

Informe de acción

Colaboración con el sector privado para mejorar la nutrición en Zambia: la iniciativa The Good Food Logo

© WPF/Andy Higgins

País:	Zambia	Temas:	Coordinación y desarrollo de capacidades	Subtemas:	Desarrollo de para mejorar la coordinación con los sectores y grupos
Fecha:	Enero de 2023				



Resumen



La iniciativa The Good Food Logo (GFL) se desarrolló en Zambia a partir del trabajo conjunto de las partes interesadas de los sectores público y privado para mejorar la nutrición en Zambia con el apoyo de la Red de empresas SUN y de la Comisión Nacional de Alimentación y Nutrición (NFNC) de Zambia. La iniciativa tiene como



objetivo el desarrollo de un proceso de certificación con un logotipo específico a fin de agrupar los planes del Gobierno para fomentar la nutrición y promocionar las empresas locales que brindan alimentos nutritivos.



Objetivos del informe de acción

Este informe de acción describe el trabajo realizado entre las empresas privadas y el Gobierno de Zambia para reducir la desnutrición en el país.



Período cubierto

Este resumen de acción cubre el período 2010-2022.



¿Qué se ha hecho?

En las dos últimas décadas, Zambia ha sufrido desnutrición unida a tasas crecientes de obesidad y enfermedades no transmisibles. Para hacer frente a esta triple carga de la malnutrición, la Red de empresas SUN y la Comisión Nacional de Alimentación y Nutrición reunieron a expertos técnicos, incluidos representantes de pequeñas y medianas empresas seleccionadas, para formular una serie de criterios que orientasen la selección de alimentos para el consumidor. Los alimentos que cumplen estos criterios llevan un distintivo: el logotipo Good Food Logo, que señala que son una opción más sana para los consumidores. El GFL, una iniciativa conjunta de la NFNC y la Oficina de Normalización de Zambia (ZABS), actúa como plataforma para que las empresas privadas contribuyan de forma constructiva a las prioridades nacionales en materia de nutrición mediante el aumento del acceso a alimentos nutritivos.

El GFL es un logotipo que figura en la parte frontal del envase de los productos que cumplen una serie de criterios nutricionales basados en las directrices dietéticas internacionales de la Organización Mundial de la Salud. Los cinco criterios principales para obtener la certificación son las grasas trans, la sal, el azúcar, la fibra dietética y los micronutrientes. La certificación no toma en consideración el enriquecimiento de los alimentos para no incluir únicamente alimentos procesados y así recomendar también productos saludables como la fruta local, las verduras y los productos cárnicos. El GFL se basa en un modelo internacional (el logotipo CHOICES) pero adaptado a la cesta de la compra local. Es complementario al logotipo de certificación de la Oficina de Normalización de Zambia.

Para desarrollar el GFL y lograr el consenso de un amplio abanico de partes interesadas, se llevó a cabo un proceso de diversas fases entre 2016 y 2020:

Desarrollo y validación de los criterios de nutrientes y organización administrativa para la aplicación del logotipo:

- Creación de un grupo de dirección técnica para identificar el modelo de logotipo, las categorías de productos y los criterios de nutrientes vinculados a los diferentes productos.
- Aprobación de los mecanismos y procesos administrativos del logotipo, incluida una visita de aprendizaje a Ghana (para analizar el logotipo local de Obaasima) y Tailandia.
- Firma de un memorando de entendimiento entre los socios clave correspondientes (NFNC, ZABS, Programa Mundial de Alimentos/Red de empresas SUN).



Desarrollo de logotipos y pruebas con consumidores:

- Consultas para determinar el significado de «nutritivo» para las personas y para evaluar los patrones de consumo de alimentos.
- Análisis de mercado acerca de lo que se considera atractivo visualmente entre los consumidores, así como un estudio detallado de los hábitos de consumo de los hogares.

Otras acciones clave:

- Recaudación de fondos, tanto a nivel nacional como internacional.
- Definición de formas conjuntas de trabajo con otras partes interesadas.
- Captación de empresas para solicitar el GFL.
- Lanzamiento del GFL.
- Colaboración con vendedores al por menor para implementar el GFL y promoverlo entre los consumidores.
- Apoyo y compromiso continuos.

Los factores clave de éxito que contribuyeron a la ampliación del GFL incluyen:

- Mayor nivel de compromiso y cooperación entre los sectores público y privado para apoyar el desarrollo y el lanzamiento del GFL.
- Voluntad y compromiso de las partes interesadas del Gobierno.
- Gran apoyo de voluntarios y expertos, lo que aportó credibilidad y permitió sacar adelante la iniciativa a pesar de contar únicamente con un pequeño grupo al frente.
- Análisis previos de investigación de mercado para comprender a los consumidores y sus gustos.



¿Qué podría hacer el país de manera diferente?

Algunas partes interesadas clave no pudieron participar en el comité de dirección técnica inicial que estableció los objetivos y criterios del GFL. Cuando estas partes interesadas participaron más adelante en el proceso, plantearon una serie de cuestiones que debían resolverse antes de poder continuar con las labores de trabajo, lo que retrasó el calendario de implementación.

La participación por parte de diversos organismos gubernamentales en el GFL fue un gran ejemplo de colaboración, pero poner las piezas en su sitio fue complicado y llevó mucho tiempo, y se hizo más complicado debido a la rotación dentro de los organismos. La Red de empresas SUN y NFNC se esforzaron constantemente por orientar al nuevo personal acerca del logotipo y las funciones y responsabilidades de cada organismo.



© WFP/Andy Higgins



Adaptación y utilidad

Para adaptar y reproducir la experiencia de Zambia será necesario centrarse en:

- **Determinar qué problema(s) nutricional(es) necesita(n) ser resuelto(s).**
- **Comprender qué opciones existen en materia de etiquetado de nutrientes y evaluar el potencial dentro del contexto normativo del país, incluida la preferencia por los sistemas de etiquetado obligatorios frente a los voluntarios.**
- **Revisar los posibles criterios de nutrientes y las directrices dietéticas basadas en los alimentos que podrían servir de base para los criterios nutricionales.**
- **Crear un comité técnico, dirigido por una agencia gubernamental, que se encargue de hacer avanzar en la operativa.**
- **Considerar la posibilidad de consultar a países vecinos con cestas de alimentos similares. A medida que se iban desarrollando los criterios nutricionales del GFL, el equipo estudió la posibilidad de una fácil adaptación en los países vecinos con cestas de alimentos similares, pero reconoció que esto podría haberse mejorado con más consultas directas con las contrapartes nacionales en esos países.**

El proceso de principio a fin puede ser largo; el tiempo transcurrido desde el inicio hasta el lanzamiento del GFL fue de más de cinco años. No obstante, el compromiso previo con distintas partes interesadas, tanto privadas como públicas, garantiza una mayor implicación desde el desarrollo hasta la finalización del proyecto.



© WFP/Andy Higgins



¿Cuál ha sido el papel del Movimiento SUN en esta intervención?

Zambia se unió al Movimiento SUN en diciembre de 2010, y la Red de empresas SUN en Zambia cuenta en la actualidad con 81 miembros. La Red de empresas SUN fue fundamental para apoyar al Gobierno de Zambia en la defensa de esta iniciativa.

La Red de empresas SUN es la rama del sector privado del Movimiento para el Fomento de la Nutrición (Movimiento SUN) y tiene como objetivo apoyar a

las empresas para ampliar el papel que desempeñan en la mejora de la nutrición y ayudar a los países del Movimiento SUN a desarrollar estrategias nacionales de participación empresarial. La Red de empresas SUN contribuyó a facilitar el desarrollo y la puesta en marcha del GFL, tanto mediante el liderazgo del equipo de la Red de empresas SUN como a través de la recaudación de fondos para todas las actividades de desarrollo y lanzamiento.



© WFP/Andy Higgins



Próximos pasos

- Se está trabajando para mantener los logros obtenidos con el GFL y compartir la experiencia de Zambia con otros países.




Más información

Estudio de caso 1 de la Red de empresas SUN: estudio de caso detallado del logotipo The Good Food Logo de Zambia

 <https://nutritionconnect.org/media/89>

Noticias del Programa Mundial de Alimentos

 <https://www.wfp.org/stories/good-food-logo-how-simple-graphic-aims-boost-nutrition-zambia>

Estas «Buenas prácticas» se han desarrollado en colaboración con la Red de empresas SUN. Si desea obtener más información acerca de la Red de empresas SUN, puede visitar su página web: <https://sunbusinessnetwork.org/>



Red de empresas
INVOLUCRAR • INSPIRAR • INVERTIR