



EL PODER DEL CONSUMIDOR

Con 56% de productos envasados reformulados, el etiquetado frontal de advertencia muestra que funciona

- *A solo un año de la implementación del etiquetado frontal de advertencia, la reformulación de productos ultraprocesados es el primer resultado positivo más evidente.*
- *La entrada de la NOM-051 prueba su efectividad para regular productos no saludables que solían ser atractivos para niñas y niños.*

Ciudad de México a 02 de diciembre 2021. La primera transformación importante que ha traído el etiquetado frontal de advertencia, a solo un año de su implementación, ha sido la reformulación de productos, dejando ver que el etiquetado está funcionando. De acuerdo con la información reportada por empresas como Nestlé, Coca-Cola, PepsiCo, Bimbo, Lala y Kellogg's para el 2020ⁱ, año en que entraba en vigor la NOM 051 que permitió la implementación del nuevo etiquetado, aproximadamente 56% de sus productos tendrían una reestructura y reformulación para ofrecer una menor cantidad de azúcares, sodio y grasas.

La reformulación es uno de los hitos más relevantes desde la implementación del etiquetado de advertencia, al considerar que las y los mexicanos somos los mayores consumidores en América Latina de productos ultraprocesados, con 214 kg per cápita al año, y ocupamos el 4to lugar a nivel mundial. Además, el 30% de las calorías que consume la población mexicana provienen principalmente de productos ultraprocesados y bebidas endulzadas.

También, un documento publicado por el Instituto Nacional de Salud Pública (INSP)ⁱⁱ, señala que Bimbo se encuentra dentro de las empresas que anunció una de las mayores reformulaciones al mejorar la calidad del 82% de su portafolio, reduciendo la cantidad de ingredientes dañinos que contienen sus productos. Otras de las empresas que anunció sumarse a esta reformulación fue Lala, con la modificación de un tercio de sus productos, quien redujo la cantidad de azúcares añadidos en las leches saborizadas. Además, tanto Nestlé, como Kellogg's incorporaron a su portafolio cereales de caja sin sellos de advertencia al cumplir con los límites del perfil nutrimental establecido en la NOM-051.

Los cambios en la formulación de ingredientes es la primera transformación positiva para el entorno alimentario y la salud de las y los consumidores mexicanos, pues tienen acceso a cada vez más productos libres de sellos y leyendas de advertencia.

PepsiCo en alimentos y bebidas anunció una reformulación en el 70% de sus productos, mientras que Coca-Cola sostiene que el 60% de su portafolio ha tenido mejoras y en el caso de Arca Continental el 40% de sus productos fueron reformulados.

Por otro lado, la restricción de personajes en productos con sellos o leyendas también ha sido exitosa. En el caso de las bebidas azucaradas dirigidas a niñas y niños, el 39% tenían personajes en marzo de 2020 y para julio del 2021 el porcentaje bajó a prácticamente 0%,ⁱⁱⁱ evidenciando la efectividad de las medidas contempladas por la NOM, y en beneficio de la salud las infancias,



EL PODER DEL CONSUMIDOR

pues los productos que actualmente pueden utilizar personajes en sus empaques tienen un mejor perfil nutrimental que los que no los usan.

De acuerdo con la encuesta nacional de etiquetado, que se levantó a finales de 2020, realizada por la Agencia de Investigación Social Estratégica Dinamia, el 74% de los encuestados respondieron que aprobaban el etiquetado frontal de advertencia, 72% reportó que éste es comprensible para los consumidores y el 72% también consideró que los sellos son útiles para tomar decisiones sobre los productos que consume, siendo el sello de azúcares el octágono más influyente en las decisiones de compra de acuerdo con los mexicanos encuestados.

Uno de los mayores impactos de la falta de información sobre lo que contienen los productos alimentarios, es que las personas tienen un mayor riesgo de estar ingiriendo ingredientes que pueden incrementar el riesgo de desarrollar obesidad, pues las enfermedades derivadas de ella son un gran peso para la salud y las finanzas públicas del país. En este sentido, es importante resaltar que de acuerdo con el Instituto Nacional de Salud Pública (INSP),^{iv} se espera que el etiquetado frontal tras 5 años de su implementación evite 1.3 millones de casos de obesidad en el país y ahorre 1.8 millones de dólares asociados al gasto público en obesidad.

A pesar de estos primeros resultados positivos, para contar con evidencia contundente sobre cómo ha impactado el etiquetado frontal de advertencia, deberá implementarse una evaluación de impacto robusta que contemple una metodología estadísticamente representativa y no únicamente con base en las tendencias de mercado o análisis de marcas, pues estos últimos no contemplan todas las variables necesarias como lo sugiere la [Respuesta Técnica del INSP sobre el impacto del etiquetado](#), la cual afirma que la evaluación de compra de los productos debe diferenciarse entre la compra de productos con sellos y sin sellos de advertencia, antes y después de la implementación del etiquetado. Además, se deben considerar factores atípicos como la pandemia de COVID-19, que también tuvo gran influencia en los patrones de consumo de la población. Así como implementación de nuevos productos (que no cuentan con antecedentes de ventas previo al periodo de la implementación del etiquetado de advertencia). Estos nuevos productos podrían sesgar los resultados.

Contacto prensa:

Rosa Elena Luna cel. 55-2271-5686;

Diana Turner cel. 55-8580-6525;

Denise Rojas cel. 55-1298-9928

ⁱ El Financiero. El nuevo etiquetado de advertencia obliga a reformular productos. <https://www.elfinanciero.com.mx/empresas/el-nuevo-etiquetado-de-advertencia-obliga-a-reformular-productos/>

ⁱⁱ INSP. Respuesta técnica del Instituto Nacional de Salud Pública (INSP) sobre el impacto del etiquetado frontal de advertencia relativo a la nota publicada en la revista Forbes el 8 de junio de 2021.

ⁱⁱⁱ Monitoreo de cumplimiento e incumplimiento del nuevo etiquetado: sellos de advertencia y personajes.

<https://elpoderdelconsumidor.org/2021/06/entrada-en-vigor-de-la-segunda-fase-del-etiquetado-revela-cumplimiento-e-incumplimiento-para-algunas-categorias-de-alimentos-y-bebidas/>

^{iv} Basto-Abreu A, Torres-Alvarez R, Reyes-Sánchez F, González-Morales R, Canto-Osorio F, Colchero MA, Barquera S, Rivera JA, Barrientos-Gutierrez T. Predicting obesity reduction after implementing warning labels in Mexico: A modeling study. PLoS Med. 2020 Jul 28;17(7):e1003221. doi: 10.1371/journal.pmed.1003221.