

INTA (<http://inta.cl>) > A un año de la Ley de Etiquetado: Su aplicación y evidencia



## A un año de la Ley de Etiquetado: Su aplicación y evidencia

📅 Fecha de publicación **Miércoles 5 Julio - 2017** | Categoría **Noticias** (<https://inta.cl/categoria/noticias/>)

Imprimir

**Este 27 de junio, la Ley N° 20.606 de Composición Nutricional de los Alimentos y su Publicidad, cumple un año de su entrada en vigencia. Académicos del Instituto de Nutrición y Tecnología de los Alimentos de la Universidad de Chile han trabajado en la elaboración y evaluación de esta ley que tiene por objetivo asegurar ambientes alimentarios más saludables para todos los chilenos. Hoy se presentan resultados preliminares del primer año de evaluación y lo que se estudiará en los años venideros.**

Hace un año nuestro ambiente alimentario experimentó cambios importantes. Advertencias con un disco pare negro "Alto en" azúcares, sodio, grasas saturadas y/o calorías aparecieron en los productos poco saludables dispuestos en los estantes de los supermercados. También desaparecieron los personajes animados en los envases y la publicidad televisiva dirigida para niños de esos mismos productos; mientras que en colegios y jardines infantiles la venta de este tipo de alimentos se restringió. Éstas son las tres principales aristas de la Ley N° 20.606 de Composición Nutricional de los Alimentos y su Publicidad, que como país hemos tenido la oportunidad de vivir en estos meses.

Académicos del Instituto de Nutrición y Tecnología de los Alimentos (INTA) Dr. Fernando Monckeberg Barros de la Universidad de Chile asesoraron como ente científico experto a los legisladores y al Ministerio de Salud (MINSAL) en la elaboración del proyecto de ley, su ejecución y, hoy, su evaluación. Esta ley ha tenido un impacto evidente, a la vista de cualquier chileno. En el seminario de evaluación realizado por MINSAL a los 6 meses de implementación de la ley se mostró que, por un lado, la industria alimentaria se ha interesado en adecuarse a los requisitos legales, modificando

parte de sus productos para que no se categoricen como alimentos con exceso de algún nutriente crítico y, por otro lado, en la población ha habido un alto reconocimiento de los logotipos de advertencia y un potencial impacto en su decisión de compra. Sin embargo, estudios de seguimiento que abarquen diferentes aspectos del ambiente alimentarios y de las conductas de las personas son necesarios para evaluar el impacto que pueda tener la ley tanto a corto como a mediano plazo.

### Estudios actuales y proyecciones de la Ley de Etiquetado

Con el financiamiento del Consejo Nacional de Ciencias y Tecnologías (CONICYT), la Agencia para el Desarrollo de Canadá (IDRC) y la Fundación estadounidense Bloomberg Philanthropies, un grupo de académicos liderados por el INTA, junto a la Universidad Diego Portales, Universidad Central y la Universidad de Carolina del Norte en Estados Unidos, están realizando una evaluación integral de esta política pública. La evaluación consiste en estudiar los cambios durante los tres años posteriores a la implementación de la ley, en los siguientes 5 aspectos:

- Contenido nutricional de alimentos envasados:** Antes del inicio de la ley (años 2015 y 2016) se recolectó información del contenido nutricional de más de 12000 bebidas y alimentos envasados. Este análisis arrojó que en el primer año de implementación de la ley, de no haber reformulación, un 63% de los productos estudiados llevarían un logotipo de advertencia, mientras que este número subiría a 83% usando los límites más estrictos estipulados para el tercer año de aplicación de la ley.
- Estrategias de marketing en envases:** En los bebestibles envasados de la muestra estudiada se analizaron estrategias de marketing (personajes, regalos, mensajes de salud, etc.), encontrando que aquellos bebestibles que incluían personajes animados dirigidos a niños tenían mayor contenido de energía y azúcares totales que los bebestibles que no utilizaban esta estrategia de marketing.
- Estrategias de marketing en televisión:** Previo a la implementación de la ley se analizó una muestra representativa durante dos semanas de programación en los cuatro canales de televisión abierta y cable con mayor audiencia infantil. Los resultados indicaron que los niños veían principalmente avisos de snacks dulces y salados (22%) y que 2 de cada 3 comerciales de alimentos utilizaban estrategias de marketing dirigidas a niños.
- Compras de alimentos:** Se utilizará un panel de consumidores compuesto por 2000 familias de áreas urbanas de todo Chile (Kantar WorldPanel) para evaluar el impacto que pueda tener la ley en las conductas de compra de la población.
- Conocimiento y percepciones de alimentos:** Desde el año 2016 hasta el 2020, que finaliza la implementación de la ley, se realizarán entrevistas anuales a 700 adolescentes y 900 madres de preescolares del área Sur Oriente de Santiago. El objetivo es poder vincular los cambios en etiquetado, marketing, contenido nutricional con potenciales variaciones en: conocimiento y percepciones de los alimentos, conductas alimentarias y, en el largo plazo, dieta y estado nutricional de los participantes. Los resultados preliminares de la primera evaluación realizada a principios de este año (9 meses después de la implementación de la ley) muestran:
  - El 95% de las madres de preescolares y adolescentes encuestados están de acuerdo con que el Ministerio de Salud indique cuáles son los alimentos no saludables. En tanto, el 91% de las madres de preescolares y el 81% de los adolescentes asocian la presencia de logotipos en los alimentos con que sean poco saludables, especialmente si concentran mayor número de logotipos de advertencias.
  - Ante la pregunta de en qué se fijan en primer lugar para comprar un nuevo alimento o bebestible, el porcentaje de madres de preescolares que declaran que el aspecto más importante es la presencia de logotipos o de información nutricional aumentó de 28% el 2016 a 35% el 2017, mientras que disminuye en importancia la marca del producto (de 34% el 2016 a 30% el 2017) y se mantiene en tercer lugar, sin variaciones, el precio del alimento (de 23% el 2016 a 25% el 2017). En contraste, entre los adolescentes no hubo cambios en los aspectos considerados para comprar un alimento, siendo la presencia de logotipo o la información nutricional el tercer aspecto a considerar (11%), luego del precio y la marca (27%).
  - Cuando se consulta a las madres sobre cómo saben si un alimento es saludable, se observó que, después de la ley, el 26% lo sabe por la ausencia de logotipos, mientras que disminuyen otras fuentes de información del envase como son: el listado de ingredientes (de 22% el 2016 a 11% el 2017), la presencia de mensajes de salud (de 18% el 2016 a 13% el 2017) o la imagen del envase (de 4% el 2016 a 1% el 2017). Resultados similares se observan entre los adolescentes, de los cuales el 23% usa la ausencia de logotipo para definir si un alimento es saludable mientras que disminuye el uso de la marca (de 22% el 2016 a 17% el 2017), el listado de ingredientes (de 17% el 2016 a 10% el 2017), la tabla de composición nutricional (de 15% el 2016 a 12% el 2017), la presencia de mensaje de salud (de 14% el 2016 a 11% el 2017) o la imagen del envase (de 13% el 2016 a 8% el 2017).

En resumen, estos resultados preliminares indican que se está cumpliendo con uno de los objetivos planteados en la Ley de Etiquetado que es el de facilitar la entrega de información nutricional a los consumidores. Actualmente, están en análisis las modificaciones del contenido de los alimentos, cambios en estrategias de marketing y conductas de las personas que permitirán evaluar el impacto de la ley en estos objetivos y en último término, en la dieta y el estado nutricional de todos los chilenos.

Así mismo, académicos del INTA también están colaborando en el diseño y evaluación de acciones del Plan Contra la Obesidad Estudiantil de JUNAE (Contrapesos) lo que permitirá apoyar otro de los aspectos centrales planteados en la Ley de Etiquetado, específicamente en el Artículo 4, que es la incorporación de actividades didácticas y físicas en los jardines infantiles y escuelas que contribuyan a la educación de hábitos de alimentación saludable en etapas tempranas de la vida.

En su conjunto, estas evaluaciones serán relevantes no solo para guiar los esfuerzos a nivel local sino también para informar a muchos países de la región y del mundo que están iniciando acciones para asegurar ambientes alimentarios saludables a su población.

Miércoles 9 Mayo | 2018

**Laboratorio de Biotecnología se adjudica FONDEF para el proyecto de Fagoterapia contra Peste Negra de nogales**

Continuar leyendo

(<https://inta.cl/laboratorio-de-biotecnologia-se-adjudica-fondef-para-el-proyecto-de-fagoterapia-contra-peste-negra-de-nogales/>)

Miércoles 9 Mayo | 2018

**INTA en los medios Abril 2018**

Continuar leyendo

(<https://inta.cl/inta-en-los-medios-abril-2018/>)

Martes 8 Mayo | 2018

**Campus Sur inaugura su Año Académico 2018**

Continuar leyendo

(<https://inta.cl/campus-sur-inaugura-su-ano-academico-2018/>)

Martes 17 Abril | 2018

**Se realiza en INTA un encuentro de familias de pacientes con X Frágil**

Continuar leyendo

(<https://inta.cl/se-realiza-en-inta-un-encuentro-de-familias-de-pacientes-con-x-fragil/>)

## Categorías

Artículos (<https://inta.cl/categoria/articulos/>)

Destacada (<https://inta.cl/categoria/destacada/>)

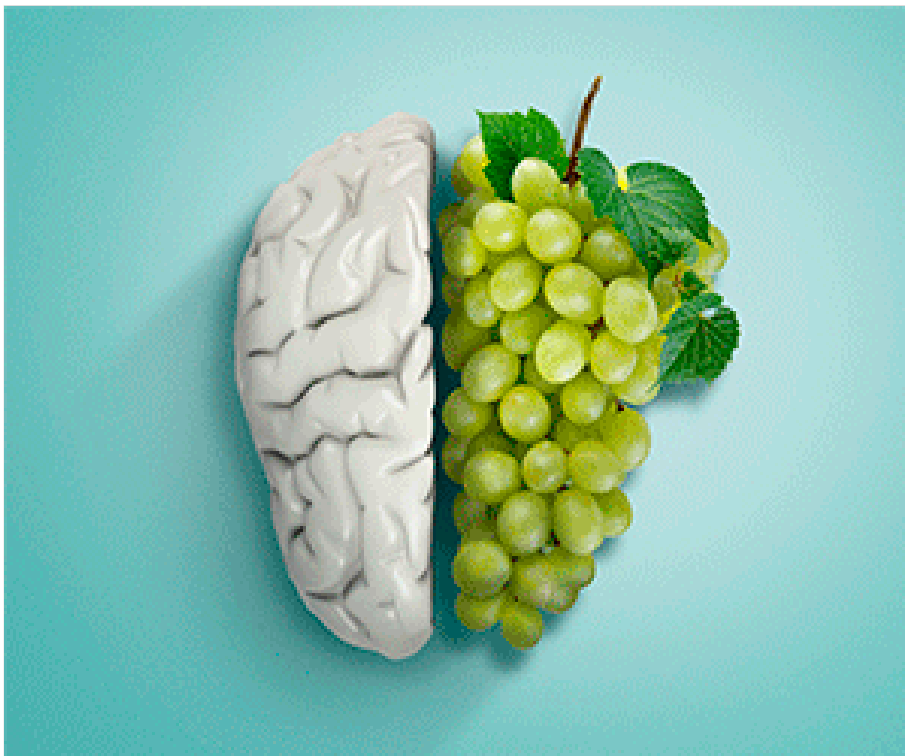
Material educativo (<https://inta.cl/categoria/material-educativo/>)

Noticias (<https://inta.cl/categoria/noticias/>)

Prensa y medios (<https://inta.cl/categoria/prensa-y-medios/>)

Publicaciones (<https://inta.cl/categoria/publicaciones/>)

Reunión Científica (<https://inta.cl/categoria/reunion-cientifica/>)



SHARES