



## Comunicado a la Opinión Pública sobre la publicación del estudio objetivo que compara el balance nutricional de menús infantiles ofertados en Colombia

- En Arcos Dorados, operador de McDonald's en Colombia, promovemos la transparencia y creemos que los consumidores bien informados toman mejores decisiones. Por eso apoyamos las iniciativas que los empoderan con información y fortalecen su poder de decisión en las ocasiones en que deciden comer fuera de casa, especialmente cuando se trata de las alternativas de menú para niños y niñas.
- Lamentamos la decisión editorial de la Revista de Nutrición y Metabolismo de retirar para consulta del público el artículo “*Evaluación nutricional del menú infantil ofrecido en servicios de comida rápida mediante análisis cuantitativo: un estudio de corte transversal*”, de autoría de las nutricionistas Judith Consuelo Pardo ND y Sonia Adriana Pardo Bermúdez ND. Tanto en el artículo académico como en las comunicaciones de Arcos Dorados donde fue citado como referencia, hubo total transparencia en que nuestra compañía proporcionó los recursos económicos para el análisis y las pruebas de laboratorio que fueron aplicadas.
- Respetamos la decisión de la Revista pero no la compartimos, pues priva a los consumidores de conocer información que, de otra manera, no estaría disponible para su consulta; ya que a excepción de McDonald's, las demás cadenas de restaurantes comparadas en este estudio no hacen pública la información nutricional de su comida.
- En respeto al criterio editorial de la revista hemos tomado las acciones necesarias para ser consecuentes con su decisión, pero rechazamos enfáticamente el argumento ético y de confidencialidad en el cual se basan una vez que:
  - 1) La iniciativa de Arcos Dorados de adelantar un estudio comparativo de menús infantiles en Colombia no sólo es legítima sino que está amparada en el marco legal colombiano.
  - 2) De acuerdo con las autoras el artículo cumplió con los requisitos de publicación de la revista, por lo cual fue admitido para publicación el 3 de febrero de 2021, luego de pasar por la revisión de un comité de pares independientes.
  - 3) Por solicitud de la revista las marcas fueron omitidas en artículo publicado en ese medio; sin embargo, Arcos Dorados puede usar con libertad información que ha obtenido de manera legítima y legal, ya que los resultados de este análisis no son de propiedad de la Asociación de Nutrición Clínica ni de la Revista de Nutrición y Metabolismo.
- Como muestra de transparencia y de confianza en nuestras actuaciones, ponemos los resultados de los laboratorios que sustentan esta evaluación nutricional a



**disposición de cualquier profesional de la salud o nutrición que tenga interés de hacer su propio análisis.** Al tratarse de un estudio científico es replicable y es susceptible de repetición, pues está basado en valores y criterios objetivos.

Los profesionales de la salud o la nutrición que deseen acceder a estos resultados de laboratorio pueden enviar su solicitud al siguiente correo electrónico: [comunicaciones.mcdonalds@co.mcd.com](mailto:comunicaciones.mcdonalds@co.mcd.com).

- Por ocho años **hemos evolucionado el menú infantil de McDonald's incorporando más fruta y vegetales, ofreciendo la opción de agua como bebida y reduciendo calorías, grasas, sodio y azúcar** en la Cajita Feliz. Igualmente **hemos retirado colorantes y aromatizantes artificiales** de los ingredientes de la Cajita Feliz y de los productos más icónicos de McDonald's. **Sólo usamos carne 100% de res, sin aditivos ni conservantes artificiales** y pechuga de pollo en los nuggets.
- Creemos que es posible ofrecer un mejor balance a las familias y estar a la altura de sus expectativas de calidad cuando deciden comer fuera de casa. Por nuestra experiencia sabemos que es posible operar con transparencia y responsabilidad los restaurantes de servicio rápido, en beneficio de los consumidores. **Ojalá ésta sea la oportunidad para permitir un diálogo constructivo sobre la evolución de la comida preparada en restaurantes de servicio rápido; dejando atrás etiquetas, prejuicios y desinformaciones que desincentivan a la industria a innovar para hacer ajustes y elevar sus estándares en beneficio de los consumidores.**