

¿Por qué importa el etiquetado frontal de alimentos?

A pocos días de comenzar a regir la obligatoriedad del etiquetado frontal de los alimentos envasados en Uruguay establecida en el Decreto Nº 272/018 aprobado en agosto de 2018, es importante tener presente a qué apuntan este tipo de medidas y por qué son relevantes.

La obesidad y el sobrepeso se han convertido en uno de los principales temas de preocupación y discusión a nivel sanitario en el mundo. Uruguay no ha estado ajeno al problema. De acuerdo a los datos de la Organización Mundial de la Salud, el 63% de los adultos uruguayos presentaban sobrepeso u obesidad en 2016 (1), evidenciando una de las mayores tasas de prevalencia en América Latina y uno de los crecimientos más acelerados de esta condición. La situación es también alarmante para niños y adolescentes, con una prevalencia de 12% en menores de 4 años (2) y de 27% en adolescentes de entre 13 y 15 años (3). El exceso de peso trae aparejados una diversidad de problemas y, en particular, aparece como uno de los principales factores de riesgo de las enfermedades no transmisibles, que representan la principal causa de muerte a nivel mundial y significan altos costos para los sistemas de salud.

La venta de alimentos y bebidas ultraprocesados aparece como un factor fuertemente vinculado con el aumento del peso corporal. En un informe de la Organización Panamericana de la Salud de 2015, se demuestra que las ventas de estos productos aumentaron un 27% entre 2000 y 2013 en 13 países de América Latina analizados, a la vez que cayeron un 10% en América del Norte. Uruguay es el país que presentó el crecimiento más rápido en el consumo de estos productos (146%), debiéndose la mayor parte al aumento de bebidas azucaradas (4).

En este contexto, implementar políticas que tengan por objetivo promover una alimentación saludable por parte de la población aparece como algo crítico. El etiquetado de alimentos es una política que tiene por objetivo mejorar la elección de alimentos de los consumidores mediante la provisión de información clara y que permite identificar más rápidamente alimentos con perfil nutricional desfavorable. Tal como muestra la literatura, dependiendo de la forma en que sea realizado este etiquetado, puede ser una medida más o menos eficiente para colaborar en el cambio de hábitos alimenticios. En particular, estudios para Uruguay realizados en un contexto experimental (5) muestran que las advertencias en la parte frontal del empaquetado con forma de octógonos negros son más efectivas que otro tipo de advertencias (colores tipo semáforos, estrellas, valores diarios). Este tipo de etiquetas fueron incorporadas en Chile en 2016, en el marco de un conjunto de medidas adoptadas para impulsar una mejora de la alimentación. Dos estudios recientes realizados para Chile, dan cuenta de reducciones significativas en el consumo de bebidas azucaradas (jugos y sodas) como consecuencia de esta política (6) (7).

La evidencia empírica ha mostrado que los individuos no siempre se comportan de forma racional, sino que tienden a ser falibles y cognitivamente sesgados en el proceso de toma de decisiones. Por ejemplo, tienden a tomar decisiones en base a hábitos, dan una mayor valoración a los beneficios presentes que a los futuros y son afectados por el marco en el que se le brindan las opciones, entre otros sesgos. Un reciente Premio Nobel, Richard Thaler, junto a Cass Sunstein incorporaron el concepto de políticas “nudge”, como pequeños empujones o estímulos que contribuyen a optimizar las decisiones de los individuos sin prohibir opciones ni cambiar significativamente los incentivos económicos (paternalismo libertario) (8). El

etiquetado de alimentos es un ejemplo de este tipo de políticas, no asociadas al precio, o a su alteración a través de impuestos.

Para Uruguay, en un trabajo de 2015, se analizó el efecto de las políticas antitabaco, en el consumo de cigarros de mujeres embarazadas entre 2007 y 2013. En dicho estudio se muestra que las políticas de tipo “nudge”, como ser las restricciones a la publicidad, al marketing y al diseño del empaquetado (requerimiento y tamaño de advertencias en el paquete), tuvieron un mayor impacto en el aumento de la cesación de fumar que las políticas de precios (aumento de impuestos) (9).

La evidencia citada anteriormente justifica la implementación de una política de etiquetado de alimentos, como la que entrará en vigencia en nuestro país en los próximos días.

Ana Balsa (Departamento de Economía-Universidad de Montevideo), Cecilia Noboa (Departamento de Economía-Facultad de Ciencias Sociales-UdelaR), Patricia Triunfo (Departamento de Economía-Facultad de Ciencias Sociales-UdelaR)

Referencias:

- (1) Fuente: <http://www.paho.org/data/index.php/en/indicators/visualization.html>
- (2) Encuesta de Nutrición, Desarrollo Infantil y Salud, 2018. Instituto Nacional de Estadística.
- (3) Encuesta Mundial de Salud Escolar, 2012. Ministerio de Salud Pública.
- (4) Pan American Health Organization. Ultra-processed food and drink products in Latin America: Trends, impact on obesity, policy implications. Washington, D.C.: PAHO/OMS (2015).
- (5) Ares, G., Aschemann-Witzel, J., Curutchet, M. R., Antúnez, L., Machín, L., Vidal, L., ... & Giménez, A. (2018). Nutritional warnings and product substitution or abandonment: Policy implications derived from a repeated purchase simulation. *Food Quality and Preference*, 65, 40-48.
Machín, L., Arrúa, A., Giménez, A., Curutchet, M. R., Martínez, J., & Ares, G. (2018). Can nutritional information modify purchase of ultra-processed products? Results from a simulated online shopping experiment. *Public Health Nutrition*, 21(1), 49-57.
- (6) Araya, S., Elberg, A., Noton, C., & Schwartz, D. (2018). Identifying food labeling effects on consumer behavior. *Available at SSRN 3195500*.
- (7) Taillie, L. S., Reyes, M., Colchero, M. A., Popkin, B., & Corvalán, C. (2020). An evaluation of Chile's Law of Food Labeling and Advertising on sugar-sweetened beverage purchases from 2015 to 2017: A before-and-after study. *PLoS Medicine*, 17(2), e1003015.
- (8) Thaler, RH and Sunstein, CR (2008). *Nudge: Improving decisions about health, wealth, and happiness*. Yale University Press.
- (9) Harris, J. E., Balsa, A. I., & Triunfo, P. (2015). Tobacco control campaign in Uruguay: impact on smoking cessation during pregnancy and birth weight. *Journal of Health Economics*, 42, 186-196.