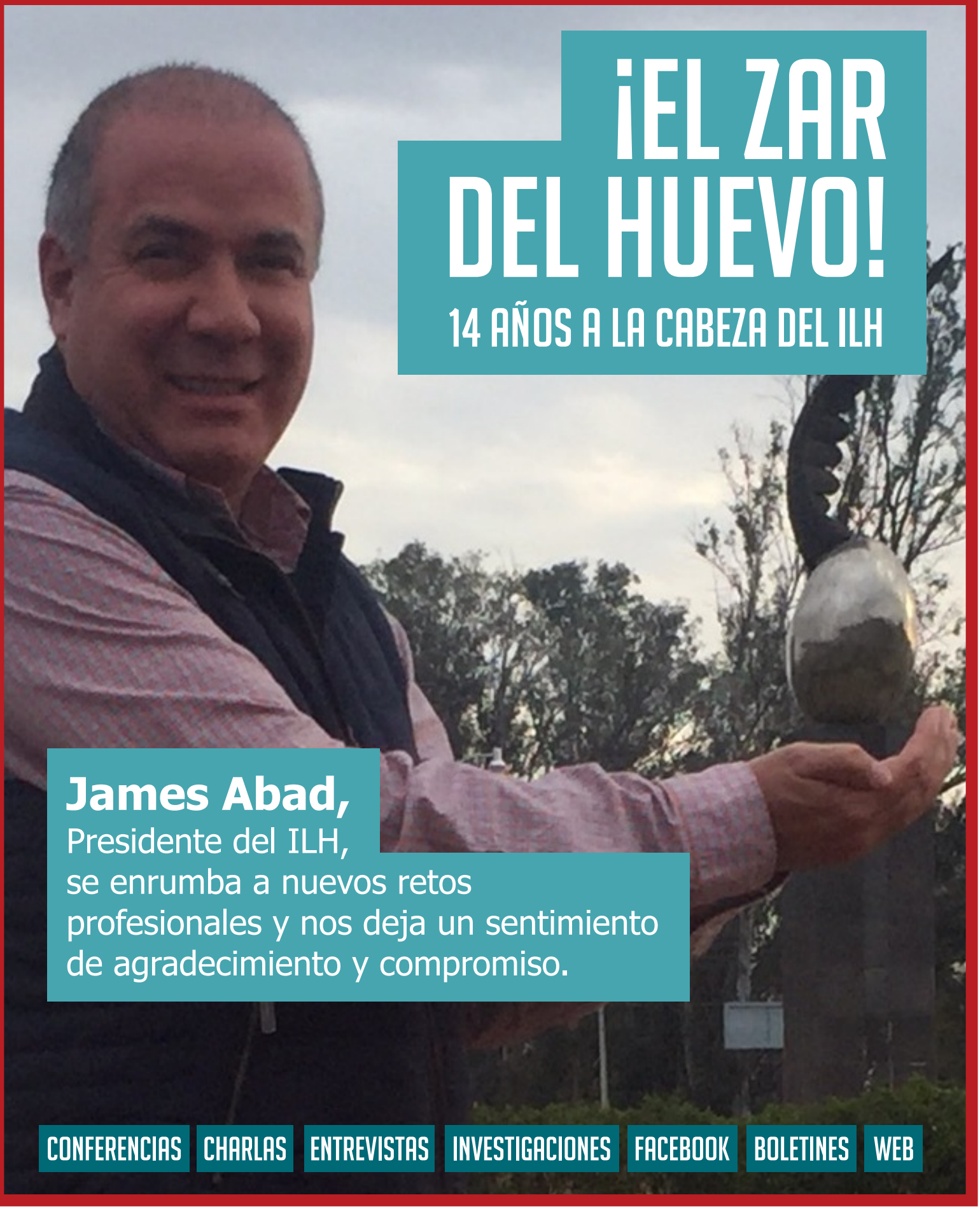
Informativo

ABRIL 2016 • BOLETÍN 18

ILH
Instituto Latinoamericano del Huevo



¡EL ZAR DEL HUEVO!

14 AÑOS A LA CABEZA DEL ILH

James Abad,
Presidente del ILH,
se enrumba a nuevos retos profesionales y nos deja un sentimiento de agradecimiento y compromiso.

CONFERENCIAS | CHARLAS | ENTREVISTAS | INVESTIGACIONES | FACEBOOK | BOLETINES | WEB

EDITORIAL

En sus 14 años a la cabeza del ILH, James Abad, o Jimmy, como lo conocemos los amigos, no solo trabajó de la mano con muchas gremiales de ALA para darle al huevo su lugar, motivó la celebración del Día Mundial del Huevo, que hoy es parte del calendario de celebraciones de todos los piases, impulsó el Concurso El Huevo de Oro y gestionó la organización de las VI versiones, así como de los IV seminarios de mercadeo del huevo y X seminarios de nutrición ILH. También participó en foros con gobiernos y entidades relacionadas a la salud y nutrición, ofreció mas de 90 conferencias internacionales y los medios de comunicación de todos los paises latinoamericanos publicaron sus conceptos. Además Jimmy incentivó el consumo de huevos en todo Latinoamérica, no solo a través de las actividades mencionadas, sino también porque nos contagió sus ganas de defender al huevo, "la maravilla de la nutrición", que se merece estar en la mesa de todos.

Dedicamos la 17 edición del boletín del ILH a su trayectoria y quisiéramos ofrecerles un resumen de sus principales mensajes a lo largo de estos 14 años. No sin antes expresar, de parte de todo el equipo del ILH, un agradecimiento muy especial por todo lo que nos ha enseñado durante los años que tuvimos el honor de trabajar a su lado.

Fernando Ikeda
Past - Presidente ILH

INDICE

LA COLINA	03
MARKETING	05
LA OBESIDAD EN AMÉRICA LATINA	10
COMER SALUDABLE ES UN LUJO	11
PRÓXIMOS EVENTOS	12

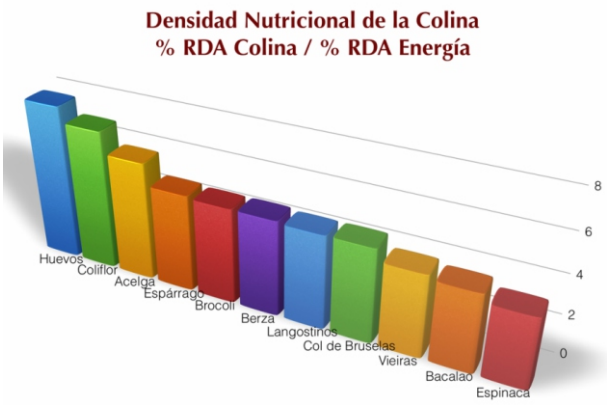
LA COLINA

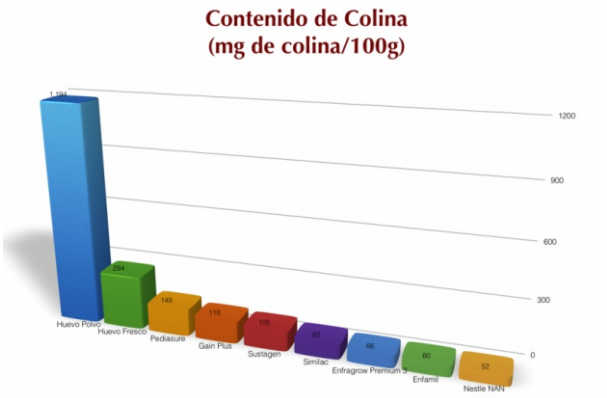
HOY EN DÍA SE HABLA MUCHO SOBRE COLINA, ESPECIALMENTE EN LA PUBLICIDAD DE LECHES Y OTROS PRODUCTOS LÁCTEOS PARA NIÑOS. LA PUBLICIDAD DA A ENTENDER QUE EL CONSUMO DE SUS PRODUCTOS HARÁ MÁS INTELIGENTES A LOS NIÑOS, QUÉ HAY DE CIERTO EN ESTOS OFRECIMIENTOS?

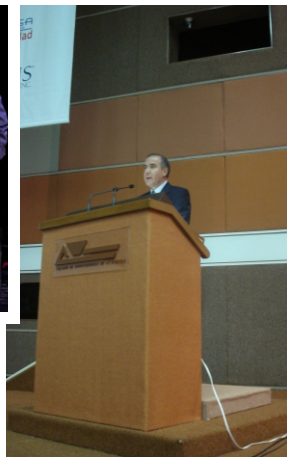
La colina es uno de los nutrientes más recientemente reconocidos como esenciales. Antes de 1998 se consideraba que el cuerpo producía cantidades suficientes, pero hoy se sabe que es necesario consumirla en la dieta diaria.

La colina cumple diversas funciones en el organismo, es importante para la actividad del sistema nervioso, la integridad de las membranas celulares y los procesos de metilación, que activan la producción de ADN, el intercambio de señales entre neuronas y las vías de detoxificación del hígado, entre otras. En concreto, se sabe que el consumo adecuado de colina es especialmente importante durante la gestació y para las personas que sufren de niveles elevados de homososteína en sangre, niveles elevados de colesterol en sangre, depresión, trastorno bipolar, pérdida de memoria, deterioro cognitivo y cálculos biliares. Se ha observado que el déficit de colina causa daño hepático, renal, pancreático y desórdenes de memoria en adultos.

¿Qué se sabe sobre la colina y el desarrollo intelectual de los niños? La evidencia de numerosos estudios realizados con animales de experimentación indica que el consumo adecuado de colina durante el embarazo tiene un impacto importante sobre el desarrollo cognitivo del niño. En los animales de experimentación la colina altera el desarrollo del hipocampo, el cual cumple un papel central en desarrollo de la memoria y la habilidad de aprender. Al igual que el folato (ácido fólico), la colina también es importante para la prevención de la espina bífida, una malformación fetal causada por inadecuado cierre del túbulo neural. Sin embargo, un estudio realizado hasta la fecha en humanos, no encontró ninguna asociación entre los niveles sanguíneos de colina en la madre y la inteligencia de sus hijos a los 5 años. Por lo tanto se requiere más investigaciones. Por otro lado, otro estudio realizado en humanos, encontró que un consumo elevado de colina durante la gestación se asocia con una mejora modesta de la memoria visual a los 7 años.







¡MUCHAS GRACIAS JIMMY!

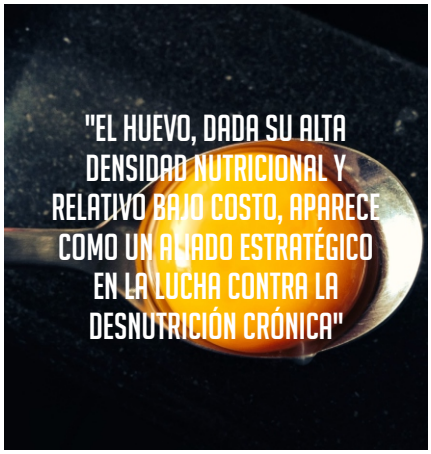
¡Tienes nuestra gratitud y agradecimiento!

MARKETING

HERRAMIENTA CLAVE PARA GENERAR VALOR Y MAYOR CONSUMO DE HUEVOS

EL HUEVO

ES EL MEJOR ALIMENTO DESPUÉS DE LA LECHE MATERNA



La población mundial está en constante crecimiento, actualmente somos más de 7000 mil millones de habitantes. Este crecimiento hace que cada vez sea más difícil satisfacer las necesidades nutricionales de esta gran cantidad de gente, lo que ocasiona que una parte importante de la población esté mal alimentada.

El problema de la mala alimentación abarca dos dimensiones fundamentales: La primera es la pobreza en la que vive gran parte de la población, y la segunda es la falta de promoción de educación alimentaria en contraste con la gran maquinaria publicitaria de diferentes productos de consumo masivo.

En Latinoamerica tenemos una población proyectada de 617.422.00 de habitantes. América Latina se caracteriza por ser una de las zonas más urbanizadas del mundo, donde el 82% de la población vive en contextos urbanos y por tener grandes áreas metropolitanas. De acuerdo a un informe del Banco Mundial, y como resultado del boom económico, y la creación de empleos, en la última década la clase media creció a niveles históricos, aproximadamente un 50%, llegando a totalizar un 30% de la población total de la región. Sin embargo, la desigualdad social y la pobreza siguen siendo los principales desafíos de toda la región: según informes de la CEPAL América Latina es la región más desigual del mundo. **En América Latina el 31 % de la población (170 millones) vivió bajo la línea de la pobreza durante 2011.** Si a esto le sumamos que hay inversiones publicitarias cuantiosas en productos que ofrecen poco o ningún valor nutricional, sin beneficios para la salud, y que por el contrario pueden afectarla, estamos ante una situación especialmente delicada que requiere el compromiso de todos los sectores para cambiarla.

Lo planteado nos lleva al segundo problema en cuestión: ¡la falta de campañas de educación alimentaria! Esta ausencia tiene como consecuencia que la

UNA PERSONA ELIGE COMPRAR PRODUCTOS DE BAJA DENSIDAD NUTRICIONAL EN LUGAR DE ALIMENTOS SALUDABLES

población no opte por los alimentos que serían beneficiosos para su salud, sino que en cambio consuma alimentos de bajo nivel nutricional. Dicha afirmación se puede ver plasmada en el contraste de los datos de la cantidad total de inversión en pro una alimentación saludable en los países latinoamericanos **-la cual es de US$ 200 millones-** contra la cifra de la inversión en campañas publicitarias de las principales compañías de chocolates y gaseosas, la cual **asciende a US$ 25 000 millones.** Esta enorme desigualdad ayuda a comprender por qué una persona elige comprar productos de baja densidad nutricional en lugar de alimentos saludables a pesar de que su valor nutricional es mucho más alto. Si a esto le sumamos que una parte importante de la población vive en pobreza y/o pobreza extrema, se podría entender, por más ilógico que parezca, por qué una persona que gana menos de US$ 2 diarios utiliza los escasos ingresos que obtiene en comprar productos que no le proveen ningún beneficio para su salud, sino que inclusive pueden tener efectos nocivos para su organismo, en vez de un alimento natural, que además de tener un bajo precio le proveería los nutrientes necesarios para un buen funcionamiento del cuerpo, previniendo la aparición de enfermedades crónicas no transmisibles.

Existe un consenso internacional para reducir la incidencia de desnutrición, especialmente en los niños menores de 5 años. Desnutrición es un término amplio, que abarca varias situaciones:

- Deficiencia de micronutrientes (vitaminas y minerales)
- Desnutrición aguda (bajo peso para la talla)
- Desnutrición crónica (baja talla para la edad)

Los países latinoamericanos se caracterizan por tener, en su mayoría, elevadas tasas de **desnutrición crónica en sus niños menores de 5 años,** así como de deficiencia de micronutrientes, especialmente de hierro. Esto se traduce en niños que no solo durante la infancia van a tener un menor rendimiento escolar, sino cuyo desarrollo intelectual va a estar limitado para el resto de sus vidas.

Es en este contexto que el **HUEVO,** dada su alta densidad nutricional y relativo bajo costo, aparece como la mejor opción para combatir la mala alimentación en la región y convertirse en un aliado estratégico en la lucha contra la desnutrición crónica, tanto en la prevención de la misma, como en la prevención de algunas de sus consecuencias.

El huevo es un alimento altamente proteico; además, sus proteínas son las de mejor calidad después de la leche materna, por tanto, son las que mejor se absorben. Asimismo, el huevo **contiene todos los minerales y vitaminas que el cuerpo necesita,** a excepción de la vitamina C, y aporta cantidades importantes de antioxidantes y colina, un nutriente muy importante para el desarrollo cerebral, que unido a las proteínas de alto valor biológico del huevo y a sus grasas principalmente monoinsaturadas, pueden contribuir a un mejor desarrollo intelectual y a la prevención de las enfermedades crónicas no transmisibles (ej.: diabetes, obesidad, síndrome metabólico, etc.) que aparecen en la edad adulta como consecuencia de la desnutrición crónica padecida en la infancia.

Otro punto a destacar, es que el huevo no es sólo un alimento nutritivo, sino que **está al alcance de toda la población por su bajo costo y ofrece la mejor relación costo-beneficio**, que ningún otro producto o alimento conocido puede igualar, por lo que su ecuación de valor es insuperable.

Sin embargo, a pesar de todas las ventajas que ofrece el huevo, aún es un alimento de bajo consumo en la región comparado con otros países. El consumo per cápita promedio al año en Latinoamerica es de 140, lo cual es 100 huevos menos que el estadounidense, y 200 huevos menos de lo que consumen los habitantes de México, Israel, Japón y China, países en donde puede llegar a 400 huevos por persona al año.

Otro punto relevante a analizar, son las campañas de marketing de los productos sustitutos directos:

Leche:
Los comerciales de leche ofrecen un aumento en el crecimiento (talla) si se consume tres vasos diariamente.

Un huevo provee la misma cantidad de proteínas que un vaso de leche.

Leches Enriquecidas:
Los comerciales de leches enriquecidas prometen niños más inteligentes a través de la adición de nutrientes como la colina y los ácidos grasos esenciales de la familia omega, 3 y 6 (EPA, DHA y ARA).

El huevo es fuente natural de los nutrientes que ofrecen ambos productos, e incluso los contiene en cantidades mayores y en una matriz que permite una mejor asimilación de los mismos.

Avena:
Los comerciales de avena ofrecen una elevada cantidad de fibra soluble para asociarlo con bajos niveles de colesterol.

El huevo es un cardiosaludable; no por su contenido de fibras, sino por la predominancia de las grasas monoinsaturadas, similares a las del aceite de oliva. El huevo además contiene una elevada cantidad de antioxidantes, los cuales lo convierten en un alimento favorable para la protección frente a la formación de placas ateromatosas y prevención el desarrollo de enfermedades cardiovasculares.

Cereales:
Los comerciales de cereales para el desayuno por lo general resaltan que están enriquecidos con todas las vitaminas y minerales que el cuerpo necesita para mantener la salud.

El huevo las contiene de forma natural, en cantidades óptimas y con una biodisponibilidad superior.

En síntesis, los beneficios que ofrecen el huevo son muy superiores a los que ofrecen sus competidores y sustitutos directos, lo cual lo convierte en la mejor opción para combatir los problemas de desnutrición de la región, producto de la mala alimentación, y en un elemento que debería estar siempre presente en la mesa de las familias latinoamericanas.

Los atributos nutricionales, ventajas frente a los sustitutos directos, y el bajo precio del huevo, podrían y deberían utilizarse en campañas de promoción de los mismos. La promoción del consumo de huevos debería ser vista como un punto central de todas nuestras agendas a nivel de gremios y de productores.

Tenemos que unirnos, levantar nuestras voces y hacer que toda Latinoamerica conozca la verdad sobre el HUEVO, destacar que es el mejor aliado para combatir la desnutrición y lograr que el huevo sea reconocido como "el mejor alimento después de la leche materna".

LOS HUEVOS TIENEN GRASAS MONOINSATURADAS EL MISMO QUE ENCUENTRAS EN EL ACEITE DE OLIVA

LA OBESIDAD EN AMERICA LATINA

LA OBESIDAD SE HA CONVERTIDO EN UN PROBLEMA DE SALUD PÚBLICA EN TODOS LOS PAÍSES DE AMÉRICA LATINA. LA OMS ESTIMA QUE PARA EL AÑO 2020, SEIS DE LOS PAÍSES CON MAYOR OBESIDAD EN EL MUNDO, ENTRE LA POBLACIÓN MAYOR DE 15 AÑOS, SERÁN LATINOAMERICANOS: VENEZUELA, GUATEMALA, URUGUAY, COSTA RICA, REPÚBLICA DOMINICANA Y MÉXICO.

La escalada de obesidad se ha convertido en un problema de Salud Pública en todos los países de América Latina. Se puede afirmar que la obesidad es la responsable de numerosas enfermedades crónico degenerativas, que comprometen la calidad de vida de las personas que la sufren. Según el Ruiz Luengo "Hoy alrededor del 64 por ciento de los adultos tiene sobrepeso y el 30,5 por ciento es obeso, lo que representa el doble de la tasa de obesidad de 20 años atrás y un tercio más alta que hace apenas 10 años".

Para el año 2020, las estimaciones de la OMS predicen a que seis de los países con mayor obesidad en el mundo, entre la población mayor de 15 años, serán latinoamericanos: Venezuela, Guatemala, Uruguay, Costa Rica, República Dominicana y México.

Según el Dr. Elmer Huerta, médico, Perú está solamente a ocho puntos del récord mundial de obesidad que tiene Estados Unidos y México, pues según el Ministerio de Salud (Minsa), el porcentaje de adultos obesos ya llega a 62.4%. Del mismo modo, precisó que el 14.4% de niños entre 5 a 9 años presenta obesidad, al igual que el 25% de los menores que van hasta los 12 años. "Esto quiere decir que uno de cada cuatro niños en edad escolar, ya presenta sobrepeso y obesidad en el Perú".

En ese sentido, Huerta manifestó que la aprobada Ley de la Promoción de la Alimentación Saludable para Niños, Niñas y Adolescentes, permitirá el inicio de un cambio en la norma social, tal como está ocurriendo con el tabaco. "Esta ley no prohíbe que los padres de familia compren y envíen a sus hijos una galleta o una gaseosa en sus loncheras; esto es para las escuelas, lo mismo ocurrirá el próximo año en Estados Unidos, donde se ha prohibido la comida chatarra en los colegios", añadió. Por otro lado, el reconocido médico aclaró que la citada ley no prohibe la publicidad de este tipo de alimentos, sino hará que la industria publicitaria se adapte a la norma. "La publicidad ya no podrá usar los engaños que solía usar. El decirle a los niños que van a ser como Superman si comen una galleta es lo que estará prohibido. Esta ley significa un reto para la industria de la publicidad", dijo el galeno.

Fuentes
Cirilo B. Aspectos epidemiológicos de la obesidad en América Latina: los desafíos a futuro.
RPP. Perú. Perú a 8 puntos del récord mundial de obesidad.

COMER SALUDABLE ES UN LUJO

EN LOS MERCADOS EMERGENTES, LOS PRECIOS DE LAS FRUTAS Y VERDURAS AUMENTARON HASTA 91% ENTRE 1990 Y 2012.

Según un nuevo estudio realizado por el UK Overseas Development Institute, es un lujo alimentarse de manera saludable en los mercados emergentes. Los investigadores indican que **el precio de las frutas y las verduras aumentó hasta en 91%,** superior a la inflación de precios al consumidor, en China, Brasil, Corea del Sur y México de 1990 a 2012, mientras que los precios de algunos alimentos procesados, como las comidas preparadas, cayeron una quinta parte en términos reales.

El alimento básico nacional en Corea es el Kimchi, preparado a base de col. Entre 1975 y 2013 el precio de la col subió 60% en este país. Por su parte en China, el precio de las verduras verdes en general, se duplicó. Como comparación, entre 1980 y 2012, en el Reino Unido el precio de un helado se redujo a la mitad, mientras que el precio de las verduras verdes frescas se triplicó. En resumen, en estos mercados se está siguiendo el ejemplo de alimentación poco saludable del Reino Unido y Estados Unidos.

¿Por qué pasa eso? El autor principal del estudio señaló que al encontrarse pre-lavadas y/o empacadas en los supermercados, las frutas y verduras ahora tienen un mayor "valor agregado", lo que aumenta el precio. Otro factor que aumenta su precio es que se encuentran disponibles todo el año, productos que antes se consideraban de temporada.

Para la mayoría de mercados emergentes, estas son malas noticia, ya que cada vez más de ellos luchan con el aumento de los niveles de sobrepeso y obesidad.

Según los autores del informe, un impuesto a la comida chatarra y las bebidas azucaradas, como el que hay en México, podría ayudar a solucionar el problema, ya que los mayores precios de la comida chatarra disuaden del consumo. Por otra parte la web Milenio menciona que el autor principal del estudio dijo al Financial Times que "es importante no pretender que todo lo que necesitas hacer para cambiar la dieta es cambiar el precio y todo lo demás se solucionará por sí mismo a través del mercado". El informe indica que los impuestos a la comida chatarra y bebidas azucaradas pueden contribuir a reducir los niveles de sobrepeso y obesidad especialmente si los ingresos que genera el impuesto se utilizan para subsidiar frutas y vegetales.

Elaborado por
Lic. Sandra Wages Young
Nutrición y Comunicaciones ILH
Fuente: Milenio

PAÍSES MIEMBROS DEL ALA

Argentina **(CAPIA)** // Bolivia **(ANA)** // Brasil **(UBABEF)** // Chile **(APA)** // **Colombia (FENAVI)** // Costa Rica **(CANAVI)** // Cuba **(SOCPA)** // **Ecuador (CONAVE)** // El Salvador **(AVES)** // Guatemala **(ANAPA)** // **Panamá (ANAVIP)** // Paraguay **(AVIPAR)** // **Perú (APA)** // Republica Dominicana **(ADA)** // Uruguay **(APASUR)** // Venezuela **(FENAVI)**

PAÍSES MIEMBROS DEL CPA

Antigua y Barbura // Barbados // Belice // Granada // Guyana // Jamaica // San Vicente y las Granadinas // Surinam // Trinidad y Tobago

COMITÉ EJECUTIVO DEL ILH

Past Presidente:
Fernando Ikeda
James Abad

Secretaria ALA:
Isidro Molfese

Coordinación:
Jannet Taira

Asesoría en Nutrición:
Sandra Wages

Argentina:
Romina Sayar

Paraguay:
Jade Ferreiro

Chile:
Patricio Kurte

Panama:
Anabel Hermanandez

PROXIMOS EVENTOS

ABRIL

JORNADAS PROFESIONALES DE AVICULTURA 2016
Hotel Silken Al-Andalus Palace, Sevilla, España
Fecha: 19/04/2016 hasta 22/04/2016

La veinteava edición de las Jornadas Profesionales de Avicultura se celebrará del 19 al 22 abril 2016 en Sevilla, un lugar emblemático por lo que respecta al sector avícola, dada la importancia que tiene Andalucía en el conjunto de España. Es especialmente importante su producción de carne de ave –es la segunda comunidad productora de carne de pollo de España y la primera productora de carne de pavo-

SETIEMBRE

FIGAP 2016
Expo Guadalajara, Guadalajara, Jalisco, México
Fecha: 19/09/2016 hasta 21/09/2016

FIGAP es la expo científica y tecnológica de la industria pecuaria de México.

QUINTA CUMBRE MEDITERRÁNEA DE AVICULTURA DE WPSA
Italia, España y Francia
Fecha: 20/09/2016 hasta 25/09/2016

La Quinta Cumbre Mediterránea de Avicultura WPSA, tendrá lugar en octubre y se realizará a bordo de un barco de crucero por el mar Mediterráneo (Italia, España y Francia).

MAYO

AVESUI 2016
Centrosul, Florianópolis, SC, Brasil
Fecha: 03/05/2016 hasta 06/05/2016

Avesui 2016 es la Feria de la Industria Latinoamericana de Aves y Porcinos.

LIVESTOCK FORUM
Fira de Barcelona Recinto de Gran Vía, Barcelona, España
Fecha: 10/05/2016 hasta 12/05/2016

Primera edición de un nuevo foro sobre el sector ganadero que se celebrará en Barcelona.

AVÍCOLA EN CONJUNTO CON PORCINOS 2016
Centro Costa Salguero, Buenos Aires, Argentina
Fecha: 10/05/2016 hasta 12/05/2016

Esta es la 9a Exposición y Conferencias de Avícola en conjunto con Porcinos. Al mismo tiempo se llevará a cabo el 11o Seminario Internacional de Ciencias Avícolas

CURSO INTERNACIONAL DE PRODUCCIÓN AVÍCOLA
Universidad Estatal de Carolina del Norte, Raleigh, NC, USA
Fecha: 16/05/2016 hasta 20/05/2016

Educación continuada para la industria avícola con énfasis en reproductoras, incubación, nutrición, alimentación y tecnología de plantas de alimentos, manejo de pollo y pavos, salud y bienestar aviar. Inscripciones en línea: febrero – abril, 2016. Pago: febrero 15 a abril 29, 2016.