el azúcar no es la principal causa de la obesidad. La campaña al Senado de 2014 de Iván Duque, así como la de los otros candidatos del partido Centro Democrático de ese periodo legislativo, fue financiada por ingenios azucareros, Nutresa y Bavaria. o La empresa Econcept es una consultora económica que ha elaborado estudios para Coca-Cola, SaludCoop EPS y Asocaña. Entre sus fundadores y socios se encuentran funcionarios que han ocupado ministerios y altos cargos en el sector público.</p> <p>JUAN CARLOS ECHEVERRY GARZÓN MINISTERIO DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO Ministro (2010-2012)</p> <p>MAURICIO SANTAMARÍA SALAMANCA ECONCEPT Representante legal (2014-2017)</p> <p>ANDRÉS ESCOBAR ARANGO ECONCEPT Presidente (2009-2014)</p>	https://saludconupa.com/reportajes/la-salud-en-la-mesa-del-poder/puertas-que-giran-sin-parar/	22- Aug- 19
A142	ANDI	Media	Direct involvement and influence in policy	Lobby (revolving door)	<p>Santiago Durán Otero, director ejecutivo de la Cámara de la Industria de Bebidas de la ANDI en el 2018, sabe trabajar con todo tipo de público. Eligió uno muy selecto a inicios de junio de 2018, durante el debate de la "Ley de la comida chatarra", un proyecto que buscaba regular la publicidad de alimentos no saludables y ultraprocesados. En esa oportunidad se acercó personalmente a algunos senadores de la República.</p> <p>Según relató la Liga contra el Silencio, a Durán se le vio muy activo, de lado a lado del recinto, hablando con los congresistas que votarían el articulado que aumentaba las regulaciones para la industria. Aunque no es posible asegurar que las votaciones en contra de la llamada Ley de la comida chatarra se debieron a la intervención de Otero, su acto fue parte de una serie de jugadas a favor del sector que él representaba. (...)</p> <p>Luego de que el espectáculo del etiquetado llegara a su fin, Durán Otero desapareció de la ANDI y, en un abrazo abraza, apareció como asesor del presidente Iván Duque y como su representante en el proyecto Pazcífico.</p>	https://saludconupa.com/reportajes/la-salud-en-la-mesa-del-poder/los-trucos-del-lobby-de-la-salud-en-colombia/	22- Aug- 19


A143	ANDI, Postobon	Media	Direct involvement and influence in policy Discursive strategy	Lobby Frame the debate	<p>Sí hubo presencia de gremios como la Asociación Nacional de Empresarios de Colombia (ANDI) y la Federación Nacional de Comerciantes (Fenalco); y oficinas de cabildo como Axis, cuyo director, Felipe Campo, asistió a varias sesiones donde el proyecto de Ley de Etiquetado estuvo en el orden del día.</p> <p>“En todos los debates están. En comisión sacan a los representantes, les dicen más o menos qué tienen que hacer, se acercan a los asesores y les dicen: ‘Levanten ya esta sesión’”, dijo un representante de la sociedad civil que pidió no ser identificado.</p> <p>“Eso lo vimos en la sesión cuando llegó Santrich; una persona de Axis le dijo al asesor de un miembro de la mesa directiva: ‘Ya no más, levanten esta sesión’. Esa era la orden”. (...)</p> <p>Estas dos fuentes que observaron el proceso aseguran que la industria, y las organizaciones que la apoyan, sostienen reuniones con los congresistas uno por uno, donde repiten los mismos argumentos que presentaron en el debate por el impuesto a las bebidas azucaradas. (...)</p> <p>El representante Mauricio Toro, dice haber visto similitudes entre el lobby contra el etiquetado, y la manera como ha operado en la comisión el lobby del tabaco y del asbesto, para impedir regulaciones. “Había una fuerza que estaba trabajando con mensajes para algunos de los ponentes del proyecto, porque cuando usted empieza a oír las razones y las motivaciones que aducen, se nota que no son construcciones propias, se nota que es información que les han entregado personas que tienen un interés en el proyecto”, dijo Toro. (...)</p> <p>Postobón ejerció la presión más evidente para impedir que prosperara la propuesta original del etiquetado de advertencia. Varias fuentes confirmaron que cuando arreció la presión de la sociedad civil y los medios de comunicación, representantes de la empresa se acercaron a los congresistas para entregarles un texto distinto de proyecto de ley, que conciliara las dos posiciones.</p> <p>“Los congresistas nos dijeron que les había ido a buscar Postobón para poner una propuesta que bajara los ánimos de la sociedad civil, porque sabían que la presión ha estado muy fuerte. A los congresistas la industria les dijo: ‘haga una propuesta conciliadora, cree esta comisión y agárese de que no podemos copiar simplemente porque si el modelo de Chile’”, dijo el representante Toro.</p> <p>Contactamos a Postobón para conocer su versión sobre este tema, y en comunicado dirigido a La Liga respondió:</p> <p>“Junto con empresas pertenecientes a las cámaras de Bebidas y de Alimentos de la ANDI, participamos en espacios como audiencias públicas, foros y reuniones, convocados no sólo por los legisladores, sino también por otros grupos de interés, en los que siempre explicamos la posición de la industria desde los puntos de vista técnico y científico”. (...) Postobón, sin embargo, dijo también en su comunicado: “Es importante resaltar que la industria de bebidas ha avanzado en el etiquetado frontal sin necesidad de que exista una obligación legal, aportando elementos de juicio para que los esfuerzos regulatorios se encaminen a informar mejor a los consumidores”.</p>	<p>https://ligacontraciencia.com/2019/07/11/asi-fue-el-lobby-en-el-congreso-contrala-ley-de-etiquetado/</p>	22-Aug-19
A144	Not specified	Media	Direct involvement and influence in policy	Actor in government decision making	<p>Las empresas más grandes de bebidas azucaradas de Colombia acordaron en 2016 no vender ciertos productos en las escuelas primarias. Tres años más tarde, siguen sin cumplir el compromiso.</p>	<p>https://pacificista.tv/notas/empresas-de-bebidas-azucaradas-incumplen-acuerdos-de-venta-en-colegios/</p>	22-Aug-19

A145	Multiple	Twitter	Discursive strategy	Frame the debate	<p>Sé Lo Que Como a retweeté</p> <p>Revista Semana Compte certifié @RevistaSemana 17 juil.</p> <p>En @decidoloquecomo Alimentarnos es uno de los actos más importantes del día. Hacerlo correctamente requiere incluir las porciones adecuadas, sin excesos, de todos los tipos de alimento de forma dosificada a lo largo del día.</p> <p>#SéLoQueComo</p> <p> http://bit.ly/2xPOxKI</p>		https://twitter.com/RevistaSemana/status/1151284378716315650	12-Aug-19
A146	Multiple	Twitter	Discursive strategy	Frame the debate	<p>Sé Lo Que Como a retweeté</p> <p>Revista Semana Compte certifié @RevistaSemana 15 juil.</p> <p>.@decidoloquecomo Alimentarse de forma equilibrada no se limita a acciones con plazo definido, ni a seguir unas reglas únicas; es parte de un estilo vida saludable.</p> <p>#SéLoQueComo y por eso #DecidoLoQueComo</p> <p> http://bit.ly/2xPOxKI</p>		https://twitter.com/RevistaSemana/status/1150853791228416001	12-Aug-19
A147	Multiple	Twitter	Discursive strategy	Frame the debate	<p>Sé Lo Que Como</p> <p>@decidoloquecomo 12 juil.</p> <p>“El secreto de comer está en el cómo se porciona esa ingesta colectiva para no recargar el cuerpo de un exceso de calorías que no va a consumir”, dice Luis Bonet, médico experto en metabolismo. </p> <p>#SéLoQueComo y por eso #DecidoLoQueComo</p>		https://twitter.com/decidoloquecomo/status/1149772738187452416	12-Aug-19
A148	Multiple	Twitter	Discursive strategy	Frame the debate	<p>Sé Lo Que Como</p> <p>@decidoloquecomo 2 avr.</p> <p>Actividad física: desde una perspectiva fisiológica, es cualquier movimiento corporal que de como resultado un gasto energético.</p> <p>Ej: trabajar, sentarse, pararse, caminar, tocar un instrumento musical, bailar, limpiar. ¡Así que muévete!</p> <p>#SéLoQueComo y por eso #DecidoLoQueComo</p>		https://twitter.com/decidoloquecomo/status/1113112199306887168	12-Aug-19




A149	Multiple	Twitter	Discursive strategy	Frame the debate	<p>Sé Lo Que Como @decidoloquecomo 6 mars</p> <p>Vivimos en un mundo que se transforma rápidamente. Cada día surgen desafíos que nos impulsan a cambiar costumbres e implementar nuevos hábitos que, en la mayoría de ocasiones, no corresponden a las prácticas de una nutrición responsable.</p> <p>#SéLoQueComo y por eso #DecidoLoQueComo</p>	<p>https://twitter.com/decidoloquecomo/status/1103406249327161347</p>	12-Aug-19
A150	Multiple	Twitter	Discursive strategy	Frame the debate	<p>Bebidas de tu lado @bebidasdetulado 31 juil.</p> <p>Plus</p> <p>Conoce nuestros 5 compromisos de autorregulación y descubre que estamos haciendo las bebidas para estar #DeTuLado. Visita http://www.bebidasdetulado.com</p>	<p>See also here:</p> <p>https://twitter.com/bebidasdetulado/status/1156580280636989441</p> <p>https://twitter.com/bebidasdetulado/status/1151846582846808064</p> <p>https://twitter.com/bebidasdetulado/status/1150563126544412672</p>	12-Aug-19
A151	Multiple	Twitter	Discursive strategy	Frame the debate	<p>Bebidas de tu lado @bebidasdetulado 31 juil.</p> <p>Desde 2016 tenemos el compromiso de continuar con la #InnovaciónPositiva de nuestro portafolio para poder ofrecerte bebidas que se adapten mejor con tu estilo de vida.</p>	<p>https://twitter.com/bebidasdetulado/status/1156361332402212869</p>	12-Aug-19
A152	Multiple	Twitter	Discursive strategy	Frame the debate	<p>Bebidas de tu lado @bebidasdetulado 30 juil.</p> <p>Las bebidas queremos poner la información nutricional a tu alcance para contribuir a la toma de decisiones conscientes de consumo. Visita http://www.bebidasdetulado.com para más #InformaciónClara</p>	<p>See also here:</p> <p>https://twitter.com/bebidasdetulado/status/1156195238110736384</p> <p>https://twitter.com/bebidasdetulado/status/1151287902300622849</p>	12-Aug-19
A153	Multiple	Twitter	Discursive strategy	Frame the debate	<p>Bebidas de tu lado @bebidasdetulado 28 juil.</p> <p>Nuestros consumidores merecen #InformaciónClara y eso es lo que queremos darles. Por eso hace más de 1 año firmamos un compromiso de autorregulación para cambiar nuestras etiquetas. ¡Las bebidas estamos #DeTuLado!</p>	<p>https://twitter.com/bebidasdetulado/status/1155530860550115328</p>	12-Aug-19
A154	Multiple	Twitter	Discursive strategy	Frame the debate	<p>Bebidas de tu lado @bebidasdetulado 28 juil.</p> <p>¿Quieres saber qué hace la industria de las bebidas para promover una #VidaBalanceada? Trabajamos con @tudiscovery y #HealthyWeight en</p>	<p>https://twitter.com/bebidasdetulado/status/1155274168176267265</p>	12-Aug-19

A155	Multiple	Twitter	Discursive strategy	Frame the debate	#JuntosContamos. Más información en este link --> http://co.juntoscontamos.com	<p>Bebidas de tu lado @bebidasdetulado</p> <p>Respetamos la autonomía de los padres de familia, por eso hacemos una #PublicidadConsciente. Visita http://www.bebidasdetulado.com para saber por qué estamos #DeTuLado.</p> <p>07:00 - 26 jul. 2019</p> <p>Bebidas de tu lado @bebidasdetulado</p> <p>Suivre Suivre @bebidasdetulado</p> <p>Las decisiones nutricionales de los niños deben ser tomadas por sus padres. Visita http://www.bebidasdetulado.com para más información sobre la #PublicidadConsciente.</p> <p>17:00 - 25 jul. 2019</p> <p>Bebidas de tu lado @bebidasdetulado</p> <p>Tenemos más opciones para ti. Aprende más sobre la #InnovaciónPositiva que estamos haciendo en nuestro portafolio. http://www.bebidasdetulado.com</p>	<p>See also: https://twitter.com/bebidasdetulado/status/1154753238459133952</p>	12-Aug-19
A156	Multiple	Twitter	Discursive strategy	Frame the debate		<p>Bebidas de tu lado @bebidasdetulado</p> <p>16 jul.</p> <p>#JuntosContamos enseña a niños y a sus familias a llevar una dieta adecuada y una #VidaBalanceada. Visita http://co.juntoscontamos.com para más información.</p>	<p>See also: https://twitter.com/bebidasdetulado/status/1151129362097422337</p> <p>https://twitter.com/bebidasdetulado/status/1150464979570741249</p>	12-Aug-19
A157	Multiple	Twitter	Discursive strategy	Frame the debate		<p>Bebidas de tu lado @bebidasdetulado</p> <p>14 jul.</p> <p>Las bebidas te damos las herramientas para que puedas tomar con plena autonomía las decisiones nutricionales de tus hijos. Estamos #DeTuLado. Visita http://www.bebidasdetulado.com</p> <p>Nuestros Patrocinadores</p> <p>ACODIN no tiene conflicto de intereses con empresas, organizaciones o la industria frente a su información y productos. La información de conferencistas y sus posturas de apoyo son responsabilidad exclusiva de cada una de ellas. ACODIN es una entidad que no excluye y que escucha todas las posturas de los actores institucionales, no institucionales, académicos y civiles como una medida de paz y respeto para los que conformamos una sociedad.</p>	<p>See also: https://twitter.com/bebidasdetulado/status/1150923514565025792</p>	12-Aug-19
A158	Multiple	Twitter	Discursive strategy	Frame the debate		<p>Bebidas de tu lado @bebidasdetulado</p> <p>14 jul.</p> <p>Las bebidas te damos las herramientas para que puedas tomar con plena autonomía las decisiones nutricionales de tus hijos. Estamos #DeTuLado. Visita http://www.bebidasdetulado.com</p> <p>Nuestros Patrocinadores</p> <p>ACODIN no tiene conflicto de intereses con empresas, organizaciones o la industria frente a su información y productos. La información de conferencistas y sus posturas de apoyo son responsabilidad exclusiva de cada una de ellas. ACODIN es una entidad que no excluye y que escucha todas las posturas de los actores institucionales, no institucionales, académicos y civiles como una medida de paz y respeto para los que conformamos una sociedad.</p>	<p>See also: https://twitter.com/bebidasdetulado/status/1150389484199874560</p>	12-Aug-19
A159	Multiple	Twitter	Discursive strategy	Frame the debate		<p>Bebidas de tu lado @bebidasdetulado</p> <p>14 jul.</p> <p>Las bebidas te damos las herramientas para que puedas tomar con plena autonomía las decisiones nutricionales de tus hijos. Estamos #DeTuLado. Visita http://www.bebidasdetulado.com</p> <p>Nuestros Patrocinadores</p> <p>ACODIN no tiene conflicto de intereses con empresas, organizaciones o la industria frente a su información y productos. La información de conferencistas y sus posturas de apoyo son responsabilidad exclusiva de cada una de ellas. ACODIN es una entidad que no excluye y que escucha todas las posturas de los actores institucionales, no institucionales, académicos y civiles como una medida de paz y respeto para los que conformamos una sociedad.</p>	<p>See also: https://twitter.com/bebidasdetulado/status/1150389484199874560</p>	12-Aug-19
A160	ILSI Unilever	Conference	Information management	Amplification		<p>Bebidas de tu lado @bebidasdetulado</p> <p>14 jul.</p> <p>Las bebidas te damos las herramientas para que puedas tomar con plena autonomía las decisiones nutricionales de tus hijos. Estamos #DeTuLado. Visita http://www.bebidasdetulado.com</p> <p>Nuestros Patrocinadores</p> <p>ACODIN no tiene conflicto de intereses con empresas, organizaciones o la industria frente a su información y productos. La información de conferencistas y sus posturas de apoyo son responsabilidad exclusiva de cada una de ellas. ACODIN es una entidad que no excluye y que escucha todas las posturas de los actores institucionales, no institucionales, académicos y civiles como una medida de paz y respeto para los que conformamos una sociedad.</p>	<p>See also: https://acodin.org/congreso-2019/</p>	06-Aug-19

	Unilever	Conference	Information management	Amplification	<p>Categoría Oro Boydort</p> <p>Categoría Estándart Pietran Laboratorio Laproff FENAVI Celan ILSI Gatorade L/TAM Ookio Fedepalma eBiody Abbott MenusPlus Naatu (Unilever) Cafe de Colombia Efigas Alanur IdeoLifes Instituto de Nutricion y Salud Kellogg's CPDCaldas Taeq Fresenius Kabi Ron Viejo de Caldas Industria Licorera de Caldas Universidad Catolica de Manizales</p>		
A161		Conference	Information management	Amplification	<p>ACODIN Congreso 2019 - Dia 3 SIMPOSIO (22) TEMÁTICAS SELECTAS EN NUTRICIÓN 5</p> <p>MODERADOR: Ana María Castaño Ramírez Nd Msc ICBF Caldas 8:00 - 8:45 Los cereales, una opción en el desarrollo de alimentos, nutritivos, económico y viable. Sara Valdes, Presidente ALACCTA. MEXICO 8:45 - 9:15 TAEQ 9:15 - 10:00 Comida del Futuro: dietas sostenibles para personas y planeta sanos. Fernanda de Oliveira Martins. ND Msc. BRASIL Apoya: Unilever</p>	<p>https://drive.google.com/file/d/1Nqc5zKlrMZoSWw6zKfGSSX7JHNoXfRRH/view</p>	06-Aug-19
A162	Danone ILSI McDonald's	Conference	Information management	Amplification	<p>33° Congreso de Nutrición Clínica y Metabolismo y 4° Congreso FELANPE Regional Andino Patrocinadores: Nutricia (Danone), ILSI, FENAVI, Fedepalma, Cenipalma, Arcos Dorados, Abbott, etc</p> <p>Viernes 03 Mayo: 10:10 - 11:40: Nutrición Infantil -ILSI - ACNC - Liliana Ladino ND, Col</p>	<p>https://www.nutricinico lombia.org/congreso/ https://www.nutricinico lombia.org/wp-content/uploads/2019/04/programa-congreso-2019-F2.pdf</p>	06-Aug-19

A163	Multiple	Twitter	Information management	Amplification	<p>Sé Lo Que Como a retweeté</p> <p>Revista Semana Compte certifié @RevistaSemana 23 juil.</p> <p>En @decidolocomo Los cereales son los que le darán a su hijo la energía necesaria para estudiar, correr y jugar. Las proteínas contribuyen a la fabricación de nuevos tejidos, a la elaboración de enzimas y al aumento de masa muscular.</p> <p>#SéLoQueComo</p> <p> http://bit.ly/2StHzET</p>	<p>https://twitter.com/RevistaSemana/status/1153760443585798144</p>	12-Aug-19
A164	Multiple	Twitter	Information management	Amplification	<p>Bebidas de tu lado @bebidasdetulado 17 mai</p> <p>Las personas no tenemos las mismas necesidades nutricionales. Los etiquetados de advertencia no ofrecen #InformaciónClara sobre el aporte energético y nutricional de cada bebida.</p>	<p>https://twitter.com/bebidasdetulado/status/1129386088764715010</p>	12-Aug-19
A165	Multiple	Twitter	Information management	Amplification	<p>Bebidas de tu lado @bebidasdetulado 16 mai</p> <p>El etiquetado GDA aporta información confiable, distinto a lo que un etiquetado de advertencia puede hacer. #InformaciónClara</p>	<p>See also: https://twitter.com/bebidasdetulado/status/1128751908099747842</p>	12-Aug-19
A166	Multiple	Twitter	Information management	Amplification Actor in government	<p>En la Comisión Séptima de @SenadoGovCo se presentaron los argumentos de Susana Socolovsky, Ph. D., sobre #EtiquetadoFrontal como representante de la academia. Socolovsky tiene una amplia experiencia en estos temas y cuenta con el reconocimiento internacional de sus pares.</p> <p>1:16</p> <p>Bebidas de tu lado @bebidasdetulado 15 mai</p> <p>Susana Socolovsky, Ph. D., nos explica de forma precisa qué es el #EtiquetadoFrontal de acuerdo con lo que determina el Codex Alimentarius @FAOWHOCodex. #InformaciónClara</p> <p>1:33</p> <p>Bebidas de tu lado @bebidasdetulado 15 mai</p> <p>La discusión en Colombia sobre el #EtiquetadoFrontal coincide con la reunión del Codex Alimentarius @FAOWHOCodex en #Canadá en la que se trata el mismo tema. #InformaciónClara</p> <p>0:40</p> <p>Bebidas de tu lado @bebidasdetulado 15 mai</p>	<p>https://twitter.com/bebidasdetulado/status/1128789861576708096</p>	12-Aug-19

					<p>Susana Socolovsky, Ph. D., nos cuenta que en el mundo únicamente cuatro países tienen esquemas de #EtiquetadoFrontal obligatorios. Esto es debido a que el Codex Alimentarius @FAWHOCodeX no cuenta con una directriz al respecto.</p> <p>#InformaciónClara 0:59</p> <p>Bebidas de tu lado @bebidasdeltulado 15 mai</p> <p>Susana Socolovsky, Ph. D., nos explica qué es Codex Alimentarius @FAWHOCodeX y por qué es importante saberlo para discutir con propiedad los temas de #EtiquetadoFrontal. Si quieres tener más información al respecto, visita --> http://www.fao.org/fao-who-codexalimentarius/es/ ...</p> <p>Bebidas de tu lado @bebidasdeltulado 15 mai</p> <p>¿Por qué es importante y para qué sirve el #EtiquetadoFrontal? Aquí lo fundamental es educar al consumidor. #InformaciónClara 2:20</p> <p>Bebidas de tu lado @bebidasdeltulado</p> <p>Existe un mito que afirma que la población no aprende a leer el #EtiquetadoGDA. Susana Socolovsky, Ph. D., nos aclara que no existe sustento científico para tal afirmación y que hay países que sí lograron educar a los consumidores.</p> <p>#InformaciónClara 1:07 15:30 - 15 mai 2019</p>	<p>Bebidas de tu lado @bebidasdeltulado 14 mai</p> <p>El etiquetado GDA cuenta con respaldo científico y está basado en las guías aprobadas por las autoridades internacionales. #InformaciónClara</p>	<p>Amplification</p> <p>Information management</p> <p>Twitter</p> <p>Multiple</p>	<p>Many more Tweet about this in mid May - criticism of warning labels and promotion of GDA</p>	<p>https://twitter.com/bebidasdeltulado/status/1128314021558530052</p>	<p>12-Aug-19</p>
--	--	--	--	--	---	--	---	---	--	------------------

A168	Multiple	Twitter	Information management Direct involvement and influence in policy	Amplification Actor in government decision making	<p>En la Comisión Séptima de @CamaraColombia, Susana Socolovsky, Ph.D., hizo una intervención sobre el etiquetado frontal en nombre de la ciencia de los alimentos en sus palabras no había estado representada en dicha audiencia. #InformaciónClara ANDI</p> <p>Bebidas de tu lado @bebidasdeltulado 9 mai</p> <p>"El arte de etiquetar alimentos forma parte de una de las premisas de la @WHO que vela por la salud de los consumidores en el mundo entero": Susana Socolovsky, Ph.D. #InformaciónClara</p> <p>Bebidas de tu lado @bebidasdeltulado 9 mai</p> <p>"En 1963, la @WHO y la @FAO convirtieron a un grupo de personas interesadas en la salud de la población en una entidad que se llama Codex Alimentarius": Susana Socolovsky, Ph.D. #InformaciónClara</p> <p>Si quieres saber qué es el Codex Alimentarius    --> http://www.fao.org/fao-who-codexalimentarius/home/es/ ...</p> <p>Bebidas de tu lado @bebidasdeltulado 9 mai</p> <p>El Codex Alimentarius tiene dos misiones fundamentales: velar por la salud poblacional global y garantizar las prácticas equitativas de comercio. Esta entidad tratará el tema del etiquetado frontal la próxima semana: Susana Socolovsky, Ph.D. #InformaciónClara</p> <p>Bebidas de tu lado @bebidasdeltulado 9 mai</p> <p>El tema del etiquetado frontal constituye un tema de primordial importancia para el mundo entero: Susana Socolovsky, Ph.D. #InformaciónClara ANDI</p> <p>Bebidas de tu lado @bebidasdeltulado 9 mai</p> <p>La tabla nutricional es una creación del Codex Alimentarius y como tal ha sido armonizada por la intervención de todos los países. En el Codex se sienta el 99% de los países del mundo con voz y voto: Susana Socolovsky, Ph.D. #InformaciónClara</p> <p>Bebidas de tu lado @bebidasdeltulado 9 mai</p> <p>El Codex Alimentarius regula para el mundo entero y constituye la base normativa de todos los países. Permítanme decirles que también para el @invimacolombia el Codex es la base normativa: Susana Socolovsky, Ph.D. #InformaciónClara</p>	<p>12- Aug- 19</p> <p>https://twitter.com/bebidasdeltulado/status/1126628184965963776</p>
------	----------	---------	--	--	---	---

Bebidas de tu lado
@bebidasdetulado
9 mai
Y la norma colombiana dice que en ausencia de norma, la norma es el Codex: Susana Socolovsky, Ph.D. #InformaciónClara


Bebidas de tu lado
@bebidasdetulado
9 mai
Partiendo de esto es importante resaltar dos cosas: 1. El Proyecto de Ley 214, que está cursando en esta Cámara, no es el proyecto de Chile pues tiene solamente uno de los elementos del etiquetado chileno que es la señal de advertencia: Susana Socolovsky, Ph.D. #InformaciónClara

Bebidas de tu lado
@bebidasdetulado
2. Si leen el proyecto verán que usa definiciones de alimentos a los que llama mínimamente procesados, ingredientes primarios, alimentos procesados y ultraprocesados, definiciones que no están aceptadas por la normatividad internacional: Susana Socolovsky, Ph.D. #InformaciónClara
16:21 - 9 mai 2019

A169	Multiple	Twitter	Information management Direct involvement and influence in policy	Amplification Actor in government decision making	<p>En este momento inicia su intervención en la Comisión Séptima de @CamaraColombia el director ejecutivo de la Cámara de la Industria de Bebidas, @_l_felipetorres. Las bebidas creemos en la #InformaciónClara.</p> <p>ANDI Bebidas de tu lado @bebidasdeltulado 9 mai</p> <p>"Todos estamos de acuerdo con que el etiquetado actual, es decir, la tabla nutricional no es suficiente información para el consumidor. Lo que estamos buscando aquí es identificar el mejor modelo de etiquetado": @_l_felipetorres #InformaciónClara</p> <p>Bebidas de tu lado @bebidasdeltulado 9 mai</p> <p>"Este proyecto [sobre etiquetado] debe buscar qué es lo mejor para el consumidor colombiano": @_l_felipetorres #InformaciónClara</p> <p>Bebidas de tu lado @bebidasdeltulado 9 mai</p> <p>Es un compromiso de Colombia adoptar estudios de impacto normativo donde se haga un análisis de costo-beneficio al momento de expedir una medida regulatoria: @_l_felipetorres #InformaciónClara</p> <p>ANDI Bebidas de tu lado @bebidasdeltulado 9 mai</p> <p>Vemos como industria [de bebidas] que el debate actual de etiquetado carece de este análisis de costo-beneficio lo cual le impide al país avanzar en una política pública basada en evidencia científica: @_l_felipetorres #InformaciónClara</p> <p>Bebidas de tu lado @bebidasdeltulado 9 mai</p> <p>El etiquetado informativo, que utilizan la mayoría de países europeos y los Estados Unidos, se conoce como GDA. Éste se basa en las guías aprobadas por la @WHO, en las recomendaciones de la autoridad sanitaria de la Unión Europea y la FDA: @_l_felipetorres #InformaciónClara</p> <p>Bebidas de tu lado @bebidasdeltulado 9 mai</p> <p>El etiquetado GDA responde a los lineamientos de la normativa del Codex Alimentarius: @_l_felipetorres #InformaciónClara (¿Quieres conocer qué es el Codex Alimentarius? 📄🍷🍷? Visita esta página web de la @FAO --> http://www.fao.org/fao-who-codexalimentarius/es/...)</p> <p>Bebidas de tu lado</p>	https://twitter.com/bebidasdeltulado/status/112653212385738752	12-Aug-19
------	----------	---------	--	--	---	---	-----------

					<p>@bebidasdetulado 186 países del mundo hacen parte del Codex Alimentarius y los lineamientos del etiquetado GDA hacen parte de sus recomendaciones: @_felipetorres #InformaciónClara</p> <p>09:59 - 9 mai 2019</p> <p>Bebidas de tu lado @bebidasdetulado 9 mai</p> <p>El etiquetado GDA es claro, sencillo y comprensible porque indica de manera exacta el aporte de las energías calóricas y de nutrientes (grasas, azúcares y sodio) :</p> <p>@_felipetorres #InformaciónClara</p> <p>Bebidas de tu lado @bebidasdetulado 9 mai</p> <p>A diferencia de otras opciones el etiquetado GDA no discrimina y sí ayuda a educar a los consumidores sobre el aporte nutricional de cada alimento: @_felipetorres #InformaciónClara</p> <p>Bebidas de tu lado @bebidasdetulado 9 mai</p> <p>Desde la @ANDI_Colombia y con las empresas que hacen parte de la Cámara de la Industria de Bebidas, desde 2016 hemos adoptado el etiquetado GDA como un mecanismo de autorregulación [pues no lo exige la ley]: @_felipetorres #InformaciónClara</p> <p>Bebidas de tu lado @bebidasdetulado 9 mai</p> <p>Existen otros esquemas de etiquetado como los de advertencia. Nosotros los consideramos altamente cuestionados pues crean alertas en los consumidores a través de un juicio subjetivo sobre la idoneidad de un producto: @_felipetorres #InformaciónClara</p>	<p>Present GDA in the picture See also: https://twitter.com/bebidasdetulado/status/1155168472852078592 https://twitter.com/bebidasdetulado/status/115263175720153</p>	<p>https://twitter.com/bebidasdetulado/status/1155168472852078592</p>	<p>12-Aug-19</p>
<p>A170</p>	<p>Multiple</p>	<p>Twitter</p>	<p>Information management Discursive strategy</p>	<p>Amplification Frame the debate</p>	<p>Bebidas de tu lado @bebidasdetulado 28 juil.</p> <p>La @WHO recomienda que una persona adulta con un peso saludable consuma 2.000 calorías al día. Nosotros te damos #InformaciónClara basandonos en ese número de calorías. #DeTuLado</p>	<p>Present GDA in the picture See also: https://twitter.com/bebidasdetulado/status/1155168472852078592 https://twitter.com/bebidasdetulado/status/115263175720153</p>	<p>https://twitter.com/bebidasdetulado/status/1155168472852078592</p>	<p>12-Aug-19</p>

A171	Multiple	Twitter	Information management Discursive strategy	Amplification Frame the debate	Bebidas de tu lado @bebidasdetulado 23 juil. La #InformaciónClara que te presentamos en nuestras bebidas incluye las calorías y los cuatro nutrientes reconocidos como importantes desde el punto de vista de salud pública: grasa total, grasa saturada, azúcares y sodio. #DeTuLado	0881	https://twitter.com/bebidasdetulado/status/1153809517316059136	12-Aug-19
A172	Multiple	Twitter	Information management Discursive strategy	Amplification Frame the debate	Bebidas de tu lado @bebidasdetulado 23 juil. Aprende y enseña a otros a leer el etiquetado frontal de las bebidas. Así, con #InformaciónClara, llevar una dieta balanceada será más fácil. #DeTuLado http://www.bebidasdetulado.com		https://twitter.com/bebidasdetulado/status/1153658523550720001	12-Aug-19
A173	Multiple	Twitter	Information management Discursive strategy	Amplification Frame the debate	Bebidas de tu lado @bebidasdetulado 23 juil. #JuntosContamos es un proyecto que busca el bienestar de la comunidad y la promoción de los buenos hábitos de vida. ¡Las bebidas estamos #DeTuLado! Visita http://co.juntoscontamos.com		https://twitter.com/bebidasdetulado/status/1153462229624328194	12-Aug-19
A174	Multiple	Twitter	Information management Discursive strategy	Amplification Frame the debate	Bebidas de tu lado @bebidasdetulado 16 mai. No hay información científica que demuestre que el etiquetado de advertencia ayuda a disminuir los índices de obesidad. #InformaciónClara		https://twitter.com/bebidasdetulado/status/1129023702132187143	12-Aug-19
A175	Multiple	Industry website	Information management Discursive strategy	Amplification Frame the debate	Por eso se hace tan necesario modificar los hábitos alimenticios sin necesidad de satanizar la comida y teniendo en cuenta las características y rutinas de cada persona. De acuerdo con el nutriólogo Benjamín Ramírez, “no hay alimentos que aumenten o disminuyan de peso. Hay unos que tienen densidades energéticas altas y densidades energéticas bajas, pero el problema no es el aporte calórico sino cómo se comporta este aporte energético con la parte hormonal de cada individuo”.		https://decidoloquecomo.com/el-secreto-de-comer/hay-alimentos-buenos-o-malos/	14-Aug-19
A176	Nestle	Twitter	Coalition management	Community	Nestlé Colombia a retweeté Ashoka Colombia @Ashoka_Colombia 30 juil. Buscamos jóvenes que puedan crear y desarrollar proyectos de emprendimiento que impacten de manera positiva en la sociedad y el medio ambiente. Si eres uno de ellos, ¡postula a ... http://www.iniciativaporlosjovenes-comprometidos.org ! Tu idea Organizan: @AshokaAr @SocialabUY @Unesco_es Apoya: @NestleColombia		https://twitter.com/Ashoka_Colombia/status/1156232985680572416	09-Aug-19

A177	Nestle	Industry website	Coalition management	Health organisations and government bodies Internal	<p>Nuestros Aliados ALIADOS Unidos por Niños Saludables es un verdadero esfuerzo de equipo. Está conformado por organizaciones con ideas afines, padres, creativos, científicos y académicos. Es un grupo diverso que trabaja unido para lograr nuestro único objetivo: ayudar a los padres a educar hijos felices y saludables. Nestlé</p> <p>“La razón que nos convoca son nuestros hijos, a quienes queremos llegar a través de sus padres y educadores y en quienes queremos promover hábitos saludables para que tengan un futuro más sano”</p> <p>Ogilvy</p> <p>Como agencia creativa, estamos comprometidos con los niños y creemos que la diversión es el camino para sembrar en ellos y en sus padres, hábitos más saludables.</p> <p>Mind Share</p> <p>“Estamos comprometidos con ayudar a difundir hábitos saludables en los niños. Queremos que cada vez más personas conozcan la iniciativa y se unan por un futuro más Feliz.”</p> <p>SCP</p> <p>“El Bienestar de los niños y adolescentes en el país es nuestra razón de ser por esto es importante enseñarles hábitos saludables para que crezcan sanos y Fuertes.”</p> <p>Mi Señal</p> <p>Señal Colombia es un canal de televisión de carácter público, que ofrece contenido educativo, deportivo y cultural. A través de Mi Señal podemos dar a conocer y promover estos hábitos saludables a muchas personas en Colombia.</p> <p>Discovery</p> <p>La red Discovery a través de Discovery Kids y su programa Discovery en la Escuela tiene una gran audiencia cautiva de padres, maestros y niños. La iniciativa “Unidos por Niños Saludables” contará con el apoyo de esta red para llevar este mensaje de hábitos saludables a muchas más personas. “Estamos muy orgullosos de ser parte de esta iniciativa”.</p> <p>FCC</p> <p>La Fundación Colombiana del Corazón se une a la iniciativa “Unidos por Niños Saludables”. La cual busca promover el aprendizaje temprano de hábitos saludables de nutrición y actividad física en los niños Colombianos. “Es en los niños que debemos sembrar la cultura del cuidado”.</p> <p>Juego y Niñez</p> <p>Creemos que promover hábitos saludables en los niños, los ayuda a tener un mejor futuro y esa es la razón por la cual hacemos parte de esta iniciativa.</p>	Looks like an independent charity but created by Nestle	https://www.unidospornios.com.co/aliados	19-Aug-19
A178	Nestle	Twitter	Coalition management Discursive strategy	Community Frame the debate	<p>Nestlé Colombia Retweeted Corp. Juego y Niñez @juegoyninez Jun 24 ¡14.000 niñas y niños, 500 docentes y 3.700 padres de familia! Serán beneficiados por la iniciativa @UnidosxNinosCol de @NestleColombia. Conoce más aquí >> https://bit.ly/2πFCdd #PorNiñosSaludablesYO </p>		https://twitter.com/juegoyninez/status/1143210739408265218	09-Aug-19
A179	Nestle	Twitter	Coalition management Information management	Community Amplification	<p>Unidos Colombia @UnidosxNinosCol Mar 14 Iniciamos intervención con la Corporación Juego y Niñez en 12 Colegios</p>		https://twitter.com/UnidosxNinosCol/status/11063124468919582	09-Aug-19

A180	Nestle	Twitter	Coalition management Information management	Health and other organisations? Amplification	distribuidos en las ciudades de Neiva, Valledupar y Sabana Centro, llegando aproximadamente a 4.100 Niños y Niñas con nuestra iniciativa Unidos por Niños Saludables. Unidos Colombia @UnidosxNinosCol May 30 More Hoy estuvimos en la Primera Asamblea de Aliados 2019 en compañía de @Discovery_Co, @umisabana, @juegoynez, @Educacionbogota, @Ogilvy, @SocPediatría y @MindshareCol en el que revisamos el plan de desarrollo y los tres ejes foco para el 2019.	See also: https://twitter.com/juegoynez/status/1134135209371295744	https://twitter.com/UnidosxNinosCol/status/1134138017583685632	09-Aug-19
A181	Nestle	Twitter	Coalition management Information management	Health and other organisations? Amplification	Unidos Colombia Retweeted Corp. Juego y Niñez @juegoynez Jul 25 More ¡Asistencia técnica en #Neiva con @UnidosxNinosCol de @NestleColombia! Un encuentro de #Juego con 22 docentes y 2 coordinadores de la Institución José Eustacio Rivera, donde compartimos conocimientos para sembrar en la niñez hábitos saludables. #PorNiñosSaludablesYO 🤝	https://twitter.com/juegoynez/status/1154425380100562944	https://twitter.com/juegoynez/status/1154425380100562944	09-Aug-19
A182	Nestle	Twitter	Discursive strategy	Frame the debate	Nestlé Colombia Verified account @NestleColombia Jul 12 En Nestlé estamos trabajando para disminuir el azúcar en nuestros alimentos sin afectar su sabor. Conoce cómo lo estamos haciendo aquí.	https://twitter.com/NestleColombia/status/1149695619264417792	https://twitter.com/NestleColombia/status/1149695619264417792	09-Aug-19
A183	Nestle	Twitter	Discursive strategy	Frame the debate	Nestlé Colombia Verified account @NestleColombia Jul 8 Así celebró @milocolombia sus 75 años con el #DiaDeIDesayuno en Medellín ¡Un día de actividad física en familia!	See pictures : branding, marketing	https://twitter.com/NestleColombia/status/1148255494387175425	09-Aug-19
A184	Nestle	Twitter	Discursive strategy	Frame the debate	Nestlé Colombia Verified account @NestleColombia Jun 26 More Conoce cómo Nestlé® está contribuyendo día a día a un futuro más prometedor para las nuevas generaciones. Aquí podrás encontrar más detalles sobre las porciones de verduras que le estamos añadiendo a nuestros productos http://bit.ly/2WjPlGx		https://twitter.com/NestleColombia/status/1143957508689735682	09-Aug-19

A185	Nestle	Twitter	Discursive strategy	Frame the debate	<p>Nestlé Colombia Retweeted Corp. Juego y Niñez @juegoyninez Jun 21</p> <p>¡Aprendiendo y jugando con 15 pedagogos y nutricionistas de la iniciativa @UnidosxNinosCol de @NestleColombia! Los equipos del proyecto fortalecieron esta semana, los principales hábitos saludables que se deben promover en las niñas y niños. #PorNiñosSaludables</p>	See pictures : branding, marketing	https://twitter.com/juegoyninez/status/1142137140576432133	09-Aug-19
A186	Nestle	Twitter	Discursive strategy	Frame the debate	<p>Nestlé Colombia Verified account @NestleColombia Jun 6</p> <p>Nestlé® ha contribuido en mejorar la calidad de vida y en asegurar un futuro más saludable para los niños. Descubre cómo lo hemos logrado llegando a las vidas de más de 50 millones de niños a nivel mundial. Conoce más en [Video]</p>		https://twitter.com/NestleColombia/status/1136722206942224385	09-Aug-19
A187	Nestle	Industry website	Discursive strategy	Frame the debate	<p>Nuestras ambiciones</p> <p>Hemos definido tres ambiciones globales para el 2030, que guían nuestro trabajo y apoya el logro de los objetivos de desarrollo sostenible de la ONU.</p> <p>Ayudar a 50 millones de niños a tener vidas más saludables</p> <p>Ayudar a mejorar 30 millones de hogares en las comunidades directamente relacionadas con nuestras actividades empresariales</p> <p>Luchar para alcanzar el impacto ambiental cero en nuestras operaciones</p>		https://www.corporativa.nestle.com.co/conocenos	19-Aug-19
A188	Nestle	Media	Information management	Production	<p>Durante 2018, más de 1.000 pequeños de siete colegios de la región Sabana Centro, hicieron parte del estudio “Validación de la estrategia de promoción de la salud Unidos por Niños Saludables” desarrollado por investigadores de la facultad de Enfermería y Rehabilitación de la Universidad de la Sabana, que evidenció cómo, por ejemplo, el 75,8% de los menores ahora toma más agua.</p> <p>(...) Vale la pena resaltar que a lo largo de la Región Sabana Centro fueron desplegadas actividades orientadas a mejorar las prácticas de familias, profesores y niños sobre la hidratación, la elección de alimentos saludables, comer y cocinar en familia, la actividad física y el manejo de las porciones. La iniciativa incluyó la instalación de bebederos en los colegios, la celebración del día del Chef, y el fortalecimiento de una red de aliados a favor de niños(as) saludables en Colombia y el mundo.</p> <p>“El impacto positivo que estamos logrando y nuestra ambición de convertir esta iniciativa de educación en política pública, nos motiva a seguir realizando esfuerzos, pues más allá de los resultados, desde Nestlé le apostamos al trabajo conjunto con instituciones educativas y socios estratégicos como la Corporación Juego y Niñez o la secretaría de educación, en una alianza que nos ha permitido generar cambios tangibles en la adopción de estilos de vida saludables” afirma Martha Arbeláez, directora de Marketing y Comunicaciones de Nestlé.</p>		https://www.uevosiglo.com.co/articulos/05-2019-ninos-estando-cambiando-habitos-de-hidratacion-por-agua	22-Aug-19
A189	Nestle	Twitter	Information management Discursive strategy	Amplification Frame the debate	<p>Nestlé Colombia Compte certifié @NestleColombia 31 juil.</p> <p>¿Cómo alimentar a los niños de hoy? La respuesta está en volver a las bases de la alimentación. #DecidoLoQueComo @decidoloquecomo http://bit.ly/2yslzRi</p>		https://twitter.com/NestleColombia/status/1156599148839428103	09-Aug-19

A190	Nestle	Twitter	Information management	Amplification	Nestlé Colombia Compte certifié @NestleColombia 30 juil. ¿Se valen las harinas en las noches? Desde nuestra Iniciativa de Nestlé Contigo y @decidoloquecomo, te contamos cómo los carbohidratos deben estar presentes diariamente en la alimentación. http://bit.ly/2YcF6Vw #DecidoLoQueComo	https://twitter.com/NestleColombia/status/1156344973710757888	09-Aug-19
A191	Nestle	Twitter	Information management	Amplification	Nestlé Colombia Compte certifié @NestleColombia 29 juil. Elegir, combinar, porcionar y disfrutar. Claudia Cortés, gerente de nutrición, salud y bienestar de Nestlé Colombia, recuerda hábitos que aportan a esa búsqueda del equilibrio al comer. Conoce más aquí http://bit.ly/2GAE6j0 #DecidoLoQueComo	https://twitter.com/NestleColombia/status/1155957889732710403	09-Aug-19
A192	Nestle	Twitter	Information management	Amplification	Nestlé Colombia a retweeted Revista Semana Compte certifié @RevistaSemana 24 juil. En @decidoloquecomo encuentra todo lo que necesita saber sobre alimentación: hábitos, mitos, tendencias, alimentar a las siguientes generaciones, entre otros. Una iniciativa de @RevistaSemana @NestleColombia @Grupo_Exito y Grupo Team 🌐 http://bit.ly/30TPTjY	https://twitter.com/RevistaSemana/status/1154002035580162054	09-Aug-19
A193	Nestle	Twitter	Information management	Amplification	Nestlé Colombia Verified account @NestleColombia Mar 31 ¡Gracias a todos los que hicieron parte del #DíaDelDesayuno! Compartenos tu experiencia en el gran evento con #DíaDelDesayuno	https://twitter.com/NestleColombia/status/1112397648697458691	09-Aug-19
A194	Nestle	Twitter	Information management	Amplification	Nestlé Colombia Retweeted MILO Colombia Verified account @milocolombia Mar 31 Acércate a nuestra Estación de Nutrición en el #DíaDelDesayunoMILO	https://twitter.com/milocolombia/status/1112340434255298560	09-Aug-19
A195	Nestle	Twitter	Information management	Amplification	Unidos Colombia Retweeted Corp. Juego y Niñez @juegoyninez Apr 24 "Yo vengo de #Córdoba y hoy aprendí que el plato debe ser saludable y variado, me fascinó cocinar en familia", dijo Samuel, uno de los 19 invitados de @UnidosxNinosCol en el marco de la celebración del #DíaDeLaNiñez. #Gracias @NestleColombia #SúmateJugando	https://twitter.com/juegovninez/status/1121151142849908736	09-Aug-19

A196	Nestle	Industry website	Information management	Amplification	¿Cómo leer una etiqueta nutricional? Las tablas nutricionales describen los nutrientes en porcentajes, peso y porciones; datos que no necesariamente sabemos cómo interpretar o simplemente no entendemos. A través de su iniciativa, 'Nestlé Contigo', la compañía Nestlé ofrece esta guía de cinco pasos para leer una etiqueta.		14-Aug-19	https://decidoloquecomo.com/comer/como-leer-una-etiqueta-nutricional/
A197	Nestle	Industry website	Information management	Amplification	Los hábitos más saludables Como el corazón de Unidos por Niños Saludables en Colombia, hemos establecido junto con nutricionistas y expertos en ciencias del comportamiento, cinco hábitos saludables: Maneja las porciones Escoge variedad y nutrición Comer y cocinar en familia Toma más agua Muévete más	The website and programme is built around these topics See specific webpages for more information about each topic	19-Aug-19	https://www.unidosporniosaludables.com.co/a/cerca
A198	Nestle	Twitter	Information management Discursive strategy	Amplification Frame the debate	Nestlé Colombia Verified account @NestleColombia May 28 Hoy en el #DíaMundialDeLaNutrición, Claudia Cortés, Gerente de Nutrición, Salud y Bienestar de Nestlé, nos cuenta que "...las porciones son la clave para el balance..." en tus comidas favoritas. #LaNutriciónEnTuldioma	See also: https://twitter.com/NestleColombia/status/1133522087837020160 https://twitter.com/NestleColombia/status/1133462657309270017 https://twitter.com/NestleColombia/status/1133410837400567808	09-Aug-19	https://twitter.com/NestleColombia/status/1133522087837020160 https://twitter.com/NestleColombia/status/1133462657309270017 https://twitter.com/NestleColombia/status/1133410837400567808
A199	Nestle	Twitter	Information management Discursive strategy	Amplification Frame the debate	Nestlé Colombia Verified account @NestleColombia May 3 Estamos comprometidos con @UnidosxNinosCol en promover hábitos de vida saludable en los niños. Conoce más sobre la iniciativa y algunos de los resultados obtenidos en una de las regiones donde opera en http://bit.ly/2IWJS1f	See Twitter @UnidosxNinosCol from the company for more information and Tweets	09-Aug-19	https://twitter.com/NestleColombia/status/112445104623806054
A200	Nestle	Twitter	Information management Discursive strategy	Amplification Frame the debate	Nestlé Colombia Verified account @NestleColombia Follow Follow @NestleColombia More Hacer actividad física trae múltiples beneficios. Te esperamos hoy en la carrera de @milocolombia en su primer edición del #DíaDelDesayuno.		09-Aug-19	https://twitter.com/NestleColombia/status/111234546802403328

A201	Nestle	Twitter	Information management Discursive strategy	Amplification Frame the debate	<p>Unidos Colombia @UnidosxNinosCol May 2</p> <p>Hoy estamos en el Colegio IED La Fuente con 35 niños en compañía de sus familias celebrando el #DíaDelNiño con un delicioso taller de Comer y Cocinar en familia, enfocado en nuestros 5 hábitos de alimentación saludable.</p>	<p>See also: https://twitter.com/uegoyninez/status/125439831759134722 https://twitter.com/uegoyninez/status/126871798556110848 https://twitter.com/uegoyninez/status/130473249224183811</p>	<p>https://twitter.com/UnidosxNinosCol/status/1124043375437668352</p>	09-Aug-19
A202	Nestle	Twitter	Information management Discursive strategy	Amplification Frame the debate	<p>Unidos Colombia @UnidosxNinosCol May 27</p> <p>Tomar más agua, comer y cocinar en familia, moverse más, escoger nutrición y manejar las porciones son algunos de los hábitos que puedes promover en tus hijos de manera divertida todos los días. Entrárate de todo lo que tenemos para ti en http://bit.ly/2uWjXle</p>		<p>https://twitter.com/UnidosxNinosCol/status/1133095527191465985</p>	09-Aug-19
A203	Nestle	Industry website	Information management Discursive strategy	Amplification Frame the debate	<p>Alimentar el hábito (...)</p> <p>Claudia Cortés, gerente de nutrición, salud y bienestar de Nestlé, recuerda hábitos que aportan a esa búsqueda del equilibrio al comer, como incluir variedad de alimentos en las comidas diarias y tener un manejo adecuado de porciones; preocuparse porque al menos la mitad de los cereales que se consuman sean integrales e incluir lácteos, pues estos aportan nutrientes que ayudan a mantener el sistema óseo sano. Por supuesto, no pueden faltar los vegetales y frutas, beber entre uno y dos litros de agua al día, utilizar métodos adecuados de cocción y escuchar al cuerpo. La rutina diaria, además, tiene que acompañarse de pausas activas y algún tipo de actividad física.</p>		<p>https://decidoloquecomo.com/buenos-habitos/alimentar-el-habito/</p>	14-Aug-19
A204	Nestle	Industry website	Information management Discursive strategy	Amplification Frame the debate	<p>Unidos por Niños Saludables está aquí para ayudar con un enfoque práctico a que los niños hagan más actividad física y desarrollen mejor sus habilidades de coordinación, aptitud física y fuerza a través del juego. Para comenzar:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Destina tiempo para que los niños pasen más tiempo jugando al aire libre. • Promueve que practiquen deportes desde pequeños y hagan parte de algún equipo. • Crea actividades divertidas en casa para que tus hijos reduzcan el tiempo de pantalla y pasen menos tiempo sentados y acostados. • Estimula el juego con otros niños para ayudar a desarrollar habilidades sociales <p>Para formas sencillas y divertidas de adoptar este hábito saludable visita Ideas Saludables y la sección ¡Vamos a Cocinar!</p>		<p>https://www.unidosporniossaludables.com/habitos_saludables/muevete_mas</p>	19-Aug-19

A205	Nestle	Twitter	Information management	Amplification	<p>Unidos Colombia @UnidosxNinosCol</p> <p>Estuvimos con los niños de tercero de la institución educativa José Eustacio Rivera aprendiendo sobre cómo manejar las porciones adecuadas.</p> <p>#UnidosPorNiñosSaludables</p> <p>></p> <p>0:34</p> <p>12:53 PM - 23 Jul 2019</p>	<p>https://twitter.com/UnidosxNinosCol/status/11537551311684540418</p>	09-Aug-19
A206	Nutresa	Twitter	Coalition management	Community	<p>Fundación Nutresa retweeted</p> <p>Uaesp</p> <p>Cuenta verificada</p> <p>@Uaesp</p> <p>12 jul.</p> <p>Junto con voluntarios de @FNutresa y Lime, la Alcaldía de @Bogota a través de la @Uaesp llevó a cabo una jornada de limpieza en el parque Veraguas realizando barrido, limpieza y pintura de postes; recolección de residuos y sensibilización con bolsa blanca y negra.</p>	<p>https://twitter.com/Uaesp/status/1149800733837053954</p>	07-Aug-19
A207	Nutresa	Twitter	Coalition management	Community	<p>Grupo Nutresa S. A.</p> <p>@Grupo_Nutresa</p> <p>Seguir Seguir a @Grupo_Nutresa</p> <p>#UnFuturoEntreTodos lo construimos desde la colaboración y solidaridad con nuestro planeta. Participa de la @CarreraVerdeCol y aportemos con la siembra de cerca de 7.500 árboles nativos #CarreraVerdeColombia #UnidosPorLosBosques</p> <p>14:19 - 17 may. 2019</p>	<p>https://twitter.com/Grupo_Nutresa/status/1129496667739303936</p>	07-Aug-19
A208	Nutresa	Twitter	Coalition management	Community	<p>Fundación Nutresa retweeted</p> <p>Asoc.BancoAlimentos</p> <p>@abacocolombia</p> <p>12 feb.</p> <p>En la segunda etapa de la jornada; @Fundacion_Exito @Grupo_Exito nos brindó una capacitación en desnutrición crónica.</p> <p>@FNutresa nos ayuda a fortalecer nuestros procesos internos y externos, además de procesos éticos dentro de la Asociación. – en Conferencia Episcopal De Colombia</p>	<p>https://twitter.com/abacocolombia/status/1095437878375735296</p>	07-Aug-19
A209	Nutresa	Industry website	Coalition management	Health organisations and government bodies Internal	<p>se desarrolla un piloto en Colombia a través de una alianza público-privada con el Ministerio de Educación, el Programa Mundial de Alimentos y Unicef que busca probar este modelo para beneficio de 20 entidades educativas, con miras a generar definiciones de política pública.</p>	<p>http://informe2016.gruponutresa.com/vida-saludable/nutricion-y-vida-saludable-y-mercado-responsable/</p> <p>From 2016</p>	20-Aug-19

A210	Nutresa	Industry website	Coalition management	Community	<p>Fortalecer la gestión escolar e impulsar alianzas en educación. Se formaron maestros y directivos docentes de 494 colegios de Colombia, lo que permitió mejorar la administración escolar y la cultura institucional. El 73,9% de los colegios intervenidos en el 2016 con el programa Líderes Siglo XXI, obtuvo un desempeño satisfactorio en las pruebas de Estado y el 71% mantuvo o mejoró los resultados en el Índice Sintético de Calidad Educativa del Ministerio de Educación Nacional.</p> <p>Fomentar la competencia tecnológica de maestros y directivos. Se desarrollaron capacidades tecnológicas en 459 maestros y 59 directivos docentes de 20 colegios.</p> <p>El 89,8% de los beneficiarios logró un nivel óptimo de desempeño en competencias tecnológicas.</p>	From 2016	http://informe2016.gruponutresa.com/ciudadania-comparativa/desarrollo-de-capacidades-y-educacion/	20-Aug-19
A211	Nutresa	Industry website	Coalition management	Community	<p>Agregamos valor a la entrega de productos a los Bancos de Alimentos. Somos parte activa los Bancos de Alimentos de Colombia, Costa Rica, México, Ecuador, Perú, República Dominicana, Estados Unidos y Chile. Nuestra labor es complementada por los Negocios y Voluntarios de Grupo Nutresa quienes participan del proceso de fortalecimiento institucional, a través de capacitaciones y desarrollo de habilidades.</p> <p>La gestión con los Bancos de Alimentos en la región estratégica ha permitido reducir la pérdida y desperdicio de comida, impactar la disponibilidad local de alimentos y generar una economía solidaria, en donde las poblaciones de escasos recursos acceden a productos de alta calidad. Este trabajo es acompañado por un proceso de capacitación, monitoreo y evaluación en buenas prácticas de manufactura por parte de los voluntarios de las compañías especialistas en el tema.</p>		http://fundacionnutresa.com/nutricion/	20-Aug-19
A212	Nutresa	Industry website	Coalition management	Health and other organisations	<p>Nutrición</p> <p>ENTIDAD PROYECTO 2018</p> <p>Banco de Alimentos de Medellín Buen provecho Complementación Alimentaria para gestantes con bajo peso gestacional 2 6</p> <p>Fundación Saciar Atención Integral para 370 Niños de Vallejuelos, Maruchenga y Andes. 5 7</p> <p>Secretariado de pastoral social Comedor escolar para 236 niños 4 8</p> <p>Fundación Bambi Atención integral de niños y niñas menores de un año hasta seis años de edad. 3 1</p> <p>Nutriamor Medición del impacto nutricional de un nuevo desarrollo de la marca NUTRIAMOR® con altos aportes nutricionales. 3 1</p> <p>Proyecto buen vecino Doria Estrategia de relacionamiento con vecinos planta "NUTREJUEGO DORIA: HACIA ESTILOS DE VIDA SALUDABLE" 4 7</p>		http://fundacionnutresa.com/wp-content/uploads/Fundaci%C3%B3n-Nutresa-Informe-de-Gesti%C3%B3n-2018.pdf	20-Aug-19

A213	Nutresa	Industry website	Coalition management	Community	<p>Construir una mejor sociedad ENTIDAD Proyecto 2018</p> <p>Institución Educativa San Vicente (premio Congreso Nacional de Educación 20</p> <p>Fundación Victor Salvi Cartagena Festival Internacional de Música 2010 168</p> <p>Secretos para Contar Secretos Para Contar, Educación Activa para el Campo Colombiano 59</p> <p>Fundación Empresarios por la Educación Cuota Anual para Mejoramiento de la Gestión Escolar 127</p> <p>Corporación Pueblo de los niños Protección Institucional Para Niños, Niñas y Adolescentes en Situación de Riesgo Sociofamiliar 24</p> <p>Fundación La Cueva Camaval Internacional de las Artes 47</p> <p>Fundación Notas de Paz Orquesta Sinfónica Infantil y Juvenil Notas de Paz 29</p> <p>Fundación Sura Becas Nicanor Restrepo Becas Nicanor Restrepo 21</p> <p>Teatro Metropolitano Temporada Internacional de Música Clásica 63</p> <p>Fundación Soñeira Observatorio en derechos humanos de infancia y adolescencia 10</p> <p>Alianza Colombo Francesa Fiesta de la Música 67</p> <p>Teatro Metropolitano Sillas Adopción de 8 Sillas 50</p> <p>Donación Proantioquia (premio) Premio a la Educación 21</p>		http://fundacionnutresa.com/wp-content/uploads/Fundaci%C3%B3n-Nutresa-Informe-de-Gest%C3%B3n-2018.pdf	20-Aug-19
A214	Nutresa	Industry website	Coalition management Discursive strategy	Community Frame the debate	<p>Este programa lúdico-pedagógico promocionó estilos de vida saludables en más de 15.000 niños de comunidades rurales y urbanas vulnerables, en las cuales los altos índices de inseguridad no facilitan las operaciones de la Organización. En materia rural se busca mejorar las condiciones de acceso a la educación de niños y niñas de comunidades campesinas con la entrega de 6.000 kits escolares, en donde la disponibilidad de los recursos para el aprendizaje es limitada. En lo urbano se promueve la integración social de los actores barriales con énfasis en la población infantil.</p>	See pictures - branding - from 2016	http://informe2016.gruponutresa.com/ciudadania-corporativa/desarrollo-de-capacidades-y-educacion/	20-Aug-19
A215	Nutresa	Industry website	Coalition management Discursive strategy	Community Frame the debate	<p>El reto en el 2017 será lograr la instalación de más de 5.000 m2 de huertas en Montes de María, Chocó y sierra nevada de Santa María. Adicionalmente, a corto plazo se seguirá implementando el plan de alimentación rural para que las comunidades beneficiadas no solo obtengan el alimento, sino que también conozcan sus propiedades y garanticen para sus miembros una alimentación balanceada acompañada de actividad física y prácticas claves de higiene.</p> <p>Se afianzarán alianzas público-privadas con bancos de alimentos y otras entidades para desarrollar iniciativas de alto impacto que beneficien a las comunidades vulnerables.</p>	From 2016	http://informe2016.gruponutresa.com/ciudadania-corporativa/seguiridad-alimentaria-y-nutricion/	20-Aug-19
A216	Nutresa	Industry website	Coalition management Discursive strategy	Health organisations Frame the debate	<p>Nutresa Quiere a los Niños promociona los estilos de vida saludable en pilares como alimentación balanceada, actividad física, hábitos de higiene y espacios para compartir en familia. En 2018 llegó a 92 sedes educativas en Colombia y benefició cerca de 6.000 estudiantes de zonas rurales de alta vulnerabilidad y difícil acceso. Adicionalmente, desarrolló en zonas urbanas 18 festivales artísticos comunitarios con la asistencia de 7.804 niños y niñas.</p>	See pictures: branding	https://s3.amazonaws.com/gruponutresa/wp-content/uploads/2019/04/02/172017/informe-integrado-grupo-nutresa-2018.pdf	20-Aug-19

A217	Nutresa	Industry website	Coalition management Information management Discursive strategy	Health organisations Amplification Frame the debate	<p>Alianzas por la nutrición</p> <p>En Fundación Nutresa y las empresa del Grupo Nutresa trabajamos en coherencia con nuestra filosofía corporativa de impulsar estrategias que promuevan estilos de vida y alimentación saludable, por ello junto al Ministerio Educación de Colombia, UNICEF, el Programa Mundial de Alimentos, el Instituto Nacional de Tecnología en Alimentos de la Universidad de Chile, el Instituto Nacional de Salud Pública Mexicano y el Instituto Mexicano Nacional de Pediatría, consolidamos la ruta de gestión escolar que busca la adopción de proyectos pedagógicos entorno a la alimentación y el cuidado de la vida, como una forma de prevenir los problemas de salud y las consecuencias de la desnutrición o mala alimentación de los niños y niñas en etapa escolar.</p> <p>En Colombia hemos venido avanzando con la implementación del modelo de EVS (Estilos de Vida Saludable) en 20 establecimientos educativos de 10 secretarías de educación del país.</p>	See more info in report - they use UNICEF logo etc	http://fundacionnutresa.com/nutricion/	20-Aug-19
A218	Nutresa	Industry website	Discursive strategy	Frame the debate	<p>Propósito</p> <p>Ofrecer productos y menús que brinden a los consumidores alternativas que cumplan con sus expectativas de nutrición y bienestar, y promover activamente estilos de vida saludable a través de campañas y programas de sensibilización y formación.</p> <p>El compromiso prioritario de Grupo Nutresa es incentivar el consumo responsable por medio de un etiquetado claro y una publicidad íntegra que permitan la toma de decisiones informadas por parte del consumidor.</p>		https://www.gruponutresa.com/sostenibilidad/fo mentar-una-vida-saludable/	20-Aug-19
A219	Nutresa	Industry website	Discursive strategy	Frame the debate	<p>Estrategia y Progreso</p> <p>Ajustar el perfil nutricional de los productos.</p> <p>Se alcanzó un total de 2.945 referencias ajustadas al perfil nutricional Nutresa, que corresponden al 63% del total de las ventas.</p> <p>Implementar el rotulado nutricional de panel frontal en todos los productos.</p> <p>El 85,8% del portafolio quedó cubierto con etiquetado de panel frontal, lo que equivale a 3.432 referencias, atendiendo a la autorregulación en la mayoría de los casos y a los etiquetados obligatorios en donde estos están vigentes.</p> <p>Promover estilos de vida saludable.</p> <p>Se continuó con el desarrollo de la campaña “Disfruta una Vida Saludable” y con el proyecto de formación en hábitos de vida saludable en la primera infancia en Colombia, así como con la estrategia de Espacios Saludables en México y Chile.</p> <p>Disminuir los nutrientes de interés en salud pública.</p> <p>Se llevaron a cabo 143 reformulaciones en sodio, 78 en azúcar y 75 en grasas saturadas y 41 en grasas trans*.</p> <p>Gestionar responsablemente la publicidad.</p> <p>Se aplicó la autorregulación publicitaria para menores de seis años y se estableció el compromiso para el 2017 de llevar la autorregulación hasta los 12 años.</p>	See webpage for more details - but info seems to be from 2016	http://informe2016.gruponutresa.com/vida-saludable/nutricion-y-vida-saludable-y-merecedo-responsable/	20-Aug-19





A220	Nutresa	Industry website	Discursive strategy	Frame the debate	<p>Grupo Nutresa ha entendido su responsabilidad y desde su compromiso con el consumidor viene adelantando una estrategia nutricional apoyada en la reformulación de productos, comunicación al consumidor, etiquetado, mercadeo responsable y promoción de estilos de vida saludable. (...)</p> <p>Esta realidad ha hecho que Grupo Nutresa avance en la apropiación de su política nutricional y continúe con sus programas de reformulación, ajuste al perfil nutricional, promoción de estilos de vida saludable, mercadeo responsable, comunicación al consumidor y rotulado de panel frontal.</p> <p>Para el 2020, Grupo Nutresa buscará mantener su liderazgo con alternativas de productos saludables y sostenibles, para esto continuará trabajando en alcanzar la meta de multiplicar por 2,5 veces la oferta de productos ajustados al perfil nutricional Nutresa frente a la línea base de 2012.</p>	From 2016	http://informe2016.gruponutresa.com/vida-saludable/nutricion-y-vida-saludable-y-mercadeo-responsable/	20-Aug-19
A221	Nutresa	Industry website	Discursive strategy	Frame the debate	<p>Propósito</p> <p>Promover el empoderamiento de las comunidades mediante el desarrollo de capacidades pedagógicas, de liderazgo y de gestión, en ambientes escolares y comunitarios, con el fin de fomentar la solidaridad, la transferencia de conocimiento y las redes de colaboración con voluntarios de las diferentes compañías de Grupo Nutresa, para contribuir a la disminución de la inequidad.</p> <p>Propósito</p> <p>Diseñar y emprender iniciativas enfocadas a la erradicación del hambre que generen posibilidades de nutrición y desarrollo de capacidades en hábitos saludables como alimentación balanceada, prácticas de higiene efectiva y actividad física en poblaciones de escasos recursos. De igual forma, promover el acceso y la producción de alimentos a través de huertas comunitarias.</p>		https://www.gruponutresa.com/sostenibilidad/costruir-una-mejor-sociedad/	20-Aug-19
A222	Nutresa	Industry website	Discursive strategy	Frame the debate	<p>Bajo el mensaje “Disfrutar la vida te alimenta”, esta estrategia se soporta sobre cuatro pilares fundamentales: actividad física, alimentación balanceada, compartir en familia y disfrutar al aire libre.</p> <p>El objetivo de esta campaña es promocionar la adopción de estilos de vida saludable a través de historias de la vida real y de la ejecución de actividades memorables de educación y concientización, con contenidos y mensajes relevantes, simples, positivos y propositivos.</p> <p>Esta iniciativa se une a la estrategia de “realidad aumentada”, lanzada en el año 2013 y que busca fortalecer la toma informada de decisiones por parte de los consumidores.</p>		https://www.gruponutresa.com/nutricion-y-vida-saludable/estilos-de-vida-saludable/	20-Aug-19
A223	Nutresa	Industry website	Discursive strategy	Frame the debate	<p>Fomentar una vida saludable</p> <p>*Base 2010. Por tonelada producida en Colombia.</p> <p>Productos con rotulado frontal (GDA)</p> <p>2018: 86,4%</p> <p>2017: 86,3%</p> <p>Producción fabricada en centros certificados</p> <p>2018: 84,6%</p> <p>2017: 79,2%</p> <p>Volumen de ventas de productos que cumplen el perfil nutricional Nutresa</p> <p>2018: 68,2%</p> <p>2017: 63,6%</p>	Its own nutritional profile	https://s3.amazonaws.com/gruponutresa-aws-19042172007/informe-integrado-grupo-nutresa-2018.pdf	20-Aug-19

A224	Nutresa	Industry website	Discursive strategy	Frame the debate	La adopción de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas es un tema prioritario en la agenda de trabajo global, particularmente de América Latina (...) En este sentido, Grupo Nutresa ha identificado en cada una de sus prioridades estratégicas, cómo puede contribuir más efectivamente al logro de los ODS y ha seleccionado los siguientes indicadores para mostrar su avance de cara al logro de las metas de la agenda 2030.	300 pages long	https://s3.amazonaws.com/grupo-nutresa/wp-content/uploads/2019/04/02/172007/informe-integrado-grupo-nutresa-2018.pdf	20-Aug-19
A225	Nutresa	Industry website	Discursive strategy	Frame the debate	En la región estratégica, contribuimos con la disminución de la malnutrición y la promoción de estilos de vida saludable en las comunidades y a través del desarrollo de capacidades en los bancos de alimentos. Asimismo, fortalecimos prácticas clave de alimentación saludable, higiene y actividad física en comunidades escolares de Colombia, Chile y México. En cuanto a los retos de seguridad alimentaria, promovemos el autoabastecimiento de alimentos saludables en comunidades urbanas y rurales a través de nuestro programa Germinar.		https://s3.amazonaws.com/grupo-nutresa/wp-content/uploads/2019/04/02/172007/informe-integrado-grupo-nutresa-2018.pdf	20-Aug-19
A226	Nutresa	Industry website	Information management	Production	En Grupo Nutresa, la investigación en alimentación, nutrición y salud se enfoca en entender la relación entre la alimentación y los estados nutricionales, para que las alternativas planteadas aporten a la solución. Hoy, el centro de investigación Vidarium se encuentra abordando, dentro de los asuntos centrales relacionados a ECNT, el tema de obesidad a través de sus líneas de investigación en microbiota y antioxidantes, y el de salud cardiovascular a través de la línea de antioxidantes.	From 2016	http://informe2016.gruponutresa.com/vida-saludable/nutricion-y-vida-saludable-y-mercado-responsable/	20-Aug-19
A227	Nutresa	Industry website	Information management	Production Amplification	En alianza con la Universidad de Antioquia, Fundación Nutresa desarrolló su primera cartilla didáctica de promoción de estilos de vida saludable para niños y niñas de zonas rurales de alto riesgo social. Esta herramienta es entregada en el marco del Programa Nutresa Quiere a los Niños en Colombia, y promueve la apropiación de estilos de vida saludable como alimentación balanceada, actividad física, prácticas claves de higiene y compartir en familia	See webpage for more details - but info seem to be from 2016	http://informe2016.gruponutresa.com/ciudadania-corporativa/seguridad-alimentaria-y-nutricion/	20-Aug-19
A228	Nutresa	Industry website	Information management	Production	INVESTIGACIÓN EN NUTRICIÓN, SALUD Y BIENESTAR En Grupo Nutresa, la investigación como componente del modelo de innovación se lleva a cabo desde los centros de investigación de los diferentes negocios, y de la Corporación Vidarium -Centro de investigación en nutrición, salud y bienestar. Este último tiene como propósito la generación de conocimiento científico en alimentación, salud y nutrición, y la gestión en la transferencia de conocimiento para aportar al desarrollo de los negocios de Grupo Nutresa y al mejoramiento de la calidad de vida en los diferentes países que componen su región estratégica. Vidarium prioriza como temas de investigación la obesidad, la salud cardiovascular y la salud gastrointestinal, a través de tres líneas de investigación: modulación de procesos oxidativos; moduladores alimentarios de la microbiota; y componentes alimentarios y otras sustancias. www.vidarium.org	There is a specific website for the Vidarium	https://www.gruponutresa.com/nutricion-y-vida-saludable/investigacion-en-nutricion-salud-y-bienestar/	20-Aug-19

A229	Nutresa	Industry website	Information management Discursive strategy	Amplification Frame the debate	107 NIÑOS DEL CENTRO RURAL LOS MICOS en Colombia se divierten mientras aprenden de alimentación y hábitos de vida saludable a través del programa Nutresa Quiere a los Niños		https://s3.amazonaws.com/grupo-nutresa/wp-content/uploads/2019/04/02/172007/informe-integrado-grupo-nutresa-2018.pdf	20-Aug-19
A230	PepsiCo	Industry website	Coalition management	Community	Proyectos para dar acceso al agua potable Proyecto que se desarrolla en Fuente de Vida Malambo en alianza con Postobón y la fundación Empresas Públicas de Medellín. La iniciativa busca llevar agua potable a los habitantes de Malambo. Se beneficiarán 4,080 viviendas en este municipio.		http://www.pepsico.com.co/que-creemos/fundacion-on-pepsico	14-Aug-19
A231	PepsiCo	Twitter	Discursive strategy	Frame the debate	Bebidas de tu lado @bebidasdetulado "A2 Alimentate y activate" es un proyecto de la Fundación PEPSICO y COMPENSAR que prueba que las bebidas estamos #DeTuLado por una #VidaBalanceada.		https://twitter.com/bebidasdetulado/status/1149853449892388865	12-Aug-19
A232	PepsiCo	Industry website	Discursive strategy	Economy	Somos una compañía que genera empleo en Colombia, junto con nuestros socios empleamos aproximadamente 16,066 personas.		http://www.pepsico.com.co/que-somos/pepsico-col	14-Aug-19
A233	PepsiCo	Conference	Information management	Amplification	ACODIN Congreso 2019 - Día 2 SIMPOSIO (17) ENTRENAMIENTO, FITNESS Y NUTRICIÓN MODERADOR: MARIA VICTORIA BENJUMEA ND U. DE ANTIOQUIA -PHD Escuela Nacional De Salud Pública Cuba Importancia de la hidratación en la práctica deportiva Viviana Viviant ND. ARGENTINA Ejercicio: el aliado clave en un plan de alimentación Carolina Peña Ochoa. ND. Gatorade. COLOMBIA Suplementos: indicaciones y contraindicaciones Maximiliano Kammerer ND MSc. U CES. COLOMBIA Periodización nutricional en deportistas Lijia Guerrero ND PhD. UNal. COLOMBIA		https://drive.google.com/file/d/15wsLa88r5WC4I3va9O-IaGHxY3xCJBuRK/view?usp=s_haring	06-Aug-19

A234	PepsiCo	Industry website	Information management	Amplification	<p>Alimentate y actívatelo</p> <p>En los municipios de Funza y Madrid Cundinamarca, el programa Alimentate y Actívatelo, liderado por PepsiCo y La Caja de Compensación Familiar Compensar, trabaja en la promoción de hábitos y estilos de vida saludable. Durante los tres años de ejecución del programa se ha logrado la adquisición y apropiación de conocimientos en hábitos y estilos de vida saludable por parte de los beneficiarios en un 91%, igualmente se han realizado 386 talleres con estudiantes y 15 talleres con padres de familia. Desde 2015 2.427 alumnos han sido evaluados, más de 1.700 familias y 240 miembros del personal escolar se han beneficiado de este programa. Gracias a este proyecto, el 53% de los estudiantes priorizados mostraron un cambio positivo, ya que todos ellos mejoraron sus mediciones iniciales.</p> <p>Nutrición para el futuro</p> <p>El programa "Nutrición para el futuro" está alineado con la agenda de PepsiCo Desempeño con Propósito y tiene como objetivo brindar acceso a por lo menos 3 mil millones de porciones de alimentos y bebidas nutritivas para las comunidades y consumidores marginados de todo el mundo. La compañía está comprometida a lograr esto a través de una variedad de programas apoyados por la Fundación PepsiCo, con un enfoque creciente en productos locales para cada región. Recientemente anunciamos la donación de \$500,000 dólares de la Fundación PepsiCo a la Red Mundial de Bancos de Alimentos para su programa: "Expandir el acceso a alimentos nutritivos". Específicamente, en América Latina, este programa proporcionará 6,75 millones de porciones nutritivas durante 18 meses. Hasta la fecha, PepsiCo Latinoamérica y la Fundación PepsiCo han beneficiado a 20,000 personas en la región.</p>	http://www.pepsi-co.com.co/que-creemos/fundaci-on-pepsi-co	14-Aug-19
A235	Postobon	Media	Coalition management	Community	<p>Programas de Postobón promueven el reciclaje y la educación en Bahía Solano miércoles, 13 de marzo de 2019</p> <p>Desde 2015 con el programa 'Mi pupitre postobón' se han beneficiado 49.200 estudiantes de 69 colegios.</p> <p>Con el fin de contribuir con el manejo de residuos sólidos y el mejoramiento de las condiciones educativas, Postobón llegó a Bahía Solano en Chocó con los programas 'Recicla por el planeta' y 'Mi pupitre Postobón'.</p> <p>'Mi pupitre Postobón', con inversión de \$80 millones, entregó 486 piezas de mobiliario escolar hecho con material reciclado de Tetra Pak que beneficiarán a 1.500 estudiantes de la Institución Educativa Luis López de Mesa. El mobiliario se realizó con 1,7 millones de cajitas de Hit y Tutti Frutti, "evitando que lleguen a los rellenos sanitarios", destacó Postobón</p>	https://www.larpublica.co/empressas/programas-de-postobon-promueven-el-reciclaje-y-la-educacion-en-bahia-solano-2838992	06-Aug-19
A236	Postobon	Twitter	Coalition management	Community	<p>Postobón empresa @postobonoficial Jun 22</p> <p>Nuestra meta es que jóvenes y niños tengan la facilidad de seguir estudiando para cumplir sus más grandes metas. Esto es posible gracias a #MiBiciPostobón</p>	https://twitter.com/postobonoficial/status/1142687481013260288	07-Aug-19

A237	Postobon	Twitter	Coalition management	Community	Postobón empresa @postobonoficial Jun 5 100 bicicletas del programa #MiBiciPostobón, se entregaron a jóvenes de los municipios de Samaná, La Victoria, Manzanares, Marquetalia y el corregimiento de San Diego, esto gracias a la alianza entre la Caja de Compensación Familiar de Caldas y Postobón	https://twitter.com/postobonoficial/status/1136376684884705281	07-Aug-19
A238	Postobon	Twitter	Coalition management	Community	Postobón empresa @postobonoficial Follow Follow @postobonoficial More Estamos presentes en la Institución Educativa Tricentenario impactando cerca de 1.200 estudiantes con el programa #MiPupitrePostobón ¡Nuestro compromiso es seguir ayudando a cumplir sueños! 🎓👏 9:42 AM - 9 May 2019	https://twitter.com/postobonoficial/status/1126527951053496321	07-Aug-19
A239	Postobon	Twitter	Coalition management	Community	Postobón empresa @postobonoficial Mar 27 More Postobón empresa Retweeted Telemedelín #MiBiciPostobón presente en la Institución Educativa Santa Elena 🎓👏 Ahora la historia de los niños de esta institución comenzará a cambiar 📖👏	https://twitter.com/postobonoficial/status/1110901368037011456	07-Aug-19
A240	Postobon	Twitter	Coalition management	Community Government (first lady from Medellín municipality)	Postobón empresa Retweeted Comfama @Comfama Mar 26 More 📷📷📷 ¡Dotar de sentidos! Junto a @postobonoficial y la Primera Dama de Medellín, Margarita María Gómez, entregamos 242 bicicletas en #SantaElena. 📍 Conoce más detalles de #MiBiciPostobón en este enlace https://bit.ly/2HUCWk0 https://twitter.com/Comfama/status/1110586237419692033/photo/1 pic.twitter.com/ZmdsbR6ARx	https://twitter.com/Comfama/status/1110612266624397312	07-Aug-19
A241	Postobon	Twitter	Coalition management	Community	Comfama @Comfama Follow Follow @Comfama "Esta institución educativa ha venido progresando de forma significativa en todas las pruebas. Con @postobonoficial queremos aportar juntos a una mejor transformación", resalta Silvia Ochoa, responsable de Empresas @Comfama. 8:51 AM - 26 Mar 2019	https://twitter.com/Comfama/status/1110569946021617664	07-Aug-19

A242	Postobon	Twitter	Coalition management	Community	<p>Postobón empresa @postobonoficial Mar 6</p> <p>Nuestro compromiso es mejorar las condiciones educativas de las escuelas rurales del país y acercar a jóvenes y niños para cumplir sus sueños. #NuestroCompromiso</p> <p> https://bit.ly/2SvFYg6</p>	<p>https://twitter.com/postobonoficial/status/1103324364097773569</p>	07-Aug-19
A243	Postobon	Twitter	Coalition management	Community	<p>Postobón empresa @postobonoficial Feb 24</p> <p>Contar con un buen entorno para el aprendizaje es un factor importante para lograr que nuestros niños y niñas alcancen sus sueños. #MiPupitrePostobón invita a pensar en grande.   </p>	<p>https://twitter.com/postobonoficial/status/1099780254661398528</p>	07-Aug-19
A244	Postobon	Industry website	Coalition management	Community	<p>MiPupitre Postobón</p> <p>Uno más Todos también es pensar en la educación de los colombianos. Por eso, con el apoyo de Agua Oasis, Postobón S.A contamos con el programa MiPupitre, un proyecto de alto impacto que busca aportar al mejoramiento de las condiciones de mobiliario en las instituciones educativas del país.</p> <p>El mobiliario de MiPupitre es hecho con material de Tetrapak reciclado, lo cual representa un aporte al medio ambiente al reutilizar este insumo. Además, la comunidad podrá participar con la recolección de cajas en diferentes puntos de las ciudades, iniciando con Medellín y Bogotá, donde se instalarán en alianza con Tetrapak, 2.896 puntos de recolección en colegios, instituciones educativas, universidades y centros comerciales, entre otros, en los que se harán actividades de sensibilización y coacción para que los estudiantes, padres de familia y comunidad en general, gestionen la posibilidad de adquirir el mobiliario de MiPupitre.</p> <p>El programa entregará además, dotación en 13 instituciones educativas de Atlántico, Bolívar, Cesar, Boyacá y Antioquia, beneficiando a 8.200 niños, niñas y jóvenes. A esto se suma la intervención a la infraestructura física de las escuelas, haciendo que Mi Pupitre Postobón sea un programa integral con alto impacto en la educación y el medio ambiente.</p> <p>La característica principal del mobiliario, que cumple con todas las normas que el Ministerio de Educación define en temas de dotación escolar y que puede ser hasta un 30% más económico que el mobiliario tradicional para escuelas y colegios, es su alta resistencia que lo protege de la humedad y los cambios de temperatura.</p>	<p>https://www.postobon.com/sostenibilidad/mipupitre-postobon</p>	19-Aug-19
A245	Postobon	Industry website	Coalition management	Community	<p>MiBici Postobón</p> <p>El programa MiBici hace parte de la iniciativa Uno más Todos de Postobón. Este programa entrega a niños y jóvenes bicicletas diseñadas especialmente para la ruralidad colombiana con el fin de que este medio de transporte se convierta en una herramienta integral para transformar sus vidas. Anualmente, Postobón entregará alrededor de 2.000 bicicletas por año.</p>	<p>https://www.postobon.com/sostenibilidad/mibici-postobon</p>	19-Aug-19

A246	Postobon	Industry website	Coalition management	Community	<p>iPupitre entrega 745 piezas de mobiliario escolar en la inauguración de la I.E Tricentenario de Medellín</p> <p>09 de Mayo de 2019</p> <p>La institución fue ampliada por la Alcaldía de Medellín para atender un mayor número de niños de la zona norte de la ciudad, con una inversión que ascendió a \$10.365 millones. Esta institución se fundó en 1978 como sede de los trabajadores que construyeron la unidad Tricentenario, donde habitaron los deportistas participantes de los XIII Juegos Centroamericanos y del Caribe. Luego de los juegos, se convirtió en institución educativa.</p> <p>En esta ocasión, el programa MiPupitre Postobón, impactó cerca de 1.200 estudiantes, con la entrega de 745 piezas de mobiliario escolar entre sillas y pupitres, para lo cual se usaron 17 toneladas de Tetra Pak para hacer el mobiliario, que equivalen a 1,4 millones de cajitas, para esto la compañía realizó una inversión de \$106 millones, por intermedio de la Fundación Postobón.</p> <p>Nuestro programa nació en 2015, cuando nos propusimos avanzar en el mejoramiento de las condiciones de estudio de los niños, niñas y jóvenes colombianos y contribuir al mismo tiempo al cuidado del medio ambiente. (...) Desde 2015 a la fecha, MiPupitre ha entregado 25.815 piezas de mobiliario entregadas, beneficiando a 47.705 estudiantes en 12 departamentos del país, logrando reciclar 1.137 toneladas de Tetra Pak, que equivalen a 122 millones de cajitas de 200ml, las cuales se convirtieron en oportunidades de educación.</p>	19-Aug-19	https://www.postobon.com/sala-prensa/noticias/mipupitre-entrega-745-piezas-mobiliario-escolar-en-la-inauguracion-la-te
A247	Postobon	Industry website	Coalition management	<p>Community</p> <p>Desde 2014, cuando se creó el programa, se han reciclado más de 122 millones de cajitas de Tetra Pak.</p> <p>Con este programa reciclamos las cajitas de Tetra Pak para fabricar mobiliario escolar para nuestros niños y jóvenes en condiciones pobres y extremas. Si algo puede marcar la educación de un niño son las condiciones del entorno para el aprendizaje. Conscientes de eso, diseñamos MiPupitre Postobón, que busca mejorar las condiciones de acceso a la educación de los niños y jóvenes del país que habitan en condiciones de pobreza extrema.</p> <p>Con este programa entregamos mobiliario escolar fabricado con cajitas de Tetra Pak de Hit, Tutti Frutti y Mr. Tea. Estas piezas son resistentes a la humedad y a los cambios de temperatura. Además, son 100% reciclables, garantizando así ciclos cerrados de producción.</p> <p>MiPupitre Postobón también incentiva el aumento en los volúmenes de recolección de Tetra Pak, para desarrollar así un impacto ambiental positivo.</p> <p>25.815 Piezas de mobiliario escolar entregado.</p> <p>(...)</p> <p>47.705 Estudiantes beneficiados.</p>	19-Aug-19	https://fundacionpostobon.com/programas/mipupitre-postobon/	
A248	Postobon	Twitter	Coalition management Discursive strategy	<p>Community</p> <p>Frame the debate</p> <p>Postobón empresa Retweeted</p> <p>Agenda del Mar</p> <p>@LaAgendaDelMar</p> <p>May 18</p> <p>Hoy compartimos con los niños de la Sierra Nevada de Santa Marta en un taller de educación ambiental. Gracias a @wirakoku @maajiswimwear @SoyTosh @postobonoficial @L'Occitane_CO #EarthWarriors #SomosGuardianesDeLosOcéanos</p>	07-Aug-19	https://twitter.com/LaAgendaDelMar/status/1129908134343041024	

A249	Postobon	Twitter	Coalition management Discursive strategy	Community Government (first lady from Medellín municipality) Frame the debate	<p>Postobon empresa @postobonoficial Jan 25 More</p> <p>La Fundación Postobón, con el apoyo de la Secretaría de Educación de Medellín, lanzó el programa ¡Boom! Activa tu vida, el cual iniciará con actividades en 60 instituciones educativas oficiales y privadas de la ciudad 🏡 ¡Entérate de más en la... https://www.postobon.com/sala-prensa/noticias/boom-activa-tu-vida-la-nueva-iniciativa-la-fundacion-postobon-para-promover ...</p>		https://twitter.com/postobonoficial/status/1088940128477827072	07-Aug-19
A250	Postobon	Industry website	Coalition management Discursive strategy	Community Frame the debate	<p>¡Boom! Activa tu vida, la nueva iniciativa de la Fundación Postobón para promover hábitos de vida responsables</p> <p>25 de Enero de 2019</p> <p>Con el fin de promover hábitos de vida responsables en jóvenes entre los 12 y 17 años, la Fundación Postobón, con el apoyo de la Secretaría de Educación de Medellín, lanzamos este viernes 25 de enero de 2019 en Medellín el programa ¡Boom! Activa tu vida, el cual iniciará con actividades en 60 instituciones educativas oficiales y privadas de la ciudad, las cuales fueron seleccionadas de un universo de 120 instituciones, en un trabajo que se hizo con el acompañamiento de la Secretaría de Educación de Medellín, abarcando así a más de 9 mil jóvenes beneficiados.</p> <p>El objetivo del programa es promover en los estudiantes el gusto por la actividad física y dejar a un lado las barreras que impiden su realización. La metodología que desarrollará el programa ofrece un acompañamiento integral a las instituciones educativas para que tengan mayores elementos y argumentos que motiven y sensibilicen a los jóvenes, docentes y familias sobre los beneficios de la actividad física, además de brindar herramientas técnicas y pedagógicas para implementar buenas prácticas y, realizar, con el apoyo de los docentes de educación física y facilitadores, actividades rítmicas, ejercicios con TRX, entrenamientos funcionales y circuitos de ejercicio, entre otros, luego de la jornada académica. (...)</p> <p>La presentación del programa se realizó en el auditorio del Edificio Coltejer y contó con la participación de los rectores y profesores de educación física de las intuiciones seleccionadas, así como la presencia del secretario de Educación de Medellín, Luis Guillermo Patiño. Durante el evento, los rectores y docentes recibieron información sobre la relevancia de actividad física y los beneficios que tiene su promoción en la vida de los jóvenes. (...)</p> <p>Con el fin de promover hábitos de vida responsables, la Fundación Postobón, con el apoyo de la Secretaría de Educación de Medellín, lanzó este viernes 25 de enero de 2019 en Medellín el programa ¡Boom! Activa tu vida.</p> <p>"Con este programa, la Fundación Postobón va a aportar a las instituciones educativas seleccionadas, herramientas que les permitan a nuestros jóvenes entender que a través de la actividad física pueden avanzar en sus proyectos de vida", dijo al respecto Luis Guillermo Patiño, secretario de Educación de Medellín durante la presentación del programa.</p>	See this webpage as well: https://tomatelavida.com.co/boom-activa-tu-vida/	https://www.postobon.com/sala-prensa/noticias/boom-activa-tu-vida-la-nueva-iniciativa-la-fundacion-postobon-para-promover	19-Aug-19

A251	Postobon	Industry website	Coalition management Discursive strategy	Community Frame the debate	<p>Distribuimos bicicletas diseñadas especialmente para la ruralidad, con el fin de que se conviertan en una herramienta integral para transformar vidas. MiBici Postobón distribuye a niños y jóvenes de Colombia, bicicletas diseñadas especialmente para la ruralidad colombiana, para que pedaleen hacia sus sueños y mejoren su acceso a la educación.</p> <p>Este programa plantea dos objetivos:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Disminuir la inasistencia y deserción escolar rural. 2. Mejorar el desempeño escolar de los niños y adolescentes ubicados en la ruralidad dispersa. <p>Los estudiantes que reciben este medio de transporte, reducen sus tiempos de desplazamiento entre la escuela y el hogar entre un 40% y 60%.</p> <p>Las bicicletas de MiBici Postobón son de marca Buffalo y fueron diseñadas por la marca SRAM, líder mundial en accesorios de bicicletas, pensando en las zonas rurales y la base de la pirámide.</p> <p>El diseño de las bicicletas de marca Buffalo, es el resultado del trabajo que desarrolla la fundación norteamericana World Bicycle Relief, aliada estratégica de Postobón en el programa.</p> <p>8.405 Bicicletas entregadas desde 2014.</p> <p>3.452 Bicicletas entregadas en 2018.</p> <p>1.800 de ellas, gracias a la alianza con Comfama.</p> <p>12 Departamentos impactados.</p> <p>179 Instituciones educativas públicas beneficiadas.</p>	<p>See also CSR report: https://www.postobon.com/sites/default/files/resumen_informe_de_sostenibilidad_2018_0.pdf</p>	<p>https://fundacionpostobon.com/programas/mibici-postobon/</p>	19-Aug-19
A252	Postobon	Media	Coalition management Discursive strategy	Community Frame the debate	<p>TRANSPORTE</p> <p>El programa MiBici Postobón ha entregado más de 8.000 bicicletas en cerca de cinco años</p> <p>martes, 30 de julio de 2019</p> <p>Diferentes iniciativas en el país promueven el uso de la bicicleta en los niños para desplazarse hasta sus colegios.</p> <p>Hoy por hoy, son muchos los proyectos que incentivan el uso de la bicicleta para que los niños se desplacen a sus colegios.</p> <p>En Medellín, por ejemplo, la campaña que ha tenido el impacto más notorio es MiBici, liderada por Postobón.</p> <p>La operación en Antioquia es solo una parte de la campaña MiBici, que también se enfoca en zonas rurales de La Guajira, Cundinamarca, Putumayo, Cesar, Valle, Cauca, Bolívar y Caldas, según comentó la directora de sostenibilidad de Postobón, Martha Falla.</p> <p>En los casi cinco años que suma esta campaña, se han entregado 8.700 bicicletas, cuyo valor asciende a \$800.000 cada una. En total, el costo de las mismas asciende a \$6.960 millones.</p>		<p>https://www.larpublica.co/especiales/especial-rse-julio-2019/el-programa-mibici-postobon-ha-entregado-mas-de-8000-bicicletas-en-cerca-de-cinco-anos-2890569</p>	06-Aug-19

A253	Postobon	Media	Coalition management Discursive strategy	Community Frame the debate	<p>Postobón invirtió más de \$18.500 millones en proyectos sociales y ambientales miércoles, 22 de mayo de 2019</p> <p>La inversión destinada por la compañía en 2018 fue 39% más que en 2017</p> <p>Ayer, Postobón presentó su informe de sostenibilidad de 2018, el cual mostró el impacto de sus programas e iniciativas sociales y ambientales en el territorio nacional. Según el documento, Postobón benefició directamente a más de 500.000 colombianos en 16 departamentos del país con una inversión de más de \$18.500 millones en programas sociales y ambientales.</p> <p>Las zonas del territorio nacional en las que estuvieron presentes los programas de Postobón fueron Antioquia, Bolívar, Caldas, Cauca, Chocó, Córdoba, Cundinamarca, Guajira, Nariño, Norte de Santander, Risaralda, Tolima, Santander, Sucre, Putumayo y Valle del Cauca. Vale la pena resaltar que a las personas beneficiadas se les debe sumar las más de seis millones de personas sensibilizadas con actividades recreativas, enfocadas en la promoción de estilos de vida activos.</p> <p>“Nos enorgullece presentar una vez más nuestro Informe de Sostenibilidad que da cuenta del gran compromiso que tenemos con Colombia. Durante 2018, invertimos 39% más que en 2017, cifra que tiene mucha relevancia para el progreso de las comunidades donde tenemos influencia”, señaló Miguel Fernando Escobar, presidente de Postobón.</p> <p>Los programas que tiene la empresa para trabajar por la equidad en el país se dividen en varios frentes. Por ejemplo, en materia educativa están planes como ‘MiBici’ y ‘MiPupitre Postobón’ que beneficiaron a más de 56.100 estudiantes en 12 departamentos.</p> <p>También está el programa ‘Hit Social Postobón’ que está enfocado en el apoyo a agricultores de fruta. Con este se beneficiaron 1.358 familias de Bolívar, Santander, Risaralda, Valle, Cauca y Tolima, según el informe de la firma.</p>	<p>See also:</p> <p>https://www.larepublica.co/responsabilidad-social/el-programa-mibici-postobon-ya-ha-entregado-1272-bicicletas-en-antioquia-2844822</p> <p>https://www.rcmradiocom.com/colombia/antioquia/la-educacion-llega-en-dos-ruedas-santa-rosa-de-osos-con-mi-bici-de-postobon</p> <p>https://www.larepublica.co/responsabilidad-social/mibici-postobon-entrega-100-bicis-en-santa-rosa-de-osos-en-antioquia-2839386</p>	<p>https://www.larepublica.co/empresas/postobon-invirtio-mas-de-18500-millones-en-proyectos-sociales-y-ambientales-2864934</p>	06-Aug-19
------	----------	-------	--	----------------------------	--	---	--	-----------

A254	Postobon	Industry website	Discursive strategy	Frame the debate	<p>Como sabemos, los hábitos son acciones que se convierten en nuestra cotidianidad, debido a las repeticiones. Por esto, es mucho mejor crear hábitos responsables en la infancia, ya que se convierte en un estilo de vida para siempre, ya que los niños interiorizan más fácil las rutinas y le cogen amor desde que las inician. Entre los hábitos más necesarios están el comer bien, hacer deporte y beber agua, son rutinas que debemos enseñar a los niños desde que están pequeños para llevar una vida sana, esto apoyará la prevención de enfermedades como el sobrepeso.</p> <p>A continuación de mostraremos 5 hábitos responsables que puedes enseñar a los más pequeños, para que interioricen y crezcan de la mejor manera:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Alimentación variada y equilibrada: esto garantiza que los niños obtengan los nutrientes necesarios para su desarrollo y crecimiento. Por esto es importante animarlos a probar cosas nuevas, ya que el gusto de los pequeños es cambiante y poco a poco aceptarán alimentos que antes no deseaban comer. Asimismo es importante brindar un equilibrio en las porciones de alimentos, proporcionando frutas, verduras, proteínas, cereales y una constante hidratación, también debemos tener en cuenta la importancia de establecer horarios, planear las comidas, compartir en familia y hacer cenas originales y creativas. 2. Beber agua: esta es necesaria para eliminar toxinas e hidratar los órganos, por esto debemos tenerla como la primera opción de bebida en nuestras cenas y llevarla siempre con nosotros para una ingesta constante. 3. Buenas costumbres al alimentarse: debemos enseñarles a los niños a comer lo necesario según sus necesidades, para esto no debemos obligarlos a comer más de lo que pueden y debemos ofrecerles un espacio idóneo para alimentarse. 4. Disminuir la televisión: el tiempo es muy valioso y en vez de ver televisión, podrían estar realizando alguna actividad física, recuerda que el tiempo recomendado para que los niños vean televisión es de máximo 2 horas al día. 5. Actividad física: el juego es un aliado para el funcionamiento del organismo, ya que brinda beneficios similares a los del deporte, por esto procuremos que los niños tengan una hora al día de juegos y deportes para mejorar su estado de ánimo e incrementar su actividad física. Te recomendamos que estos planes deportivos sean en familia, no sean obligatorios y lo más importante es que sean divertidos para todos. 	Many other examples on the website	https://tomatela.vida.com.co/noticias/habitos-saludables-para-ninos/	20-Aug-19
A255	Postobon	Media	Discursive strategy	Frame the debate	<p>Al explicar las motivaciones para ser patrocinador, Postobón afirmó que es coherente con su objetivo de promover el deporte y apoyar las selecciones del país en diferentes modalidades. Además, Colombiana se une a Manzana Postobón, marca que patrocina a las selecciones nacionales de ciclismo, patinaje y béisbol.</p> <p>“Estamos muy orgullosos de que una marca como Colombiana, que representa tanto para el país, llegue de nuevo al fútbol, y qué mejor que apoyando a las selecciones Colombia de este deporte como socios oficiales...”, manifestó Miguel Fernando Escobar, presidente de la compañía.</p> <p>Postobón se ubica entre los aliados de la Selección, tales como Adidas, Movistar (Telefónica), Homecenter, Bancolombia, Allianz, Avianca, Caracol Televisión y Servientrega, a los que se les vencieron sus contratos en diciembre del año pasado, y se está a la espera de una renovación. Por ahora, el único patrocinador del equipo es Bavaria, en cabeza de su marca Cerveza Águila.</p> <p>En 2014, Postobón anunció apoyo a la actividad física, en la cual incluía múltiples disciplinas, desde lo profesional hasta lo social.</p>		https://www.eltiempo.com/economia/empresas/postobon-para-patrocinar-la-seleccion-colombiana-324298	06-Aug-19

A256	Postobon	Media	Discursive strategy	Frame the debate	<p>Desde el año 2016, la empresa ha firmado un compromiso de autorregulación que incluye cinco puntos, el primero es la no comercialización de bebidas azucaradas en colegios y en escuelas primarias, en segundo lugar han incorporado el etiquetado GDA en todas sus bebidas y han habilitado un portal para explicar cómo hacer correctamente la lectura de la información nutricional.</p> <p>Esta iniciativa de autorregulación también ha impactado su portafolio de más de 35 marcas, y por tal motivo, han decidido sacar al mercado nuevas alternativas de bebidas más saludables, que pretenden facilitar las decisiones consientes de consumo.</p> <p>Hoy, el 52% de las ventas son generadas por productos diferentes a las gaseosas, y el 72% del portafolio en general es “reducido, bajo o libre de calorías”. Otra de las medidas adoptadas por la compañía en medio de su política de autorregulación, es la directriz de no hacer publicidad dirigida a menores de 12 años y finalmente, buscan promocionar estilos de vida saludables y responsables.</p>	<p>https://www.dinero.com/empresas/articulo/postobon-se-la-luega-por-la-autorregulacion-y-la-sostenibilidad/272459</p>	06-Aug-19
A257	Postobon	Media	Discursive strategy	Frame the debate	<p>Actualmente, contamos con 35 marcas y cerca de 500 presentaciones. De acuerdo con Nielsen, somos líderes en gaseosas en el segmento de sabores y en la categoría de aguas, bebidas con fruta, té listo para beber e hidratantes. (...) Como industria y de la mano de la ANDI, en 2016, varias empresas de sector llegamos a un acuerdo con el gobierno que incluye cinco compromisos enfocados en promover estilos de vida activos y saludables. A la fecha, desde Postobón avanzamos en el cumplimiento y en la implementación de las acciones derivadas de los compromisos. Lo hacemos con responsabilidad y claridad frente a su implementación. Además, quiero destacar que trabajamos con el Ministro de Salud, para alinear a las políticas públicas del gobierno estos compromisos y las iniciativas que tenemos como compañía en la promoción de estilos de vida activos y responsables.</p>	<p>https://www.larpublica.co/empresas/nosotros-adaptado-a-las-tendencias-de-los-consumidores-dijo-el-presidente-de-postobon-2826787</p>	06-Aug-19
A258	Postobon	Twitter	Discursive strategy	Frame the debate	<p>Postobón empresa @postobonoficial May 14 More Postobón empresa Retweeted Bebidas de tu lado El 100% de nuestras bebidas tiene GDA. Estamos comprometidos con #InformaciónClara. 📢 @bebidasdetulado</p>	<p>https://twitter.com/postobonoficial/status/1128372364574646273</p>	07-Aug-19
A259	Postobon	Twitter	Discursive strategy	Frame the debate	<p>Postobón empresa @postobonoficial Apr 11 More Hacer un poco de actividad física al día trae muchos beneficios para tu bienestar. ¡No pierdas más el tiempo! Mueve tu cuerpo y #ActivaTuVida</p>	<p>https://twitter.com/postobonoficial/status/1116309926698258432</p>	07-Aug-19
A260	Postobon	Twitter	Discursive strategy	Frame the debate	<p>Postobón empresa Retweeted CECODES @CECODES Apr 9 Miguel Fernando Escobar, presidente de @postobonoficial habla de la responsabilidad que tiene la compañía con la actividad física. ¿Quieres conocer más? ➡ http://ow.ly/lh7m50pE9Ek</p>	<p>https://twitter.com/CECODES/status/1115680820365283329</p>	07-Aug-19

A261	Postobon	Twitter	Discursive strategy	Frame the debate	<p>Postobón empresa @postobonoficial Apr 7 More</p> <p>¡Cuidate más! Mueve tu cuerpo y haz pausas activas. Cuando lo haces tu vida se llena de bienestar. 🧘👉👊</p>	<p>https://twitter.com/postobonoficial/status/1114925873135697920</p>	07-Aug-19
A262	Postobon	Twitter	Discursive strategy	Frame the debate	<p>Postobón empresa @postobonoficial Apr 4 More</p> <p>Hacer un poco de actividad física al día trae muchos beneficios. ¿qué estás esperando? #ActivaTuVida</p>	<p>https://twitter.com/postobonoficial/status/1113773211097935872</p>	07-Aug-19
A263	Postobon	Twitter	Discursive strategy	Frame the debate	<p>Postobón empresa @postobonoficial Mar 1</p> <p>Buscamos promover estilos de vida activos y acompañar a las personas, para que construyan hábitos responsables que propicien su bienestar.</p>	<p>https://twitter.com/postobonoficial/status/1101452023017492480</p>	07-Aug-19
A264	Postobon	Twitter	Discursive strategy	Frame the debate	<p>Postobón empresa @postobonoficial</p> <p>Follow Follow @postobonoficial</p> <p>Realizar actividad física produce beneficios para la salud; ayuda a dormir mejor, facilita la movilidad y ayuda a tener una vida saludable. #TómateLaVida dedicando unos minutos para hacer actividad física y mejorar tus hábitos. #Salud #ActividadFísica 🏃</p> <p>4:00 AM - 22 Feb 2019</p>	<p>https://twitter.com/postobonoficial/status/1098915312865501184</p>	07-Aug-19
A265	Postobon	Twitter	Discursive strategy	Frame the debate	<p>Postobón empresa+F115 @postobonoficial Feb 23 More</p> <p>¡Actívate! No importa dónde estés, mueve tu cuerpo, sal de la rutina. Libérate de tensiones, cansancio y estrés.</p> <p>En nuestro blog #TómateLaVida te contamos cómo puedes hacerlo.</p>	<p>https://twitter.com/postobonoficial/status/1099296316067323908</p>	07-Aug-19
A266	Postobon	Twitter	Discursive strategy	Frame the debate	<p>Postobón empresa @postobonoficial Feb 21 More</p> <p>En Postobón te invitamos a que tengas un estilo de vida activo, creando nuevos hábitos que te mantengan sano. #TómateLaVida 🏃👉👊</p>	<p>https://twitter.com/postobonoficial/status/1098552917471170561</p>	07-Aug-19
A267	Postobon	Twitter	Discursive strategy	Frame the debate	<p>Postobón empresa @postobonoficial</p> <p>Follow Follow @postobonoficial</p> <p>¡No hay excusas para hacer ejercicio! ¿sabías que puedes hacerlo en casa? Mira nuestro post en Tómame La Vida y aprende cómo puedes comenzar a ejercitarte sin tener que ir al gimnasio. #TómameLaVida 😊👉👊👊</p> <p>https://bit.ly/2VJDXjb</p> <p>3:50 AM - 22 Jan 2019</p>	<p>https://twitter.com/postobonoficial/status/1087678829613719553</p>	07-Aug-19

A268	Postobon	Twitter	Discursive strategy	Frame the debate	Postobón empresa @postobonoficial 20 janv. Después de unas vacaciones emocionantes se acerca el regreso a clases, y queremos que tus hijos alimenten de una manera saludable en el colegio. Aquí te mostramos opciones que puedes implementar para cada día de la semana. 🍌 🍌 🍌 🍌 🍌 🍌 #TómateLaVida		https://twitter.com/postobonoficial/status/1087122600688373760	08-Aug-19
A269	Postobon	Twitter	Discursive strategy	Frame the debate	Postobón empresa @postobonoficial 18 janv. En Postobón estamos comprometidos con la innovación; está en nuestro ADN. En este video te contamos de qué manera innovamos con nuestras bebidas y cómo estas pueden aportar a tu bienestar. #NuestroCompromiso 🇨🇴		https://twitter.com/postobonoficial/status/1086292133223362560	08-Aug-19
A270	Postobon	Twitter	Discursive strategy	Frame the debate	Postobón empresa @postobonoficial 11 janv. En Postobón nos tomamos la vida enseñándote a crear hábitos saludables para que aprendas a disfrutar de una vida activa. 🏃 🏃 En el nuevo post de #TómateLaVida te contamos cómo hacerlo. ¿Tienes alguna rutina de ejercicios? Compártela con nosotros en...		https://twitter.com/postobonoficial/status/1083785648526512134	08-Aug-19
A271	Postobon	Twitter	Discursive strategy	Frame the debate	Postobón empresa @postobonoficial Mantener un ritmo de vida saludable es importante para tu bienestar. ¡Recuerda crear hábitos responsables para ti y tu familia! Aquí te dejamos algunos consejos que puedes comenzar a poner en práctica. #TómateLaVida 05:04 - 4 janv. 2019		https://twitter.com/postobonoficial/status/108117440651185920	08-Aug-19
A272	Postobon	Twitter	Discursive strategy	Frame the debate	Postobón empresa @postobonoficial 8 janv. #TómateLaVida en este nuevo año. Comienza el 2019 con una vida activa. 🏃 🏃 #Salud #EstiloDeVida		https://twitter.com/postobonoficial/status/1082675800631988224	08-Aug-19

A273	Postobon	Industry website	Discursive strategy	Frame the debate	<p>Nos autorregulamos</p> <ul style="list-style-type: none"> • No comercializamos bebidas azucaradas en colegios ni escuelas primarias. • Incorporamos el etiquetado frontal bajo el sistema GDA en todas las bebidas y educamos sobre lectura de información nutricional. • Innovamos en el portafolio de bebidas con alternativas que propicien decisiones conscientes de consumo. • No hacemos publicidad de bebidas dirigida a menores de 12 años. • Promocionamos los estilos de vida activa, saludables y responsables. <p>72% de nuestro portafolio es reducido, bajo o libre de calorías*. Brindamos múltiples opciones para distintos momentos, que pueden ir desde la indulgencia hasta el máximo cuidado. Nuestra meta es que en 2024 el 50% del volumen total de litros que vendamos sea sin azúcar añadida. del volumen de ventas lo generan bebidas diferentes a las gaseosas.</p> <p>52% del volumen de ventas lo generan bebidas diferentes a las gaseosas. Somos más que gaseosas. Somos amplitud de opciones. Brindamos opciones para que los colombianos se tomen la vida (aguas, bebidas con fruta, té, hidratantes, energizantes y cervezas). Lo hacemos porque entendemos las tendencias de consumo y damos respuesta a las necesidades de los grupos de interés.</p> <p>100% del portafolio cumple con el etiquetado GDA**</p>	<p>https://www.postobon.com/sites/default/files/resumen_informe_de_sostenibilidad_2018_0.pdf</p>	19-Aug-19
A274	Postobon	Twitter	Information management Discursive strategy	Amplification Frame the debate	<p>Postobon empresa @postobonoficial</p> <p>15 janv.</p> <p>Cuidar la alimentación en el trabajo también es Tomarse la vida. Hoy nuestro post de #TomateLaVida te cuenta cómo tener una dieta equilibrada y algunos consejos para mantener una alimentación saludable. 🍷 🍷 🍷 https://bit.ly/2ApB8e4</p>	<p>https://twitter.com/postobonoficial/status/1085168521892581377</p>	08-Aug-19
A275	Postobon	Industry website	Coalition management Information management Discursive strategy	Community Amplification Frame the debate	<p>Con el fin de promover hábitos de vida responsables en jóvenes entre los 12 y 17 años, la Fundación Postobon, con el apoyo de la Secretaría de Educación de Medellín, lanzó en Medellín, el programa ¡Boom! Activa tu vida, un programa que promueve la realización de actividad física en 60 instituciones educativas oficiales y privadas de la ciudad, para beneficio de cerca de 9.000 jóvenes.</p> <p>El objetivo del programa es promover en los estudiantes el gusto por la actividad física y dejar a un lado las barreras que impiden su realización y su metodología, ofrece un acompañamiento integral a las instituciones educativas beneficiadas para que tengan mayores elementos y argumentos que motiven y sensibilicen a los jóvenes, docentes y familias sobre los beneficios de la actividad física, además de brindar herramientas técnicas y pedagógicas para implementar buenas prácticas, luego de la jornada académica.</p> <p>De igual forma, el programa contempla la entrega de materiales deportivos que acompañen los procesos formativos relacionados con la actividad física en los estudiantes.</p> <p>60 Instituciones a intervenir en seis zonas de la ciudad</p> <p>9.000 Estudiantes beneficiarios de los grados 6to a 11</p> <p>BENEFICIOS DE LA ACTIVIDAD FÍSICA</p> <p>Mejora el estado muscular y cardiorrespiratorio, la salud ósea y funcional.</p> <p>Reduce el riesgo de hipertensión, cardiopatía coronaria, accidente cardiovascular, diabetes, diferentes tipos de cáncer y la depresión.</p> <p>Ayuda al control de peso y mitiga enfermedades no transmisibles.</p> <p>Así se ve ¡Boom! Activa tu vida</p> <p>Estas son algunas de las piezas de comunicaciones que acompañan el programa ¡Boom! Activa tu vida, las cuales buscan la motivación de las personas para que</p>	<p>See more information here: https://tomatelavida.com.co/por-que-el-programa/and-CSR-report: https://www.postobon.com/sites/default/files/resumen_informe_de_sostenibilidad_2018_0.pdf</p>	19-Aug-19

Additional file 5: Interview guide (Spanish)

Introducción (inicio de cada entrevista):

Gracias por aceptar participar en este proyecto de investigación. Sé que su tiempo es extremadamente precioso, y gracias por usarlo para contribuir con este importante proyecto.

Como mencioné en mi carta de invitación, el objetivo de esta investigación es comprender las prácticas de la industria de alimentos que pueden influenciar la prevención y el control de las enfermedades crónicas no transmisibles relacionadas con la alimentación. El contexto es que el poder y la influencia de la industria de alimentos se han identificado como un factor importante que influye en las políticas de salud pública y la opinión pública en todo el mundo. Nuestro objetivo es identificar y monitorear esas prácticas, como parte de los esfuerzos para prevenir y controlar las enfermedades crónicas no transmisibles relacionadas con la alimentación. Usted ha sido seleccionado debido a su amplia experiencia de primera mano, observando y / o interactuando con la industria de alimentos, y creemos que puede proporcionar una visión crítica de las prácticas de la industria de alimentos. Hablaré con una serie de expertos, como usted, para obtener una visión detallada de esta área.

Espero que la entrevista lleve unos 45 minutos a 1 hora. Si usted está de acuerdo, escribiré la entrevista para cerciorarse de que registro sus puntos de vista con precisión, pero tenga el 100% de garantía de que toda la información proporcionada en la entrevista no será vinculada a su nombre y no será identificable como proporcionada por usted.

Firmar el formulario de consentimiento (entrevista + grabación digital)

Perguntas-chave

- ¿Para empezar, usted podría decirme de qué manera interactuó con la industria alimenticia, como parte de su profesión?

Prompts (se necesitario)

Trabajo actual, trabajos anteriores, reuniones, alianzas, fondos

- Y, específicamente, en qué roles profesionales y en qué situaciones interactuaste y observó la industria de alimentos?
- Como he mencionado, ciertas prácticas de la industria alimentaria están potencialmente proyectadas para influir en la política de salud pública. ¿Cuáles prácticas ha observado al respecto?

ejemplos

- Ahora voy a presentar una lista de prácticas de la industria de alimentos que fueron previamente identificadas como potencialmente influyentes en la prevención y control de las Enfermedades Crónicas No Transmisibles relacionadas a la alimentación. Para cada una de las prácticas, usted puede indicar si usted la experimentó o observó?
- ¿Podrías decirme cuáles de estas prácticas crees que pueden representar un riesgo para las políticas y resultados de salud pública y por qué?
- ¿Podría indicar cuáles de estas prácticas creen más influyentes en las políticas y los resultados de la salud pública? Y cuáles son los menos influyentes
- Por último, nos gustaría entrevistar a otras personas que puedan proporcionar información sobre esta área. ¿Quién más usted sugiere que entrevistamos sobre eso?

por ejemplo. ex políticos, ex-personas de la industria alimentaria, otras personas que tienen una vasta experiencia en esta área

Gracias de nuevo por su importante visión sobre esta área y por ofrecer su tiempo para ayudar en este proyecto de investigación. Explique cómo voy a comunicar los resultados con ellos y los próximos pasos.

1 Additional file 6: Spanish version of the article

2 **Título:** “La arquitectura del Estado se transformó a favor de los intereses de las empresas”:
3 actividad política corporativa de la industria alimentaria en Colombia.

4 **Autores**

5 Melissa Mialon ^{a,b} *, Diego Alejandro Gaitan Charry ^b, Gustavo Cediel ^b, Eric Crosbie ^c,
6 Fernanda Baeza Scagliusi ^a, Eliana María Pérez Tamayo ^b.

7 **Afiliaciones**

8 a Escuela de Salud Pública, Universidad de São Paulo, Brasil.

9 b Escuela de Nutrición y Dietética, Universidad de Antioquia, Medellín, Colombia.

10 c Escuela de Ciencias de la Salud Comunitaria, Universidad de Nevada, Reno, EE. UU.

11 *Autor para correspondencia

12 **Antecedentes:** En Colombia, se están desarrollando políticas de salud pública para mejorar
13 los entornos alimentarios y entre ellas se ha incluido el etiquetado frontal de alimentos y las
14 restricciones de comercialización de productos no saludables. Los actores de la industria
15 alimentaria que se oponen a estas políticas están retrasando y debilitando estos esfuerzos. Esta
16 oposición se conoce comúnmente como "Actividad Política Corporativa" (CPA) e incluye
17 estrategias instrumentales (basadas en la acción) y estrategias discursivas (basadas en
18 argumentos). El objetivo de este estudio fue identificar la APC de la industria alimentaria en
19 Colombia.

20 **Métodos:** Se hizo un análisis documental de la información disponible públicamente que fue
21 publicada entre los meses de enero y julio de 2019. Estos datos se triangularon con entrevistas
22 desarrolladas con diecisiete informantes clave. Se empleó un enfoque deductivo para el
23 análisis de datos, basado en un marco existente para el estudio de la APC de la industria
24 alimentaria.

25 **Resultados:** Se identificaron 275 ocurrencias de APC a través del análisis de información
26 disponible públicamente. Se reconocieron 197 ejemplos de estrategias instrumentales y 138
27 ejemplos de estrategias discursivas (estas categorías no son mutuamente excluyentes, 60
28 ejemplos pertenecen a ambas categorías). Los informantes clave durante las entrevistas
29 también compartieron información sobre la APC en el país. La industria utilizó sus estrategias
30 discursivas para hacer una fotografía de sus prácticas bajo una "mejor luz", demostrando sus
31 esfuerzos por mejorar los entornos alimentarios y su papel en el desarrollo económico del
32 país. La industria alimentaria participó en varios programas comunitarios, incluso a través de
33 iniciativas público-privadas. La industria también capturó a los medios de comunicación e
34 intentó influir en la ciencia sobre la nutrición y las enfermedades no transmisibles. Los actores
35 de la industria alimentaria fueron muy prominentes en la esfera de las políticas públicas, a
36 través de su cabildeo, en este sentido fueron evidentes sus estrechas relaciones con
37 funcionarios de alto rango y su apoyo a la autorregulación en el país.

38 **Conclusiones:** La proximidad entre la industria, el gobierno y los medios de comunicación es
39 particularmente evidente e incuestionable en Colombia. La influencia sobre las poblaciones
40 vulnerables en las comunidades y la sensación de inseguridad de los defensores de la salud
41 pública también es preocupante. En Colombia, la APC de la industria alimentaria, tiene el
42 potencial de debilitar y retrasar los esfuerzos para desarrollar e implementar políticas de salud
43 pública que podrían mejorar la salubridad de los entornos alimentarios. Es urgente que se
44 desarrollen en el país mecanismos para prevenir y gestionar la influencia de la industria
45 alimentaria.

46 **Palabras clave**

47 Determinantes comerciales de la salud; actividad política corporativa; industria de alimentos;
48 enfermedades no transmisibles.

49 **Antecedentes**

50 En el año 2019 en Colombia, las políticas de salud pública para mejorar los entornos
51 alimentarios, incluyó la introducción de un nuevo sistema de etiquetado nutricional frontal de
52 los alimentos y las restricciones de comercialización para productos no saludables, las cuales
53 fueron debatidas en el Congreso (1-3). Estas acciones de política pública se generaron como

54 respuesta al aumento de la carga de enfermedades no transmisibles (ENT), como la diabetes,
55 las enfermedades cardiovasculares y el cáncer, que ahora son responsables del 75,00% de
56 todas las muertes en el país (4). Las dietas poco saludables, en particular, se encuentran entre
57 los principales factores de riesgo de las ENT (5). Según la última Encuesta Nacional de
58 Situación Nutricional de Colombia realizada en el año 2015, entre los niños menores de 5
59 años, el 10,8% presentaba retraso en el crecimiento, mientras que el 6,4% tenía sobrepeso (6).

60 Las organizaciones de la sociedad civil y los medios de comunicación informaron que los
61 actores que representan a la industria alimentaria se opusieron firmemente a estas políticas (7–
62 13). La influencia de la industria alimentaria en los medios de comunicación y en el
63 Congreso, se hizo evidente en el 2016 durante la propuesta de aumento de impuestos a las
64 bebidas azucaradas, que aún no se ha implementado en Colombia (11). En este caso, la
65 industria encargó sus propios estudios económicos para contrarrestar la evidencia de que se
66 necesitaba un aumento en el impuesto para mejorar la salud de la población (11). Los actores
67 de la industria alimentaria también desarrollaron varias iniciativas de "responsabilidad social
68 empresarial" en el país, a través del apoyo de las comunidades, que podrían haber contribuido
69 a mejorar su imagen en la opinión pública (11). La industria ha continuado ejerciendo su
70 influencia, utilizando prácticas similares, durante el desarrollo de la Ley de Prevención de la
71 Obesidad N ° 019 de 2017 (Proyecto de Ley o PL019 de 2017) que incluyó el desarrollo de un
72 nuevo sistema de etiquetado nutricional frontal de los alimentos y restricciones de la
73 comercialización en alimentos poco saludables para los niños (10,13,14). Un informe de
74 investigación describió el uso de la "puerta giratoria" con empleados de la industria
75 alimentaria que van a trabajar en el gobierno (15).

76 Estas acciones de la industria alimentaria representan la denominada “actividad política
77 corporativa” (APC), que incluye estrategias instrumentales basadas en la acción (gestión de
78 coaliciones; gestión de la información; participación e influencia directa en las políticas;
79 estrategias legales) y estrategias discursivas basadas en argumentos, haciendo hincapié en la
80 alimentación, destacando por ejemplo, importancia de la industria en la economía, los costos
81 potenciales asociados con la implementación de políticas de salud pública y el fomento del
82 debate sobre los problemas de salud relacionados con la dieta de manera favorable a sus
83 productos y prácticas, con énfasis en la responsabilidad de las personas y la libertad de
84 elección que estos poseen frente a su alimentación (16, 17). Estas prácticas se describen en el
85 Archivo 1. Los académicos explican que la APC no es necesariamente puntual y está sujeta a
86 períodos de tiempo específicos, como durante el desarrollo de políticas específicas que
87 podrían amenazar las actividades de una industria, sino que se utiliza para influir en la salud
88 pública tanto a corto como a largo plazo (18). La APC es parte de una literatura más amplia
89 sobre los determinantes comerciales de la salud, lo que corresponde a la influencia negativa
90 que tienen las corporaciones sobre la salud (19-21).

91 Existe una investigación limitada y falta de seguimiento de la APC de la industria alimentaria
92 en América Latina (22), incluida Colombia. Un estudio piloto en la región mostró que, en el
93 país, los actores de la industria alimentaria enfatizaron su papel destacado en la economía para
94 contrarrestar las críticas; intentaron demostrar que eran parte de la solución en la prevención y
95 control de las ENT; y construyeron alianzas con organizaciones y comunidades de salud
96 pública (23).

97 En el presente estudio, el objetivo general fue precisamente identificar la APC de la industria
98 alimentaria en Colombia.

99 **Métodos**

100 Se realizó un análisis documental de información disponible públicamente triangulado con
101 entrevistas, desarrollado entre mayo y agosto de 2019. El estudio fue dirigido por un
102 investigador internacional con experiencia en la APC de la industria alimentaria, se hizo en
103 Colombia y la recolección y análisis de datos fue en inglés y español. Algunos de los
104 entrevistados conocían a la investigadora por su trabajo en ese espacio, pero no
105 personalmente. El equipo de investigación también estuvo integrado por tres investigadores
106 locales con experiencia en políticas públicas alimentarias y nutricionales y entornos
107 alimentarios en Colombia y a nivel mundial, participaron dos investigadores internacionales,
108 con experiencia en entornos alimentarios y prácticas políticas de la industria. Todos los
109 investigadores de este proyecto adoptaron una postura crítica sobre la influencia de las
110 corporaciones en las políticas de salud pública.

111 En el estudio la “industria alimentaria” incluyó a los fabricantes de productos alimenticios y
112 bebidas, mayoristas, minoristas, distribuidores, proveedores de servicios alimenticios y
113 productores de materias primas, así como a organizaciones que actuaban en su nombre, de
114 manera abierta o encubierta, incluidas asociaciones comerciales, empresas públicas. firmas de
115 relaciones, organizaciones “filantrópicas”, instituciones de investigación y otras personas y
116 grupos.

117 Este manuscrito cumple con los criterios de COnsolidated for Reporting Qualitative Research
118 (COREQ) (24) [Archivo 2].

119 **Análisis de documentos**

120 Para el análisis de documentos, se utilizó un protocolo desarrollado por INFORMAS (por su
121 sigla en inglés, Red Internacional de Investigación, Monitoreo y Apoyo a la Acción en
122 Alimentos y Obesidad / Enfermedades no Transmisibles) para identificar la APC de la
123 industria alimentaria (16). Estos métodos y el marco utilizado para el análisis de datos se han
124 aplicado en diferentes países del Pacífico, Europa y América Latina (23,25-30).

125 La recopilación y el análisis de datos estuvo a cargo del primer autor, utilizando Excel para
126 administrar los datos recolectados.

127 Desde INFORMAS se sugiere identificar a los actores más destacados en un determinado
128 país, en términos de cuotas de mercado (16). No se tuvo acceso a esta información para la
129 industria alimentaria colombiana y, en cambio, se efectuó una consulta con expertos locales y
130 se hizo un estudio piloto, según lo recomendado por INFORMAS en estas circunstancias (16):
131 se visitaron las páginas web de dos fabricantes globales que tenían sitios web nacionales,
132 Nestlé y Coca Cola. Esto ayudó a estimar el nivel de información disponible en estas páginas
133 web. Con base en ese análisis, se decidió incluir en el estudio veinte actores de la industria
134 alimentaria y datos publicados entre enero y julio de 2019 (muestra intencionada), excepto
135 para el informe anual u otro evento anual, donde se incluyeron los datos más recientes. Los
136 actores de la industria analizados se presentan en la Tabla 1. Se consideraron los miembros de
137 la Alianza Internacional de Alimentos y Bebidas (IFBA, por su sigla en inglés), ya que estos

138 se encuentran entre los mayores fabricantes de alimentos y bebidas a nivel mundial (31).
139 Otros actores de la muestra fueron productores locales de alimentos y bebidas, un minorista y
140 tres grupos financiados por la industria alimentaria.

141 Todos los datos enunciados están disponibles como Archivo 3.

142 Según lo recomendado por INFORMAS (16), las fuentes de información para el estudio
143 circunscribieron material propio de la industria, material gubernamental y datos de otras
144 fuentes, incluidas asociaciones profesionales y universidades. Las fuentes consultadas para el
145 estudio se presentan como Archivo 4. Cabe anotar que empresas como Mars, General Mills,
146 Grupo Bimbo y Unilever no tenían sitio web nacional ni cuenta Twitter.

147 El análisis de datos se describe en el protocolo INFORMAS y consistió en la identificación y
148 codificación simultánea de datos relevantes para la APC, utilizando un marco existente
149 [Archivo 1] (16). El tercer y cuarto autores revisaron el 10,0% y el 100% de los datos,
150 respectivamente. El desacuerdo se resolvió mediante discusión (este no fue un proceso de
151 cuantificación sino de análisis de argumentos).

152 Este manuscrito presenta las diferentes estrategias de APC de la industria alimentaria, como
153 se indica en el análisis de documentos y entrevistas. Para estas entrevistas e informantes clave
154 se asignó un código que comienza con la letra A seguida de un número a cada ejemplo de
155 APC identificado en el análisis de documentos.

156 **Entrevistas**

157 El objetivo de las entrevistas fue tener acceso a informantes clave que tenían una experiencia
158 de primera mano en el APC de la industria alimentaria, sin límites de tiempo específicos, ni
159 restricciones sobre el tipo de actores de la industria. Los ejemplos de APC compartidos por
160 los participantes, ayudaron a triangular los datos encitrados en el espacio público. También
161 se identificaron ejemplos adicionales, como se detalla en la sección de resultados. Además,
162 durante las entrevistas, los participantes compartieron sus perspectivas y opiniones sobre la
163 APC de la industria alimentaria en Colombia y a nivel mundial.

164 El primer autor realizó trece entrevistas semiestructuradas, incluidas dos entrevistas grupales.
165 En total, diecisiete informantes clave participaron en el estudio, del poder legislativo del
166 gobierno (n = 1), el poder ejecutivo del gobierno (n = 1), la academia (n = 1), la sociedad civil
167 (n = 12), y los medios de comunicación (n = 2). Una persona de la academia aceptó la
168 invitación al estudio, pero estaba viajando y, por lo tanto, no pudo ser entrevistada. Las
169 entrevistas se efectuaron hasta alcanzar la saturación de los datos (es decir, cuando el primer
170 autor no identificó ningún tema nuevo / prácticas de APC). El muestreo fue intencional y los
171 participantes se identificaron a través de su discusión sobre la APC de la industria alimentaria
172 en Colombia en los medios de comunicación. También se empleó una técnica de muestreo de
173 bola de nieve (los participantes invitaron a posibles entrevistados de sus redes sociales). La
174 guía de entrevistas está disponible como Archivo 5.

175 Los participantes fueron contactados por correo electrónico o llamadas telefónicas y se les
176 ofreció participar en el estudio, voluntariamente y bajo estrictas condiciones de anonimato y
177 confidencialidad. Se firmó un acuerdo ético entre el entrevistador y los participantes. Los
178 participantes dieron su consentimiento con la toma de notas de campo y la grabación digital

179 de la entrevista. Estos tuvieron la oportunidad de revisar su transcripción antes de la
180 presentación de este manuscrito. En esta etapa, una participante pidió que se eliminara la
181 mayor parte de la información compartida durante su entrevista por temor a represalias. Un
182 participante se retiró del estudio en la etapa de revisión por pares durante la publicación del
183 presente artículo, luego de que se publicaran otros artículos sobre el APC de la industria
184 alimentaria en Colombia. Por lo tanto, no se contó en la lista de participantes.

185 Las entrevistas duraron en promedio una hora; se realizaron cara a cara (n = 12) o a través de
186 Skype (n = 1); en español (n = 10), español / inglés (n = 3) y francés (n= 1). Las entrevistas
187 fueron transcritas palabra por palabra por un traductor contratado bajo condición de
188 confidencialidad.

189 El análisis de datos fue dirigido por el primer autor y este utilizó el marco existente
190 presentado en el Archivo 1 descrito previamente en este documento. El segundo y último
191 autor revisaron el 10,00% y el 100% de los datos para las entrevistas, respectivamente. Se
192 emplearon los programas Word y Excel para administrar los datos.

193 Toda la información que pudiera identificar a los participantes se eliminó de este manuscrito y
194 se utilizan términos genéricos para describir sus profesiones, sin asignar un número a cada
195 participante, para preservar su anonimato y confidencialidad. En este sentido se emplearon los
196 pronombres "ella / el" cuando se hace referencia a participantes masculinos o femeninos.

197 **Resultados**

198 Se identificaron 275 ocurrencias de APC entre enero y julio de 2019 a través del análisis de
199 información disponible públicamente. La Tabla 2 presenta un resumen de los ejemplos
200 encontrados en el dominio público, clasificados por actor de la industria y por estrategia de
201 APC.

202 Asimismo, se identificaron 197 ejemplos de estrategias instrumentales y 138 ejemplos de
203 estrategias discursivas. Estas categorías no son mutuamente excluyentes y, por lo tanto, 60
204 ocurrencias pertenecen a ambas estrategias de APC. Los participantes de las entrevistas
205 también identificaron ejemplos de APC, describiendo acciones o argumentos que han sido
206 utilizados en los últimos años por la industria alimentaria en Colombia. Cabe anotar que las
207 estrategias de APC esgrimidas por la industria alimentaria con respecto a la discusión sobre la
208 introducción de un nuevo sistema de etiquetado frontal de alimentos en Colombia es un tema
209 de una publicación separada (32).

210 **Gestión de coaliciones: construyendo alianzas y debilitando a la oposición**

211 En Colombia, a partir del análisis de documentos se identificaron 101 ejemplos de la
212 estrategia de gestión de coaliciones. Incluso, durante las entrevistas se compartieron ejemplos
213 adicionales. Como parte de esta estrategia, la industria alimentaria estableció relaciones con
214 organizaciones de salud, comunidades y medios de comunicación y con otros actores de la
215 industria. Paralelamente, utilizó diferentes mecanismos para debilitar a sus oponentes, como
216 se describe a continuación.

217 **Captura de los medios de comunicación**

218 Los entrevistados destacaron la captación de los medios de comunicación en Colombia,
219 donde, por ejemplo, el Grupo Ardila Lulle es dueño de un canal de televisión líder en el país,
220 llamado RCN, y además de la empresa de bebidas Postobón. Esta apropiación dio lugar a dos
221 casos de censura de campañas de salud pública en Colombia, como se describe en la sección
222 de "estrategias legales", a continuación.

223 *“RCN [un canal de televisión] pertenece a un grupito económico que se llama*
224 *organización Ardila Lule. Y la organización Ardila Lule tiene la empresa de gaseosas*
225 *más grandes de Colombia, que se llama Postobón. (...) los medios dominantes en*
226 *Colombia todos tiene relación con la industria alimentaria, es decir relación directa*
227 *de propiedad, la industria alimentaria es dueña de los medios, esa es la palabra”.*
228 *[defensor de la salud pública]*

229 *“El periódico, la radio, la televisión más importante son los medios comprados por*
230 *grupos de industriales que tienen una gran cantidad de empresas en el agronegocio.*
231 *Esta es una de las razones por las cuales los anuncios [de salud pública] en la*
232 *televisión y la radio fueron inmediatamente censurados (...) Refleja perfectamente que*
233 *los medios pertenecen a los grupos económicos en los que también se encuentra la*
234 *agroindustria”.* *[defensor de la salud pública]*

235 **Interacciones con la sociedad civil y las organizaciones de salud y participación en la** 236 **comunidad**

237 Varias empresas tienen sus propias organizaciones benéficas en el país. La Fundación Éxito
238 colaboró con distintos actores de la industria alimentaria, entre ellos Coca-Cola, y con los
239 ayuntamientos, el Ministerio de Salud, el Instituto Colombiano de Bienestar Familiar
240 (Instituto Colombiano de Bienestar Familiar), el Departamento de Planificación Nacional y la
241 Oficina de la Inspector General de Colombia [A84]. La Fundación Nutresa contó con el apoyo
242 del Ministerio de Educación de Colombia, UNICEF y el Programa Mundial de Alimentos
243 [A217]. Un participante en nuestras entrevistas también describió un programa gubernamental
244 que involucró a empleados de la industria alimentaria:

245 *“Hay un programa [organizado por el Instituto Colombiano de Bienestar Familiar o*
246 *Instituto Colombiano de Bienestar Familiar, ICFBF] de apoyo alimentario y*
247 *educativo a las familias con niños menores de dos años que se llama “La modalidad*
248 *familiar” (...) Estos programas deben contratar profesionales para atender los niños.*
249 *En algunas ocasiones las capacitaciones a los profesionales las hace Nestlé o Alpina.*
250 *Las capacitaciones oficiales del ICBF. Entonces es una cosa de no creer”.* *[defensor*
251 *de la salud pública]*

252 La Tabla 3 presenta otras iniciativas que fueron financiadas o apoyadas por la industria
253 alimentaria en Colombia durante el período de análisis.

254 La información contenida en la Tabla 3 demuestra hasta qué punto la industria alimentaria
255 está presente en las comunidades de Colombia. También muestra las numerosas interacciones
256 entre los actores de la industria alimentaria y el sector público. Además, la mayoría de los
257 programas comunitarios patrocinados o apoyados por la industria se dirigían a los niños y se
258 centraban en la educación, la nutrición y / o la actividad física.

259 Varios de los participantes entrevistados describieron un caso, del año 2017, donde Postobón
260 lanzó un programa en una región desértica del extremo norte de Colombia, en el departamento
261 de la Guajira, donde la empresa distribuía, diariamente, dos bebidas fortificadas con
262 micronutrientes a niños (33). Los entrevistados explicaron que la industria planeaba
263 comercializar estas bebidas en el resto del país y dijeron que Postobón inició un estudio con
264 estos niños, sin aprobación de un comité de ética independiente, tomando muestras de sangre
265 y medidas antropométricas (33). Los participantes de este estudio también discutieron sobre
266 los esfuerzos de la industria para obtener el apoyo del Ministerio de Salud para este programa,
267 lo que nunca sucedió. Esta historia se convirtió en un escándalo en los medios a principios del
268 año 2018, pero una investigación reciente encontró que, casi dos años después, Postobón
269 sigue ejecutando su programa en diferentes comunidades de Colombia (33,34).

270 *“Cuando empieza a salir el escándalo, ellos ya empiezan a cambiar el discurso, como*
271 *te dije, y dicen que ellos nunca tienen interés comercial [en desarrollar estos*
272 *productos]. Y al final nunca salió al mercado y lo retiraron de los programas de las*
273 *escuelas”. [miembro del gobierno]*

274 Estas interacciones podrían ser perjudiciales para la salud pública, particularmente cuando los
275 programas tienen una marca fuerte o cuando la industria distribuye productos que podrían no
276 ser saludables. Por ejemplo, Colanta, Nestlé, Nutresa y Postobón utilizaron material de
277 marketing con sus marcas al organizar eventos en las escuelas y / o la comunidad [A58-9,
278 A185, A193, A216, A241]. Además, Colanta a través del “Programa Maná”, del gobierno del
279 Estado de Antioquia, distribuyó “una ración diaria de leche en polvo aromatizada, como
280 caramelo de complemento nutricional, que puede ser consumida directamente o diluida en
281 agua” a 140.000 niños [A60]. Nuestros participantes criticaron estos programas comunitarios:

282 *“[Las escuelas] están recibiendo fondos y están validando la llegada de la industria*
283 *en los entornos escolares, los cuales deberían estar protegidos de, justamente las*
284 *marcas, y deberían estar protegidos de la disponibilidad de esos productos (...) de*
285 *hecho es posicionamiento de marca lo que están haciendo”. [defensor de la salud*
286 *pública]*

287 *“Eso es super malo, porque entonces [los actores de la industria alimentaria] están*
288 *llegando a las poblaciones más vulnerables, tratando de ser de cierta forma como el*
289 *salvador. Y eso de hecho le da una potestad de tener a su favor a población*
290 *vulnerable que puede defender los intereses directamente a la industria. Y aún más*
291 *llegando con el Estado, [que] los valida con mayor fuerza”. [defensor de la salud*
292 *pública]*

293 Finalmente, estos programas podrían ayudar a la industria a obtener un acceso privilegiado a
294 los responsables políticos:

295 *“Lo que hacen con todos estos programas en varios territorios básicamente es crear*
296 *alianzas estratégicas con actores locales de la sociedad civil y tomadores de decisión*
297 *que finalmente va creando una base de respaldo para ellos”. [defensor de la salud*
298 *pública]*

299 Es fundamental señalar que Colombia es un caso único, en el sentido de que tiene una historia
300 que ha estado marcada por un conflicto armado (35). Además, muchos segmentos de su

301 población, incluidos los indígenas y los afrodescendientes, siguen marginados y carecen de
302 acceso a la infraestructura básica, la alimentación y la educación (36). Como tal, la
303 información publicada en el dominio público (Tabla 3) y compartida por los participantes
304 sugiere que la participación de la industria alimentaria en la comunidad a menudo se
305 considera una contribución a la paz, la alegría, el desarrollo social y la prosperidad del país
306 (esto también se describe en la sección “estrategias discursivas” a continuación). La industria
307 a veces llena un vacío donde el gobierno ha estado ausente.

308 *“Unos niños que antes no iban al colegio y ahora van al colegio, ¿que vas a decir?;*
309 *¿pues esto está mal? ¿Es mejor que no vayan al colegio? Pero entonces es un vacío*
310 *del Estado. El Estado esta out-sourcing a la industria privada una serie de servicios*
311 *que son responsabilidad de ellos entonces ahí es donde está el problema. (...)*
312 *Entonces usas a la industria para hacer como obras de caridad, ¿no?” [periodista]*

313 Sin embargo, esta posición fue criticada por algunos de nuestros participantes:

314 *“El gobierno no tiene dinero, simplemente porque el gobierno que fue infiltrado por*
315 *las empresas no le cobra a las empresas ni los impuestos, no le cobra tasas de*
316 *ganancia (...). El gobierno instituyó amplias zonas francas en el país, donde ellos*
317 *pueden importar su materia prima sin ningún costo de arancel. Por supuesto, el*
318 *Estado no tiene dinero (...). Pues porque toda la arquitectura del Estado fue*
319 *transformada en favor de los intereses de las empresas”. [defensor de la salud pública]*

320 **Fragmentación y desestabilización de la circunscripción**

321 Paradójicamente, la defensa de los derechos humanos a un nivel de vida adecuado, incluido el
322 derecho humano a la alimentación, y la promoción de la prevención y el control de las ENT, a
323 menudo exponen a las personas, en particular a las de la sociedad civil, a amenazas y peligros
324 en Colombia. Así lo describió un artículo del New York Times en 2017 (37), cuando la
325 dirección de la organización de consumidores EducarConsumidores recibió amenazas
326 directas, aunque en ese momento no se establecieron vínculos directos con la industria
327 alimentaria. Los actores de la salud pública en Colombia se sentían inseguros a diario. Incluso
328 a algunos les robaron el equipo, incluido material con información confidencial.

329 *“[Nos sentimos] inseguros (...) si, debemos, porque nos hemos dado cuenta que hay*
330 *muchas personas (...) que se hacen detrás de cada persona a ver que escriben en el*
331 *celular (...) cuando son las plenarias en los salones son grandes, nos hemos dado*
332 *cuenta que llevan fotografías con cámaras con un lente [tan pequeño] sin mentirte. Sin*
333 *exagerarte”. [defensor de la salud pública]*

334 **Gestión de la información: influir en la ciencia**

335 La industria alimentaria utilizó diferentes prácticas para intentar incidir en la producción y
336 difusión de información sobre salud pública nutricional en Colombia. Encontramos 99
337 ejemplos en esta categoría en nuestro análisis de documentos. Esta estrategia también se
338 discutió durante las entrevistas.

339 **Producción propia y ampliación de la investigación**

340 En Colombia, actores de la industria alimentaria realizaron directamente investigaciones y
341 difundieron información sobre nutrición. Nutresa tenía su propio centro de investigación
342 sobre enfermedades no transmisibles y sus vínculos con las dietas, llamado Vidarium (donde
343 “Vida” significa vida) [A226, A228]. Nestlé ejecutó su programa de nutrición en Colombia,
344 “Unidos por Niños Saludables” (ver Tabla 3), donde difundió información a niños, padres y
345 maestros [A201, A204-5]. La empresa colaboró con la Facultad de Enfermería y
346 Rehabilitación de la Universidad de La Sabana para la validación de este programa [A188].
347 Los resultados del estudio sirvieron para promover aún más el programa [A188]. La
348 Fundación Éxito entregó un Premio de Nutrición Infantil a “instituciones públicas y privadas
349 de diferentes sectores [que] actúan para mejorar la nutrición de los niños en sus primeros 1000
350 días de vida” [A112]. Además, la Fundación Éxito organizó un evento en mayo del año 2019
351 donde se reunió con “algunos de los medios más medulares del país hablando de la
352 importancia de la nutrición para el desarrollo del cerebro” [A100]. Coca-Cola organizó una
353 serie de charlas “dirigidas a entidades gubernamentales, en las que brindamos información
354 sobre el balance energético y la hidratación adecuada, contribuyendo a la promoción de
355 estilos de vida activos y saludables. Hasta la fecha, hemos beneficiado a más de 900
356 personas”. [A55].

357 La “Alianza por la Nutrición Infantil”, una iniciativa público privada (ver Tabla 3) lanzada en
358 el 2019 por la Fundación Éxito, organizada, en alianza con el Ministerio de Salud, ofreció
359 diferentes cursos a profesionales de la salud sobre alimentación y epidemiología de lactantes y
360 niños pequeños, donde dichos profesionales recibieron una certificación oficial del gobierno
361 [A96-7].

362 Un participante de las entrevistas explicó que la industria también suele pagar los viajes y las
363 tarifas de los estudiantes y académicos para asistir a estas conferencias [académicas]. Otro
364 participante explicó que asociaciones profesionales, como la Asociación Colombiana de
365 Dietistas y Nutricionistas (Asociación Colombiana de Dietistas y Nutricionistas, ACODIN),
366 invitan a representantes de la industria alimentaria en sus congresos:

367 *“La intervención magistral inaugural del del [congreso de ACODIN hace unos años]*
368 *fue de Jairo Romero [de la “Asociación Latinoamericana de Ciencia y Tecnología de*
369 *Alimentos”, ALACCTA]. (...) Obviamente el evento estaba full de stands de la*
370 *industria, ¿no?. (...) ACODIN, es la asociación de nutricionistas, está completamente*
371 *cooptada por la industria”. [defensor de la salud pública]*

372 **ILSI Nor-Andino**

373 El ILSI Nor-Andino es la rama local del International Life Science Institute, un grupo de
374 fachada de la industria que ha sido criticado por su influencia en la ciencia y la política en
375 numerosos países (38–40). Alpina, Coca-Cola, Kellogg, Mondelez, Nestlé, Pepsico, Postobón
376 y Unilever eran miembros de ILSI Nor-Andino en agosto de 2019 [A115]. En Colombia, un
377 artículo de un periódico describió las muchas formas en que ILSI influye en las políticas y la
378 investigación en el país (41). El ILSI colaboró con el Ministerio de Salud y académicos de
379 diferentes universidades, sin revelar necesariamente sus vínculos con la industria alimentaria
380 (41). Estas personas, a su vez, participaron en la formulación de políticas sin revelar estos
381 vínculos con ILSI y la industria (41).

382 Entre los miembros del directorio de ILSI se encuentran un profesor jubilado de la
383 Universidad Nacional de Colombia, un profesor de la Pontificia Universidad Javeriana y
384 empleados de Nestlé y Alpina, entre otros [A114].

385 En las entrevistas, los participantes discutieron un proyecto de investigación sobre dieta y
386 actividad física en América Latina, llamado "Estudio Latinoamericano de Nutrición y Salud"
387 (Estudio Latinoamericano de Nutrición y Salud, ELANS). ELANS está financiado por Coca-
388 Cola e ILSI, entre otros, y está liderado en Colombia por investigadores de la Pontificia
389 Universidad Javeriana (42).

390 El ILSI y algunos de los miembros de su industria apoyaron diferentes eventos científicos
391 para difundir información sobre nutrición en Colombia en 2019 [A120, A125]. El ILSI y
392 Unilever patrocinaron el congreso anual de ACODIN [A160]. Unilever y Kellogg's
393 patrocinaron algunas de las sesiones de ACODIN [A129, A161]. Asimismo, el ILSI, Danone
394 y McDonald's patrocinaron el congreso anual de la Asociación Colombiana de Nutrición
395 Clínica (Asociación Colombiana de Nutrición Clínica, ACNC) [A162]. Durante el congreso,
396 ILSI organizó una sesión sobre nutrición infantil [A162].

397 **La influencia en la ciencia se traduce en influencia política**

398 En las entrevistas, se sugirió que la influencia de la industria alimentaria en la ciencia en
399 Colombia también podría traducirse directamente en influencia en política pública.

400 *“Uno de los (...) profesor[es] de Los Andes (...) ha trabajado mucho el tema de*
401 *deporte pero con Coca-Cola (...) el ha saboteado varios [eventos públicos sobre*
402 *nutrición y salud] (...). Es uno de los detractores académicos más fuertes que hay en*
403 *Colombia. (...) Por ejemplo el nunca aparece en audiencias públicas, pero (...) es*
404 *muy amigo del Ministro actual, si aparece en debates académicos (...). Y para él su*
405 *conflicto de interés con Coca-Cola, no eso sí nunca lo menciona”. [defensor de la*
406 *salud pública]*

407 Los participantes de las entrevistas explicaron cómo la industria alimentaria trató de dar forma
408 a la evidencia en Colombia durante la discusión sobre un aumento en los impuestos a las
409 bebidas azucaradas entre los años 2016 y 2017:

410 *“Contrataron a dos personas para hacer dos estudios, dos personas muy nombradas*
411 *en el país. (...). Y cada uno hizo un estudio por separado (...) y llegaron a decir en*
412 *una exposición pública que si se ponía el impuesto a las bebidas azucaradas, las*
413 *madres de familia y los padres de familia como sustituto [de las bebidas azucaradas]*
414 *le iban a poner a los niños en la lonchera cerveza. (...) [Los estudios] nunca fueron*
415 *revisados por pares, nunca los vimos publicados en una revista indexada, nunca*
416 *dieron la publicación siquiera”. [Defensor de la salud pública]*

417 **Participación e influencia directa en la política pública**

418 La industria alimentaria es un actor destacado e influyente en las políticas de salud pública en
419 Colombia. Se identificaron 16 ejemplos de esta práctica durante la recopilación de datos de
420 documentos disponibles en el espacio público. Los participantes en las entrevistas también
421 describieron ejemplos en esta categoría.

422 **Lobby o cabildeo**

423 Varios de los participantes entrevistados describieron el lobby o cabildeo que ejerce la
424 industria alimentaria en el Congreso:

425 *“Logran cooptar a los nuevos parlamentarios que llegan (...) y lo que uno ve, es que*
426 *empiezan a visitarlo, empiezan a pedir citas (...). Entonces allí, la industria,*
427 *frecuentemente pedía citas para, pues hablar, manifestar sus intereses”. [político]*

428 *“Ellos ingresan al congreso y se meten a toda parte sin ninguna autorización legal;*
429 *entonces se meten en la organización del orden del día de las plenarias, ayudan a*
430 *romper el quórum de las plenarias, pasan proposiciones para que se las firme alguien*
431 *para bloquear, para archivar proyectos de ley, para cambiar el articulado de los*
432 *proyectos de ley. Ellos se meten en todo el proceso parlamentario de manera*
433 *irregular”. [político]*

434 Un entrevistado describió cómo diferentes actores de la industria alimentaria unen fuerzas y
435 construyen alianzas dentro de la industria para luego influir en las políticas en Colombia.

436 *“Una estrategia que utilizan es apalancarse en las agremiaciones (...). Entonces no*
437 *son voces solitarias de una industria diciendo algo, sino que son voces agremiadas”.*
438 *[factor de salud pública]*

439 El presidente de Colombia, entonces senador, presionó contra una propuesta para aumentar
440 los impuestos a las bebidas azucaradas hace unos años cuando era senador [A141]. En el año
441 2019 participó y pronunció el discurso final en la asamblea de la sección de ANDI Bogotá,
442 evento que dio a conocer en su sitio web oficial [A17]. Los participantes entrevistados
443 sugirieron que estas interacciones entre el presidente y la industria tienen una influencia
444 directa en la política del país:

445 *“Eso (...) se deduce de las posturas, por lo menos de este gobierno, de las posturas*
446 *que tuvieron varios de los funcionarios que están hoy en el gobierno, empezando por*
447 *el presidente Duque, que fue un defensor para que no se hiciera el impuesto a las*
448 *bebidas azucaradas. Pues sin duda que los lobistas del gobierno van a estar en*
449 *alianza con los lobistas de la industria”. [político]*

450 **Donaciones y otros incentivos**

451 En cuanto a la información sobre donaciones políticas es difícil de obtener datos disponibles
452 públicamente en Colombia, ya que se necesitaría buscar información para cada individuo del
453 gobierno para reconocer si ha recibido este tipo de donaciones, lo que posiblemente
454 demandaría un estudio separado. Un participante resumió la situación en Colombia de la
455 siguiente manera:

456 *“Hace muchos años (...) hablaba con un político y decía: "yo ya no quiero ser más*
457 *político porque para ser congresista tienes o qué venderte a un grupo armado que te*
458 *financie o a un grupo de empresarios. Entonces cada vez que vas a tomar una*
459 *decisión siempre te mandan a alguien que te toca el hombro y te dice: “recuerde que*
460 *X le mandó saludos, entonces usted y X quieren que esto no se vote, como sea que no*
461 *se vote”. [defensor de la salud pública]*

462 En un artículo de investigación se evidenció que la industria alimentaria realizó numerosas
463 donaciones durante las últimas elecciones presidenciales del año 2018 (7). El presidente de
464 Colombia, por ejemplo, declaró haber recibido el equivalente a US \$ 148.000 de la industria
465 de bebidas azucaradas durante su campaña electoral en 2018 (7).

466 Algunos entrevistados explicaron que la industria alimentaria también ofrece obsequios a los
467 políticos:

468 *“Y de la otra forma es que la industria siempre visita para llevar presentes (...) ellos*
469 *regalan objetos. Por ejemplo regalan lapiceros (...), llevan vinos, licores finos, dulces*
470 *bien presentados, chocolates bien presentados”. [político]*

471 *“Las personas que iban de la industria al Congreso hablaban con los congresistas y*
472 *les ofrecían: “¿su hijo quiere irse a estudiar a tal universidad?, listo senador o*
473 *representante, nosotros cubrimos los costos de estudios de su hijo al otro lado del*
474 *mundo, que usted necesita tal cosa”, “listo representante, senador, nosotros le damos*
475 *esto pero usted no puede votar a favor de esto”, “esto lo supimos por el grupo de*
476 *agenda”. [miembro del gobierno]*

477 **Actores en la toma de decisiones y la autorregulación**

478 Los actores de la industria alimentaria a menudo participaron directamente en la formulación
479 de políticas y otras reuniones de alto nivel en Colombia e internacionalmente. El ACTA, por
480 ejemplo, declaró trabajar con el Ministerio de Salud en la reducción del consumo de sal en la
481 población colombiana [A2]. En abril, Colanta participó en el lanzamiento de las “Alianzas
482 Competitivas para la Equidad”, que tiene como objetivo impulsar el desarrollo del país a
483 través de inversiones de corporaciones, en presencia del Presidente Duque y el embajador de
484 EE.UU. en Colombia [A66].

485 La autorregulación, que afecta indirectamente el proceso de toma de decisiones, al sugerir que
486 son posibles otras alternativas a la reglamentación obligatoria, también fue favorecida por la
487 industria y apoyada por el gobierno [A257, A273]. Las iniciativas impulsadas por la industria
488 alimentaria fueron: el suministro de información nutricional a los consumidores [A152-3]; lo
489 que llamaron "publicidad consciente"; marketing responsable [A155]; una estrategia de
490 reformulación [A12]; la promoción de estilos de vida saludables [A12]. En las entrevistas,
491 varios participantes se mostraron escépticos ante este enfoque:

492 *“El acuerdo de autorregulación (...) fue [adoptado] en el contexto de evitar un*
493 *impuesto de bebidas azucaradas y de evitar una serie de propuestas de regulación*
494 *estatal que en ese momento estaban a punto de hacerse”. [periodista]*

495 **Estrategias legales**

496 En el estudio no se encontró información relacionada con las estrategias legales de APC en el
497 análisis de documentos. Sin embargo, los participantes de las entrevistas describieron dos
498 casos en los que las campañas de salud pública dirigidas por organizaciones benéficas fueron
499 impugnadas en el tribunal.

500 El primer caso ocurrió en el año 2016, cuando EducarConsumidores realizó una campaña
501 televisiva sobre los efectos negativos para la salud asociados al consumo de bebidas
502 azucaradas (12). Un participante detalló:

503 *“EducarConsumidores, cuando se trató de colocar en la televisión colombiana un*
504 *comercial orientativo sobre los riesgos de la salud por el consumo de bebidas*
505 *azucaradas, inmediatamente el Grupo Postobón que pertenece a Ardila Lulle, envió*
506 *una comunicación a la Superintendencia de Industria y Comercio para que retirara el*
507 *comercial de la televisión. ” [defensor de la salud pública]*

508 Como consecuencia, EducarConsumidores tuvo que detener su campaña (12). Finalmente, la
509 Corte Constitucional de Colombia reconoció que EducarConsumidores tenía derecho a
510 compartir esta información ya que tenía importantes consecuencias para la salud de la
511 población (12). Un participante de las entrevistas explicó que la esposa de un juez de la Corte
512 Constitucional que estaba a cargo del caso fue contratada por Postobón durante ese período
513 [abogado de salud pública].

514 El segundo caso ocurrió en el 2018, cuando la organización benéfica Red Papaz, que aboga
515 por la protección de los derechos de la niñez y la adolescencia, intentó realizar una campaña
516 denominada “No comas más mentiras” (43). El objetivo de la campaña fue difundir
517 información sobre el consumo de productos comestibles ultra-procesados y sus riesgos para la
518 salud, en particular para niños y adolescentes (43). Red Papaz quiso ejecutar la campaña en
519 los principales canales de televisión del país, pero su solicitud fue rechazada por el Consorcio
520 de Canales Nacionales Privados (Consorcio de Canales Nacionales Privados), que incluye a
521 RCN (43). El caso fue llevado al Tribunal Constitucional en 2019 y finalmente ganó Red
522 Papaz (44).

523 Un participante explicó que los litigios contra este tipo de campañas eran una práctica bien
524 conocida:

525 *“El SLAP [Demanda estratégica contra la participación pública] es litigio estratégico*
526 *para disuadir o distorsionar el debate. Entonces las industrias a veces inician*
527 *estrategias de litigio, no necesariamente para ganarlas, porque saben que no la van a*
528 *ganar, sino para silenciar una voz o para atemorizar a la sociedad civil”. [defensor*
529 *de la salud pública]*

530 **Estrategias discursivas**

531 Se identificaron 138 ejemplos con el análisis de datos públicos, en los que la industria
532 alimentaria utilizó una amplia gama de argumentos como parte de sus estrategias discursivas
533 de la APC. Los participantes en las entrevistas también describieron estrategias discursivas.

534 **Papel de la industria en la economía**

535 En Colombia, la creación de empleo por parte de la industria alimentaria a menudo se
536 enmarcaba como una contribución no solo a la economía [A232], sino, lo que es más
537 importante, como un factor central para el desarrollo social. En ocasiones, esto se debatió
538 como parte de las iniciativas de responsabilidad social empresarial de los actores de la
539 industria alimentaria [A27]. La ANDI por ejemplo declaró: “La industria alimentaria en
540 Colombia es un motor de desarrollo económico y social: Gran generadora de empleo formal

541 (260.000 trabajadores); Más de 65.000 empresas; Gran exportador: más de USD900 millones
542 a 129 países. ¡Creamos bienestar económico y social!” [A25].

543 La industria alimentaria también utilizó el argumento económico para criticar las políticas
544 públicas propuestas que impactarían sus productos y actividades. Tras la supresión de un
545 subsidio a las bebidas azucaradas, Coca-Cola dijo que perdió ingresos y tuvo que eliminar 177
546 empleos, y como consecuencia de estas pérdidas de dinero, la empresa decidió dejar de
547 patrocinar a la selección colombiana de fútbol y declaró que la decisión tuvo “efectos
548 contraproducentes para la economía” [A44].

549 **Encuadre del debate en salud pública y nutrición**

550 En sus esfuerzos por enmarcar el debate sobre nutrición en salud pública en el país, los
551 actores de la industria alimentaria promovieron su papel central y sus esfuerzos en la
552 prevención y control de las ENT y otros temas relacionados con la dieta. Por ejemplo,
553 Alquería explicó que su distribución de productos a los bancos de alimentos fue crucial para
554 el país:

555 *“Somos conscientes de la importancia de nuestro papel en la cadena alimentaria y de*
556 *nuestro compromiso con la erradicación del hambre en Colombia” [A71].*

557 Otros actores presentaron argumentos similares:

558 *“Nestlé ha contribuido a mejorar la calidad de vida y asegurar un futuro más*
559 *saludable para los niños” [A186].*

560 Los actores de la industria alimentaria abogaron por la autorregulación, incluido el uso de un
561 sistema de etiquetado frontal de los alimentos, como se describió anteriormente, y por otras
562 iniciativas voluntarias, incluida la promoción de la educación sobre nutrición y actividad
563 física, en lugar de la introducción de nuevas políticas públicas [A29, A33-4, A196, A256,
564 A273].

565 Se identificaron dos iniciativas de la industria alimentaria: cada una tenía un sitio web
566 dedicado y una cuenta de Twitter. El primero fue “Decido lo que como” (“Yo decido lo que
567 como”) [A38, A47]. La iniciativa fue desarrollada por la Fundación Éxito, Nestlé y otros
568 actores de la industria alimentaria [A138] y las fuentes de información citadas fueron actores
569 de la industria [A203]. La segunda iniciativa fue “Bebidas de tu lado” donde la ANDI
570 promovió las cinco iniciativas de autorregulación adoptadas por los actores de la industria
571 alimentaria en Colombia, como se describió anteriormente [A12, A150]. En sus mensajes, en
572 estas plataformas y otros medios, los actores de la industria alimentaria promovieron
573 particularmente la responsabilidad personal y parental, las dietas equilibradas y la actividad
574 física [A47, A49, A52-3, A149, A156, A200, A254, A259-67, A274 y entrevistas].

575 En las entrevistas, un participante sugirió:

576 *“En un país como Colombia, que es víctima de un conflicto interno que no ha*
577 *terminado y ya tiene más de un siglo de duración, entonces este tema de la culpa*
578 *[personal] juega mucho, tiene mucho poder”. [defensor de la salud pública]*

579 **Discusión**

580 Los resultados del estudio revelan que la industria alimentaria es un actor destacado e
581 influyente en Colombia. En esta investigación se encontraron 275 ejemplos de prácticas de
582 APC para la industria alimentaria, utilizando los datos disponibles públicamente. Los
583 participantes describieron ejemplos adicionales, incluidos nuevos datos sobre las estrategias
584 legales, y proporcionaron un análisis crítico de estas acciones y argumentos de la industria
585 alimentaria.

586 Se encontró evidencia de que los actores de la industria alimentaria construyeron alianzas con
587 las comunidades, el gobierno (nacional y local) y los medios de comunicación. Las
588 interacciones entre la industria alimentaria y los actores del gobierno, la academia y los
589 medios de comunicación, entre otros, podrían significar que la industria obtenga credibilidad
590 por asociación (9). En un país afectado por un conflicto armado y donde algunos segmentos
591 de la población aún carecen de acceso a la infraestructura básica, la alimentación y la
592 educación, nuestros resultados muestran que la industria alimentaria a menudo se describe
593 como una contribución a la prosperidad del país, al menos en el corto plazo. Esto significa
594 que las inversiones y el empleo, que son posibles gracias a las corporaciones con el apoyo del
595 gobierno y quizás del público, pueden tener prioridad sobre los objetivos de salud pública.
596 Distintos actores de la nutrición en salud pública que abogan por el derecho humano a la
597 alimentación a menudo se sienten inseguros en sus posiciones al criticar los productos o
598 acciones de esa industria.

599 La industria trató de influir en la ciencia en temas de nutrición y relacionados con la dieta en
600 Colombia, a través de su producción interna y difusión de la ciencia y el uso de terceros como
601 ILSI, que a su vez tuvo un impacto directo en la política.

602 En Colombia, los actores de la industria participaron directamente en la formulación de
603 políticas públicas en el país. La industria también estaba promoviendo la autorregulación, que
604 es un enfoque estándar de la industria para evitar la regulación gubernamental que ha
605 demostrado ser ineficaz (45–47). Las organizaciones de la sociedad civil han monitoreado los
606 compromisos voluntarios asumidos por la industria alimentaria en el año 2016, que tenían
607 como objetivo limitar la venta de productos nocivos para la salud en las escuelas [A144].
608 Concluyeron que las empresas alimentarias no cumplieron sus objetivos iniciales (48). La
609 industria respondió con el lanzamiento de otra iniciativa de autorregulación en septiembre del
610 año 2019 en presencia del Ministro de Salud (49).

611 Se encontraron evidencias del uso de estrategias legales en Colombia en el análisis de
612 documentos y además en las entrevistas se describieron algunos ejemplos de litigio. Esto se
613 explica por el hecho de que solo se recopilaron documentos publicados en el año 2019,
614 mientras los entrevistados discutieron casos antiguos de los años 2016 y 2018.

615 La industria alimentaria en Colombia está utilizando estrategias discursivas, donde la
616 industria se presentó como un actor económico esencial en el país y enmarcó el debate sobre
617 las ENT y otros temas relacionados con la dieta.

618 Este fue el primer estudio de la APC de la industria alimentaria en América Latina. Los
619 resultados son consistentes con los hallazgos de otros estudios sobre APC de la industria
620 alimentaria a nivel mundial, donde todas las estrategias de APC son utilizadas por grandes
621 actores económicos para influir en las políticas, la investigación y la práctica (16,23,28,50).

622 Sin embargo, en Colombia, la proximidad entre la industria, el gobierno y los medios de
623 comunicación es particularmente evidente y permanece en gran parte incuestionable. La
624 influencia de las poblaciones vulnerables en las comunidades, incluso en áreas que carecen
625 del apoyo del gobierno, y las amenazas a las organizaciones de la sociedad civil también son
626 llamativas y preocupantes. Las prácticas de APC de la industria alimentaria podrían facilitar
627 la distribución de productos comestibles ultra-procesados, con el supuesto, por ejemplo, de
628 que dichos productos pueden ayudar a abordar el hambre, como fue el caso de las bebidas
629 fortificadas distribuidas en el extremo norte del país a un segmento vulnerable del país.
630 población. Estas iniciativas de alivio del hambre también se han utilizado en otras partes del
631 mundo (51). Por lo tanto, estas prácticas de APC pueden representar un riesgo para la salud de
632 la población y la de los niños en particular, ya que el consumo de productos comestibles ultra-
633 procesados se ha asociado con el desarrollo de ENT (52,53), pero también con la protección
634 de los derechos humanos fundamentales. a la salud y la alimentación adecuada, como lo
635 reconoce el Relator Especial de las Naciones Unidas sobre el derecho a la salud (54).

636 Este estudio también se basa en la creciente literatura sobre los determinantes comerciales de
637 la salud, que se centra en cómo las corporaciones comercializan y presionan por productos
638 nocivos para la salud (19, 55). Al aplicar un análisis de APC en Colombia, este estudio
639 identifica y expone las prácticas de las corporaciones, lo que podría ayudar a académicos,
640 defensores y funcionarios gubernamentales a contrarrestar la interferencia de la industria y
641 ayudar a preparar, promulgar e implementar políticas de salud pública basadas en evidencia
642 (56). Dado que los determinantes comerciales ven a la industria como el vector de la
643 enfermedad (55), la investigación futura debería explorar comparaciones entre industrias y
644 políticas para identificar patrones y tendencias en evolución en la actividad de la industria y la
645 interferencia de políticas.

646 Este estudio tiene algunas limitaciones. En las entrevistas, se pudo tener un mejor acceso a los
647 actores de la sociedad civil, en comparación con los actores de la industria alimentaria y el
648 gobierno, universidades y asociaciones profesionales. También información limitada
649 disponible para el público con respecto a las interacciones de estas personas con la industria
650 alimentaria. Esto puede deberse al hecho de que estas interacciones no son conocidas por el
651 público, sino que ocurren en espacios privados, como reuniones personales y a través de
652 correos electrónicos o llamadas telefónicas, y que estas personas no están necesariamente
653 dispuestas a discutir críticamente estas interacciones. Además, las búsquedas de información
654 disponible públicamente a los datos publicados en los últimos meses y a un número limitado
655 de actores de la industria alimentaria, debido a limitaciones de tiempo. Los estudios futuros
656 podrían cubrir un período de tiempo más largo e incluir actores adicionales.

657 Finalmente, existen soluciones para abordar y prevenir la influencia negativa de la industria
658 alimentaria en la política, la investigación y la práctica de salud pública en Colombia y, en el
659 exterior, como se detalla recientemente en una revisión de alcance (56). Además, se notó, la
660 existencia y disponibilidad, en línea, de un registro de cabilderos (lobistas) en el país, pero no
661 se ha actualizado desde el 2014. También existe una ley que prohíbe a los miembros de los
662 gobiernos trabajar en un sector que antes regulaban, pero Los participantes explicaron que la
663 ley no necesariamente se implementa (artículo 3 de la Ley 1474 de 2011). En Colombia, el
664 “Colectivo de Abogados José Alvear Restrepo” (CAJAR), lanzó un 'Pacto por la
665 transparencia en las políticas de salud pública y contra la injerencia en los derechos

666 [humanos]' (57). El Pacto propuso una serie de acciones que podrían ayudar a reducir la
667 interferencia de la industria alimentaria en el país [Archivo 6] (57). Además, la protección de
668 la salud pública, más allá de las políticas, de la influencia indebida de las corporaciones debe
669 abordarse en Colombia.

670 **Conclusiones**

671 En Colombia, la industria alimentaria ha penetrado en muchas instituciones e interactúa
672 estrechamente con personas en las políticas públicas, las comunidades, la investigación y los
673 medios de comunicación. Es fundamental que estos actores comprendan los riesgos asociados
674 con la APC y los determinantes comerciales de la salud, y que se desarrollen e implementen
675 soluciones para abordar la influencia de los intereses creados y motivados por las ganancias
676 de la industria alimentaria.

677 **Declaraciones**

678 **Aprobación ética y consentimiento para participar**

679 Este estudio, fue parte de un proyecto más amplio sobre la industria alimentaria en América
680 Latina, se llevó a cabo de acuerdo con los lineamientos establecidos en la Declaración de
681 Helsinki y todos los procedimientos que involucraron a los participantes del estudio de
682 investigación fueron aprobados por el comité de ética de la Escuela de Salud Pública,
683 Universidad de Sao Paulo, Brasil (número de proyecto 07944118.7.0000.5421).

684 Los participantes firmaron un formulario de consentimiento informado ético antes de
685 participar en el estudio.

686 **Consentimiento para la publicación**

687 Se obtuvo el consentimiento por escrito de los participantes para publicar los datos, en
688 condiciones de anonimato y confidencialidad.

689 **Disponibilidad de datos y materiales**

690 Todos los datos del dominio público recopilados durante este estudio están disponibles con
691 este manuscrito en el Archivo 4. Los datos de las entrevistas están disponibles del autor
692 correspondiente a solicitud razonable.

693 **Conflicto de intereses**

694 Los autores declaran que no tienen intereses en competencia.

695 **Fondos**

696 MM recibió una beca de la Fundación de Investigación de São Paulo (FAPESP), Brasil
697 (número de beca 2017 / 24744-0). MM obtuvo financiación inicial de la Facultad de Ciencias
698 de la Salud (FHS) de la Universidad Americana de Beirut (AUB) para MM, como parte de
699 una subvención financiada por el Centro Internacional de Investigaciones para el Desarrollo
700 (IDRC). Este financiamiento apoyó su trabajo de campo en Colombia y Chile en 2019. En
701 2018/2019, MM actuó como consultora de la Campaña para Niños Libres de Tabaco
702 (CFTFK), el Instituto Brasileño de Defensa del Consumidor - IDEC, la Fundación Heart and
703 Stroke de Barbados. Inc., la Coalición del Caribe Saludable - HCC y la Organización

704 Panamericana de la Salud - OPS / oficina regional de las Américas para la Organización
705 Mundial de la Salud (OMS). FBS recibió una beca del Consejo Nacional de Desarrollo
706 Científico y Tecnológico (CNPq), Brasil (número de subvención 309514 / 2018-5). Los
707 patrocinadores no participaron en el diseño del estudio, la recopilación y el análisis de datos,
708 la decisión de publicar o la preparación del manuscrito. Los autores son los únicos
709 responsables de las opiniones, hipótesis y conclusiones o recomendaciones expresadas en esta
710 publicación.

711 **Contribuciones de los autores**

712 MM dirigió el diseño del estudio, la recopilación de datos, el análisis y la redacción del
713 manuscrito. FBS contribuyó al diseño del estudio. DAGC, GC y EMPT contribuyeron al
714 diseño del estudio, la recopilación y el análisis de datos. EC contribuyó al análisis de datos.
715 Todos los autores contribuyeron a la redacción del manuscrito y leyeron y aprobaron el
716 manuscrito final.

717 **Agradecimientos**

718 Los autores desean agradecer a Cora-Lee Leblanc, de la Universidad de Moncton, Canadá,
719 por sus contribuciones en las primeras etapas de este estudio. Los autores también desean
720 agradecer a sus entrevistados su participación en este estudio.

721 **Material adicional**

722 • Archivo 1 clasificación CPA.docx: Marco conceptual para categorizar la actividad política
723 empresarial de la industria alimentaria

724 • Archivo 2 COREQ.docx: Lista de verificación de criterios consolidados para la presentación
725 de informes de investigación cualitativa (COREQ)

726 • Archivo 3 3 Sources.docx: Fuentes de información para identificar la política empresarial de
727 la industria alimentaria en Colombia

728 • Archivo 4 Data.docx: datos recopilados a partir de información disponible públicamente

729 • Archivo 5 Guide.docx: Guía de entrevista (español)

730 • Archivo 6 Conclusiones Acciones CPA.docx: Acciones propuestas en el “Pacto por la
731 transparencia en las políticas públicas de salud y contra la injerencia en los derechos
732 [humanos]”, adaptado del Colectivo de Abogados José Alvear Restrepo

733 • Archivo 7 Translation.docx: versión en español del artículo.

734 **Referencias**

735 1. World Health Organization. Global Strategy on Diet, Physical Activity and Health. Geneva:
736 World Health Organization; 2004.

737 2. Congreso de la Republica de Colombia - Cámara de Representantes. Control de la obesidad -
738 Proyecto de Ley 214 de 2018 [Internet]. [cited 2019 Oct 4]. Available from:
739 <http://www.camara.gov.co/control-de-la-obesidad-0>

- 740 3. El Congreso de Colombia. Derecho del Bienestar Familiar [LEY 1355 DE 2009 (octubre 14)
741 Diario Oficial No. 47.502 de 14 de octubre de 2009] [Internet]. 2009 [cited 2019 Nov 19].
742 Available from: https://www.icbf.gov.co/cargues/avance/docs/ley_1355_2009.htm
- 743 4. World Health Organization. Noncommunicable Diseases (NCD) Country Profiles - Colombia
744 [Internet]. 2018 [cited 2019 Sep 24]. Available from:
745 https://www.who.int/nmh/countries/2018/col_en.pdf?ua=1
- 746 5. Institute for Health Metrics and Evaluation (IHME). Institute for Health Metrics and Evaluation
747 - Colombia profile [Internet]. 2018 [cited 2020 Aug 19]. Available from:
748 <http://www.healthdata.org/colombia>
- 749 6. Minsalud. Encuesta Nacional de Situación Nutricional de Colombia – ENSIN 2015 [Internet].
750 2015 [cited 2019 Nov 22]. Available from: <http://www.ensin.gov.co/#>
- 751 7. Liga contra el Silencio. Donaciones dulces aceitan la política en Colombia . Liga contra el
752 Silencio. 2019 Aug 29;
- 753 8. Liga contra el Silencio. Así fue el lobby en el Congreso contra la Ley de Etiquetado. Liga contra
754 el Silencio. 2019 Jul 11;
- 755 9. Gómez L, Jacoby E, Ibarra L, Lucumí D, Hernandez A, Parra D, et al. Sponsorship of physical
756 activity programs by the sweetened beverages industry: public health or public relations? *Rev*
757 *Saude Publica*. 2011 Apr;45(2):423–427.
- 758 10. Cortés C, Peñarredonda JL. Numero 18: En el debate sobre la comida chatarra: derrota de la
759 sociedad civil a manos de la industria. Fundación Heinrich Böll Oficina Bogotá; 2019 May.
- 760 11. Sandoval Salazar MY, Orjuela R, Vivas D, Erazo A. Acciones de la industria ante medidas de
761 salud pública para disminuir consumos dañinos para la salud - Interferencia de la industria al
762 impuesto a las bebidas azucaradas. Asociación Colombiana de Educación al Consumidor
763 Educar Consumidores; 2017.
- 764 12. Vivas Mosquera DC. Crónica de una censura - y Sus Implicaciones Respecto de los Derechos a
765 la Salud, la Alimentación Adecuada y los Derechos de los Consumidores. Asociación
766 Colombiana de Educación al Consumidor Educar Consumidores; 2018 Jan.
- 767 13. Sandoval Salazar MY. Interferencia de la industria en las propuestas de implementación de
768 sellos frontales de advertencias 2017-2018. Asociación Colombiana de Educación al
769 Consumidor Educar Consumidores; 2019.
- 770 14. Congreso de la Republica de Colombia. Proyecto de Ley 019 de 2017 - Cámara de
771 Representantes. Jul 25, 2016.
- 772 15. Liga Contra el Silencio. El dulce y ultra-procesado círculo que rodea a Iván Duque*. Liga
773 Contra el Silencio. 2019 Sep 26;
- 774 16. Mialon M, Swinburn B, Sacks G. A proposed approach to systematically identify and monitor
775 the corporate political activity of the food industry with respect to public health using publicly
776 available information. *Obes Rev*. 2015 Jul;16(7):519–530.
- 777 17. Mialon M, Julia C, Hercberg S. The policy dystopia model adapted to the food industry: the
778 example of the Nutri-Score saga in France. *World Nutrition*. 2018;9(2):109–120.

- 779 18. Hillman AJ, Hitt MA. Corporate political strategy formulation: A model of approach,
780 participation, and strategy decisions. *The Academy of Management Review*. 1999
781 Oct;24(4):825.
- 782 19. Kickbusch I, Allen L, Franz C. The commercial determinants of health. *Lancet Glob Health*.
783 2016;4(12):e895–e896.
- 784 20. Millar JS. The corporate determinants of health: how big business affects our health, and the
785 need for government action! *Can J Public Health*. 2013 May 14;104(4):e327–9.
- 786 21. McKee M, Stuckler D. Revisiting the corporate and commercial determinants of health. *Am J*
787 *Public Health*. 2018 Jul 19;108(9):1167–1170.
- 788 22. UK Health Forum. Public health and the food and drinks industry: The governance and ethics of
789 interaction - Lessons from research, policy and practice [Internet]. 2018 [cited 2018 Sep 8].
790 Available from: <http://bit.ly/2mUqwNr>
- 791 23. Mialon M, Gomes F da S. Public health and the ultra-processed food and drink products
792 industry: corporate political activity of major transnationals in Latin America and the Caribbean.
793 *Public Health Nutr*. 2019 Mar 12;22(10):1898–1908.
- 794 24. Tong A, Sainsbury P, Craig J. Consolidated criteria for reporting qualitative research (COREQ):
795 a 32-item checklist for interviews and focus groups. *Int J Qual Health Care*. 2007
796 Dec;19(6):349–357.
- 797 25. Mialon M, Mialon J. Analysis of corporate political activity strategies of the food industry:
798 evidence from France. *Public Health Nutr*. 2018 Jul 12;1–15.
- 799 26. Mialon M, Mialon J. Corporate political activity of the dairy industry in France: an analysis of
800 publicly available information. *Public Health Nutr*. 2017 Sep;20(13):2432–2439.
- 801 27. Mialon M, Swinburn B, Allender S, Sacks G. Systematic examination of publicly-available
802 information reveals the diverse and extensive corporate political activity of the food industry in
803 Australia. *BMC Public Health*. 2016 Mar 22;16:283.
- 804 28. Mialon M, Swinburn B, Wate J, Tukana I, Sacks G. Analysis of the corporate political activity
805 of major food industry actors in Fiji. *Global Health*. 2016 May 10;12(1):18.
- 806 29. Jaichuen N, Phulkerd S, Certthkrikul N, Sacks G, Tangcharoensathien V. Corporate political
807 activity of major food companies in Thailand: an assessment and policy recommendations.
808 *Global Health*. 2018;14(115).
- 809 30. Tselengidis A, Östergren P-O. Lobbying against sugar taxation in the European Union:
810 Analysing the lobbying arguments and tactics of stakeholders in the food and drink industries.
811 *Scand J Public Health*. 2019 Jul;47(5):565–575.
- 812 31. The International Food and Beverages Alliance. The IFBA - Our members [Internet]. 2018.
813 Available from: <https://ifballiance.org/about#vic-widjet-27-container-anchor>
- 814 32. Mialon M, Gaitan Charry DA, Cediel G, Crosbie E, Scagliusi FB, Perez Tamayo EM. I had
815 never seen so many lobbyists’: food industry political practices during the development of a
816 new nutrition front-of-pack labelling system in Colombia. *Public Health Nutr*. 2020 Aug 21;1–
817 9.
- 818 33. La Liga contra el Silencio. Postobón hace pruebas de laboratorio con niños en La Guajira.
819 VICE. 2018 Feb 13;

- 820 34. Liga Contra el Silencio. El escándalo de Kufu sin responsables dos años después. Liga Contra el
821 Silencio. 2019 Dec 10;
- 822 35. Lawyers Without Borders Canada. The Peace Process in Colombia . Lawyers Without Borders
823 Canada; 2016.
- 824 36. Cediel G, Perez E, Gaitan D, Sarmiento O, Gonzalez L. Association of all forms of
825 malnutrition and socioeconomic status, educational level and ethnicity in Colombian children and
826 non-pregnant women. *Public Health Nutr*.
- 827 37. Jacobs A, Richtel M. She Took On Colombia's Soda Industry. Then She Was Silenced. *The*
828 *New York Times*. 2017;
- 829 38. Steele S, Ruskin G, Sarcevic L, McKee M, Stuckler D. Are industry-funded charities promoting
830 "advocacy-led studies" or "evidence-based science"? a case study of the International Life
831 Sciences Institute. *Global Health*. 2019 Jun 3;15(1):36.
- 832 39. Greenhalgh S. Soda industry influence on obesity science and policy in China. *J Public Health*
833 *Policy*. 2019 Mar;40(1):5–16.
- 834 40. World Health Organization. The Tobacco Industry and Scientific Groups ILSI: A Case Study.
835 2001;
- 836 41. Liga Contra el Silencio. Una multinacional de la ciencia en Colombia para los intereses de la
837 industria. Liga Contra el Silencio. 2019 Oct 31;
- 838 42. International Life Science Institute. ILSI / Estudio Latinoamericano de Nutrición y Salud
839 (ELANS) [Internet]. [cited 2019 Nov 7]. Available from: <https://ilsi.org/elans/>
- 840 43. Dejusticia. Dejusticia intervino ante la Corte Constitucional en defensa del derecho a recibir
841 información sobre ultraprocesados | Dejusticia [Internet]. 2019 [cited 2019 Nov 26]. Available
842 from: [https://www.dejusticia.org/dejusticia-intervino-ante-la-corte-constitucional-en-defensa-](https://www.dejusticia.org/dejusticia-intervino-ante-la-corte-constitucional-en-defensa-del-derecho-a-recibir-informacion-sobre-ultraprocesados/)
843 [del-derecho-a-recibir-informacion-sobre-ultraprocesados/](https://www.dejusticia.org/dejusticia-intervino-ante-la-corte-constitucional-en-defensa-del-derecho-a-recibir-informacion-sobre-ultraprocesados/)
- 844 44. Red Papaz ganó pulso a Caracol y RCN para emitir comercial contra ' ' comida chatarra. *El Pais*.
845 2019 Apr 9;
- 846 45. Kunkel DL, Castonguay JS, Filer CR. Evaluating Industry Self-Regulation of Food Marketing
847 to Children. *Am J Prev Med*. 2015 Aug;49(2):181–187.
- 848 46. Ronit K, Jensen JD. Obesity and industry self-regulation of food and beverage marketing: a
849 literature review. *Eur J Clin Nutr*. 2014 Jul;68(7):753–759.
- 850 47. Lacy-Nichols J, Scrinis G, Carey R. The politics of voluntary self-regulation: insights from the
851 development and promotion of the Australian Beverages Council's Commitment. *Public Health*
852 *Nutr*. 2019 Aug 9;1–12.
- 853 48. Liga Contra el Silencio. Empresas de bebidas azucaradas incumplen acuerdos de venta en
854 colegios. Liga Contra el Silencio. 2019 May 23;
- 855 49. ANDI. Icontec será el organismo verificador del cumplimiento de los compromisos de
856 autorregulación de la Industria de Bebidas en Colombia [Internet]. 2019 [cited 2019 Nov 20].
857 Available from: [http://www.andi.com.co/Home/Noticia/13473-icontec-sera-el-organismo-](http://www.andi.com.co/Home/Noticia/13473-icontec-sera-el-organismo-verificador-d)
858 [verificador-d](http://www.andi.com.co/Home/Noticia/13473-icontec-sera-el-organismo-verificador-d)

- 859 50. Jaichuen N, Phulkerd S, Certthkrikul N, Sacks G, Tangcharoensathien V. Corporate political
860 activity of major food companies in Thailand: an assessment and policy recommendations.
861 Global Health. 2018 Nov 22;14(1):115.
- 862 51. Mialon M, Crosbie E, Sacks G. Mapping of food industry strategies to influence public health
863 policy, research and practice in South Africa. Int J Public Health. 2020 Jul 29;
- 864 52. Monteiro CA, Cannon G, Moubarac J-C, Levy RB, Louzada MLC, Jaime PC. The UN Decade
865 of Nutrition, the NOVA food classification and the trouble with ultra-processing. Public Health
866 Nutr. 2018 Jan;21(1):5–17.
- 867 53. Fiolet T, Srour B, Sellem L, Kesse-Guyot E, Allès B, Méjean C, et al. Consumption of ultra-
868 processed foods and cancer risk: results from NutriNet-Santé prospective cohort. BMJ. 2018
869 Feb 14;360:k322.
- 870 54. Grover A. Report to the Human Rights Council (main focus: unhealthy foods and non-
871 communicable diseases). New York: United Nations; 2014.
- 872 55. Mialon M. An overview of the commercial determinants of health. Global Health. 2020 Aug
873 17;16(1):74.
- 874 56. Mialon M, Vandevijvere S, Carriedo-Lutzenkirchen A, Bero L, Gomes F, Petticrew M, et al.
875 Mechanisms for addressing and managing the influence of corporations on public health policy,
876 research and practice: a scoping review. BMJ Open. 2020 Jul 19;10(7):e034082.
- 877 57. El Colectivo de Abogados José Alvear Restrepo – CAJAR. Firma el pacto [Internet]. Dulce
878 Veneno. 2019 [cited 2019 Nov 4]. Available from: <http://eldulceveneno.org/firma-el-pacto/>
- 879

Additional file 7: Actions proposed in the “Pact for transparency in public health policies and against interference with [human] rights”, adapted from the Colectivo de Abogados José Alvear Restrepo (1)

Suggested actions
a) the regulation of lobbying related to public policies in human rights
b) the adoption of a protocol for the management of relationships between public officials and representatives of the tobacco, sugary drinks, or ultraprocessed food industries
c) the establishment of a public registry of private funding for academic research
d) the declaration of conflicts of interest for research and press releases funded by the industry
e) the rejection of economic arguments by the industry when those could refrain the government from adopting measures that seek to improve public health outcomes, promote healthy eating, promote healthy environment and basic sanitation, children's rights, and labor rights
f) an independent monitoring and evaluation of the corporate social responsibility initiatives developed by companies
g) the regulation of these initiatives when they relate to human rights
h) sanctions for the publication of fake news on health, food, environment, basic sanitation, the rights of children, and labor rights, whose purpose is to block, hinder, postpone, delay or hinder the adoption of public policies targeted at the general interest, at the safeguarding of human rights and at the improvement of public health outcomes.
i) the regulation by the constitution and international human rights treaties of political decision spaces related to public health, food, environment, basic sanitation, children's rights, and labor rights
j) a minimum period of abstention from the exercise of private activity that may involve a conflict of interest for those who previously worked in public offices, both in management and advisory work in government agencies.

1. El Colectivo de Abogados José Alvear Restrepo – CAJAR. Firma el pacto [Internet]. Dulce Veneno. 2019 [cited 2019 Nov 4]. Available from: <http://eldulceveneno.org/firma-el-pacto/>