



alianza por la salud alimentaria

ETIQUETADO FRONTAL DE ADVERTENCIA EN CHILE, SIN IMPACTO ECONÓMICO Y CON GRANDES RESULTADOS

- *Un estudio realizado por expertos de varias naciones, muestra que ni el empleo, ni los salarios han sido perjudicados en la industria alimentaria chilena*
- *El 90% de los consumidores chilenos entienden el etiquetado de advertencia y el principal motor para la compra saludable han sido los niños*
- *México irá a la vanguardia con la propuesta del nuevo etiquetado, al contar con sello de edulcorantes, grasas trans, entre otros.*

Diciembre 11, 2019.- De acuerdo a un estudio realizado en Chile a tres años de implementación de la Ley de Etiquetado de Advertencia en alimentos y bebidas, por expertos de La Facultad de Economía y Negocios de la Universidad de Chile, la Universidad de Carolina del Norte y el Instituto Nacional de Salud Pública (INSP), se encontró que ni el empleo, ni los salarios en la industria alimentaria de aquel país sufrieron un impacto negativo, ya que la misma industria vendió más sus productos sin etiquetado frontal y los que sí contaban con más sellos, fueron reformulados en mayoría.

Arantxa Colchero, del INSP, coautora del estudio, señaló que en México tampoco afectará el nuevo etiquetado al empleo y la economía, ya que la política incentiva el cambio, tanto en los individuos, como en la industria para que reduzcan los contenidos no deseables de nutrientes, como son el azúcar, sodio, grasa para producir y consumir alimentos más saludables.

Complementario al estudio económico, en la experiencia chilena también se realizó una evaluación sobre los cambios en los hábitos de consumo, donde participaron diversos investigadores como Marcela Reyes Jedlicki, Profesora investigadora del Instituto de Nutrición y Tecnología de los Alimentos de la Universidad de Chile. Los resultados muestran que la población chilena prefiere comprar productos con menos sellos o sin ellos, señalando que un motor de empuje de este cambio, han sido mayormente los niños, quienes influyen en sus padres y tutores a la hora de comprar productos.

En referencia a la reacción de la industria de alimentos y bebidas, en el caso chileno, ésta activó una fuerte oposición a través de campañas en contra del etiquetado de advertencia, utilizando figuras públicas. Estas campañas fueron enfrentadas y criticadas por la propia población, al grado que las figuras públicas retiraron su apoyo, disculpándose públicamente.

De acuerdo con el reporte presentado, entre los principales resultados se destaca:

1. Un elevado cumplimiento de la regulación, alcanzando un promedio de cumplimiento entre junio de 2016 y diciembre de 2017 de un 75% aproximadamente y de más del 80% durante el año 2018, en las 2.600 inspecciones aproximadas realizadas en ese año.



alianza por la salud alimentaria

2. La industria de alimentos chilena reportó en diciembre de 2016, una evaluación en más de 5 mil productos, identificando aproximadamente una reformulación de un 17,7%.

3. En las actitudes, percepciones y cambios de conducta reportada por la población nacional, se ha identificado una alta valoración y comprensión de la política. El 92,9% de las personas declaran entender la información que entregan los sellos. Un 48,1% compara la presencia de sellos a la hora de comprar y entre quienes comparan, un 79,1% indica que influyen sobre su compra

Adicional a estos resultados, se demuestra lo siguiente:

- Una disminución de un 14% de la compra de cereales para desayuno
- Un 25% menos en la compra de bebidas azucaradas;
- Un 17% menos en la compra de postres envasados.
- Una reducción promedio entre 46-62% de exposición de publicidad de alimentos en preescolares y adolescentes;
- Que el 90% de las madres de preescolares, entienden y valoran positivamente los sellos de advertencia.
- Una mejora de un 30% en la identificación de alimentos saludables por parte de las madres de los niños evaluados.
- Una reducción en promedio de 25% de azúcares en las categorías de alimentos estudiadas, y
- Una disminución en promedio entre un 5-10% de sodio en las categorías de alimentos estudiadas.

Alejandro Calvillo, Director de El Poder del Consumidor destacó que la propuesta del etiquetado frontal mexicana, retoma la chilena, pero la mejora al agregar advertencia en edulcorantes, señalando que no son recomendables para niños.

Por último, la doctora Colchero añadió que la lucha contra la obesidad es difícil y los resultados se verán a largo plazo, el etiquetado no lo es todo, pero es gran avance que necesitará reforzarse con medidas complementarias como incentivar el consumo de alimentos saludables y educación alimentaria.

Contacto prensa

Diana Turner cel. 55-8580-6525,
Rosa Elena Luna cel. 55-2271-5686,
Denise Rojas cel. 55-1298-9928
Majo Sendra cel. 55-3821-8589