El viejo lío del nuevo presidente de la ANH por entrega de becas

Todo apunta a que, el lunes 9 de marzo, José Armando Zamora Reyes se posesionará de nuevo como presidente de la Agencia Nacional de Hidrocarburos (ANH), en reemplazo de Luis Miguel Morelli. Pero el nombramiento viene de la mano con un asunto pendiente: las indagaciones de la Contraloría acerca de los dineros de esa entidad que, al parecer, terminaron sirviendo para que funcionarios de la ANH, incluido el propio Zamora, cubrieran la educación de sus hijos. Por ello, Zamora ya fue absuelto en la Procuraduría; pero el tema sigue vivo.

El pasado 3 de marzo, la Contraloría envió una comunicación a Zamora Reyes: "Como es de su conocimiento, nuestro despacho adelanta el proceso de responsabilidad fiscal (...) cuyas presuntas irregularidades están relacionadas con la destinación de la denominada cláusula de transferencia de tecnología (...) para becas de estudios de los hijos de los funcionarios de la ANH, otorgadas durante el año 2011". Ese fue el último año que Zamora estuvo al frente de la entidad.

» José Armando Zamora fue designado, por segunda vez, presidente de la Agencia Nacional de Hidrocarburos.

Temadeldía

La acción popular de Red Papaz busca que se implemente el etiquetado frontal de los datos nutricionales en los alimentos procesados / Getty Images

Ante el Tribunal Administrativo de Cundinamarca

Las respuestas a la acción popular de Red Papaz

El colectivo de padres busca que la información nutricional sea más clara en los productos procesados. El Gobierno asegura que se garantizó la participación de los demandantes en la discusión y que ya adelanta planes para implementar el etiquetado frontal.

REDACCIÓN JUDICIAL

La acción popular admitida en enero de 2020 por el Tribunal Administrativo de Cundinamarca en la que Red Papaz —plataforma que reúne a padres y madres de toda Colombia— pide implementar el etiquetado frontal de advertencia en alimentos procesados que son altos en grasas, azúcares o sodio, ya fue respondida por las entidades y empresas demandadas en esa acción judicial. **El Espectador** conoció las respuestas del Departamento Administrativo de Presidencia (Dapre), el Ministerio de Salud, la Superintendencia de Industria y Comercio, el Invima, Alpina y Postobón sobre esta petición, en la que también se pide restringir la publicidad potencialmente engañosa de alimentos procesados dirigida a niños.

Uno de los puntos centrales de la demanda es que los consumidores no entienden las tablas nutricionales que aparecen en los productos, por lo que no sabe cuándo un alimento es alto en azúcar, grasas o sodio. Lo más crítico del asunto, dice la acción popular, es que el Ministerio de Salud es consciente de este "déficit" e incluso ha reconocido que es "indispensable" adoptar formas más comprensibles de plasmar el contenido nutricional. De hecho, en 2019, la entidad alcanzó a hacer estudios previos para implementar el etiquetado. La entidad encabezada por Fernando Ruiz Gómez le dijo al tribunal, entre otras cosas, que viene adelantando campañas para concientizar sobre el consumo de comida saludable y actividad física.

"El Ministerio ha identificado las problemáticas enunciadas en cuanto a la información nutricional de los alimentos, por tal razón se dio prioridad a adelantar el proceso regulatorio, dando claridad de que el mismo debe dar cumplimiento al decreto 1595 de 2015, el cual exige para la expedición de cualquier reglamento técnico la formulación y el desarrollo de análisis de impacto normativo (...), que tiene como resultado analizar el impacto de una posible intervención y definir si esa alternativa es la regulación. La evaluación de esas alternativas está sujeta a la que genere mayores beneficios para el país en un menor costo, comparado con otras alternativas, entre ellas la de no regular", también le dijo el Ministerio al tribunal.

El Dapre, por su parte, le pidió al Tribunal Administrativo de Cundinamarca que lo desvincule del proceso, ya que no es el organismo del Estado colombiano encargado de garantizar la alimentación sana de los colombianos. A su vez, negó que la suscripción del Pacto por el Crecimiento del Sector de Alimentos Procesados entre la vicepresidenta Marta Lucía Ramírez y los gigantes de los alimentos (en agosto de 2019) fuera un acto de negociación exclusiva con este sector y que se haya marginando por completo a la sociedad civil (Red Papaz) de participar en las discusiones sobre los temas relacionados con el etiquetado frontal.

"La sociedad civil ha estado enterada y ha participado para implementar acciones que permitan mejorar las problemáticas del sector, de modo que tratar de desinformar acerca de su participación y conocimiento de los asuntos que han mencionado no tienen ningún propósito (...) que el de desinformar y posar de excluidos en un asunto en el que han participado todas las personas involucradas", señaló el Dapre al tribunal. Por su parte, Red Papaz dice que el Ejecutivo prometió en ese pacto una serie de prebendas para crear empleo en este sector y aseguró que los proyectos de ley que buscaban implementar el etiquetado frontal para obligar a dichas empresas a dar información más clara son un cuello de botella para su crecimiento.

La acción popular que presentó Red Papaz en enero también pide que se restrinja la difusión de publicidad potencialmente engañosa de alimentos procesados dirigidos a niños, como los refrescos Fruper, de Alpina, y Hit, de Postobón, casos que fueron denunciados ante la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC) y el Invima, pero donde no fueron acogidas sus demandas. A raíz de la experiencia con estas entidades fue que este colectivo de padres le pidió al tribunal defender la prevalencia de los derechos de los niños, para que todas las autoridades tengan que darles celeridad a los procesos sancionatorios que los involucren y más en un país donde la obesidad es un problema de salud pública que afecta al 56 % de los adultos y está directamente relacionado con los hábitos de alimentación.

Alpina le contestó al magistrado Luis Manuel Lasso, de la Sección Primera del tribunal, que uno de los fundamentos de Red Papaz es la existencia de un vacío en la regulación, la cual no puede ser atribuible a Alpina y que tampoco puede ser suplida por la rama Judicial, sino por el Congreso. "De tal manera que por cumplir a cabalidad con la normatividad y su reglamentación en materia de etiquetado no puede, al mismo tiempo, acusársele de que engaña y, en consecuencia, viola algún derecho colectivo. La información que transmitió la compañía no fue engañosa, fue cierta, veraz y comprobable y su actividad en el mercado no viola los derechos de los menores", contestó Alpina a la demanda.

En cuanto a Postobón, la tradicional empresa colombiana se defendió sobre dos anuncios televisivos que se dejaron de transmitir "hace más de un año" en relación a los jugos Hit, que, según la acción popular de Red Papaz, son publicidad engañosa. Primero dijo que como estos ya fueron sa-