

Impuesto a ultraprocesados: FEDEMOL está impulsando la campaña “Menos es Mas” para que la cadena de derivados del trigo pueda afrontar los desafíos regulatorios

- *La campaña "Menos es Más" le apuesta a disminuir los ingredientes determinados por el Ministerio de Salud como de interés en la salud pública y aumentar el uso de harina de trigo fortificada como ingrediente principal de los alimentos.*

Bogotá. Noviembre de 2023. En Colombia, existen importantes desafíos regulatorios para la categoría de alimentos derivados del trigo como los límites máximos de sodio, el etiquetado frontal de advertencia y el impuesto a productos comestibles ultraprocesados, que fue aprobado en la Reforma Tributaria y entró en vigor a partir del primero de noviembre de 2023. Aunque el pan no paga este impuesto, otros alimentos derivados del trigo, como los productos de pastelería, los productos de panificación y las galletas, sí se verán afectados.

Por eso, la Cámara Fedemol de la Andi está impulsando la campaña "Menos es Más", la cual le apuesta a acompañar y asesorar a los panaderos y productores de alimentos derivados del trigo para que utilicen menos ingredientes de interés en la salud pública, como grasa, azúcar y sal, e integren más ingredientes con alto valor nutricional, especialmente la harina de trigo fortificada.

De acuerdo con Pilar Ortiz, directora ejecutiva de Fedemol, “en Colombia se produce harina de trigo de muy buena calidad, fortificada con vitamina B1, B2, B3, hierro y ácido fólico, lo que la convierte en un ingrediente de alto valor nutricional y, por lo tanto, los alimentos que la usan como su principal ingrediente son una gran alternativa para garantizar la ingesta diaria de macro y micro nutrientes necesarios para que podamos desarrollar las actividades diarias”.

Por otro lado, se destaca que el impuesto hará que las familias colombianas enfrenten un aumento en los precios de estos productos, lo que afectará el costo total de los alimentos básicos que compran y que, adicionalmente, se afecten los ingresos de las más de 22.000 panaderías de barrio que existen actualmente en Colombia.

De acuerdo con el RUES (Registro Único Empresarial y Social) en 2022 esta cadena reportó un total de 22.573 panaderías y 21 empresas molineras de trigo y, de acuerdo con la GEIH (Gran Encuesta Integrada de Hogares) en 2022, la cadena generó el 45% del empleo del sector de producción de alimentos. Adicionalmente, su aporte al PIB manufacturero fue del 22,1%, según el DANE (Departamento Administrativo Nacional de Estadística). **Sin embargo, su aporte más importante, es contribuir positivamente a la seguridad alimentaria de los colombianos.**

Contacto de prensa Kreab Colombia:

Camila Vergara – cvergara@kreab.com – +57 312 3542624

Fernanda González - fgonzalez@kreab.com - +57 305 3142872