

Temas Selectos

Estrategia del Nuevo Etiquetado de Alimentos Pre envasados en México, Ventajas y Desventajas en el Corto Plazo

Hinojosa-Rodríguez Mauricio R.

Centro Estatal de Vigilancia Epidemiológica y Control de Enfermedades.

Antecedente

En los últimos 30 años, el sobrepeso y la obesidad se han convertido en una epidemia que afecta a uno de cada tres adolescentes y niños,¹ y a siete de cada diez adultos en nuestro país; combatir y prevenir este fenómeno es un reto urgente en materia de salud pública porque la obesidad impacta negativamente la calidad de vida de quienes la padecen y, además, representa una carga muy significativa para el sector salud. Innumerables estudios han probado su vínculo directo con enfermedades crónicas como la diabetes, la hipertensión y otros padecimientos cardiovasculares, que hoy representan algunas de las principales causas de morbilidad y mortalidad de los mexicanos.

Existen diversos factores que detonan esta problemática, desde la falta de buenos hábitos alimenticios, poca o nula activación física y hasta factores genéticos u orgánicos. Sin embargo, la prevalencia de alimentos ultra procesados y con altos niveles energéticos han agudizado esta situación.

Ahora los niños sufren de enfermedades que antes solamente eran diagnosticadas en la edad adulta, como problemas respiratorios, alteraciones del sueño e insuficiencia renal. También el problema está vinculado con el estigma de las enfermedades mentales, donde más del 50 por ciento de las personas con obesidad padecen depresión. Por lo anterior, se requiere estudiar la amplia gama de determinantes sanitarios y sociales que propician esta epidemia de sobrepeso y obesidad.

En julio de 2019 se presentó en la Cámara de Diputados la iniciativa para modificar la Ley General de Salud en materia de etiquetado, que fue aprobada posteriormente por el Senado de la República, y publicada en el Diario Oficial de la Federación en noviembre del mismo año.

Esta modificación estableció que, en México, el etiquetado de los alimentos pre envasados tiene que ser un etiquetado frontal de advertencia que informe de forma veraz, clara, rápida y simple sobre el contenido de los nutrimentos críticos y demás ingredientes que determine la autoridad sanitaria.³

Mientras en el poder legislativo se discutía y se votaba la modificación a la ley, de manera paralela inició el proceso para modificar la NOM-051-SCFI/SSA1-2010, Especificaciones generales de etiquetado para alimentos y bebidas no alcohólicas preenvasados- Información comercial y sanitaria, sobre etiquetado en alimentos y bebidas, donde estarían definidos los lineamientos para la aplicación de tales modificaciones.

Para este proceso se formaron las mesas de trabajo coordinadas

por la Secretaría de Economía y la Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios (COFEPRIS), donde participaron los institutos de salud, organismos internacionales, centros de enseñanza superior, colegios de profesionales, sociedad civil y el sector industrial.

El proceso concluyó con la publicación de la Norma Oficial Mexicana NOM-051-SCFI/SSA1-2010 (NOM-051) sobre el etiquetado de alimentos y bebidas no alcohólicas pre envasados, el 27 de marzo del 2020, misma que entró en vigor el 1 de octubre de ese año.

Contenido

De acuerdo con los resultados de la Encuesta Nacional de Salud y Nutrición 2020 sobre COVID-19, el gasto en alimentos de alta densidad energética como azúcares, dulces, botanas y grasas aumentó; y disminuyó el gasto en alimentos preparados y consumidos fuera de casa.

La principal razón para salir del hogar durante la pandemia fue la compra de alimentos y la mitad de la población tuvo la necesidad de salir de forma diaria al trabajo. Durante la pandemia por COVID-19, la seguridad alimentaria disminuyó en 3.9 puntos porcentuales; con relación al 2018-19, 1.1 millones de hogares en México dejaron de tener seguridad alimentaria. La inseguridad alimentaria fue mayor en zonas rurales que en urbanas (28.1 vs 18.8%), mientras que el sobrepeso y la obesidad en escolares y adolescentes mostró una tendencia al incremento, principalmente en hombres.

En cuanto al consumo de alimentos, se observó que en todos los grupos de edad el consumo de bebidas endulzadas es parte del consumo cotidiano (>85%). Tan solo una tercera parte de la población menor de 19 años consume verduras diariamente, y entre el 42 y 60% consumen frutas.

Respecto al sobrepeso y la obesidad, la prevalencia nacional sobrepasa el 74% y aumentó en hombres y mujeres más de 2 puntos porcentuales respecto a 2012. Entre las personas adultas derechohabientes del Instituto de Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores del Estado (ISSSTE) la prevalencia de obesidad es del 80.2% y en adscritos al IMSS es del 75.5%, ambas prevalencias están por encima de la observada en población no adscrita a otros tipos de seguridad social. La mayor prevalencia de obesidad se observó en la región del pacífico (43.9%), de la frontera (39.3%) y de la península (41.5%).

Como respuesta al elevado número de casos de sobrepeso y





obesidad en México, la Secretaría de Salud (SSa) del Gobierno federal declaró emergencia epidemiológica, a fin de intensificar las acciones de prevención, diagnóstico oportuno y control de estas enfermedades. Pero se requiere blindar los esfuerzos nacionales para la prevención y control del sobrepeso y obesidad, incluyendo medidas fiscales, abarcando medidas fiscales, además del control de la publicidad de comida chatarra y reducción de su consumo, promoción de la lactancia materna y una campaña masiva y sostenida de educación y fomento de alimentación saludable y física dirigida a toda la población.⁴

Es importante remarcar que el objetivo de la Norma Oficial Mexicana NOM-051-SCFI/SSA1-2010 (NOM-051), es brindar al consumidor final información comercial y sanitaria sobre el contenido de nutrimentos críticos e ingredientes que representan un riesgo para la salud en los productos pre envasados. Esto, por medio de un etiquetado claro, veraz y fácil de entender. El nuevo etiquetado es resultado del esfuerzo de un grupo de expertos que integraron evidencia científica para amparar políticas públicas que defienden el bienestar y el derecho a la información de las y los mexicanos.

Este etiquetado ahora se aplica a productos de origen nacional o extranjera que se comercialicen en México y consta de cinco sellos cuando un producto tiene exceso de calorías, sodio, grasas trans, azúcares y grasas saturadas. La cantidad de estos nutrimentos en los productos se limita con base en el Perfil de Nutrimentos de la Organización Panamericana de la Salud (OPS).

Adicionalmente, ahora el etiquetado debe contener dos leyendas precautorias, la primera para productos que contienen edulcorantes y la segunda para aquellos con cafeína, para evitar que niñas y niños los consuman.



Estos criterios nutrimentales se están implementando de forma gradual a lo largo de tres fases.

Fase 1	Fase 2	Fase 3
Octubre 2020 – Octubre 2023	Octubre 2023 – Octubre 2025	Octubre 2025
<ul style="list-style-type: none"> Solo se aplica el perfil a los nutrimentos críticos añadidos. El 1 de abril del 2021 entra en vigor la restricción de publicidad. <p>Para conocer los criterios, se recomienda consultar el Anexo 1, Criterios nutrimentales fases 1</p>	<ul style="list-style-type: none"> Serán más estrictos los lineamientos para establecer el exceso de nutrimentos críticos. Solo se aplica el perfil a los nutrimentos críticos añadidos. <p>Para conocer los criterios, se recomienda consultar Anexo 2, Criterios nutrimentales fases 2 y 3</p>	<p>Se aplicará el perfil de forma íntegra (nutrimentos añadidos y no añadidos).</p> <p>Para conocer los criterios, se recomienda consultar Anexo 2, Criterios nutrimentales fases 2 y 3</p>

En México se aprobó un etiquetado frontal de advertencia de alimentos y bebidas respaldado en las recomendaciones internacionales y está basado en evidencia científica independiente. Este etiquetado frontal de advertencia es una herramienta clave para garantizar el derecho a la salud y a la información de la población, ya que permite tomar elecciones más saludables contribuyendo a la prevención de obesidad y enfermedades crónicas y al fortalecimiento del sistema inmunológico.

El nuevo etiquetado ha sido reconocido y celebrado por instituciones y organismos nacionales e internacionales, como las agencias de Naciones Unidas (OPS/OMS, Unicef y FAO), la Comisión Nacional de los Derechos Humanos (CNDH), el Sistema de Protección Integral de los Derechos de las Niñas, Niños y Adolescentes (SIPINNA), los institutos nacionales de salud, la UNAM, IPN, UAM, las Secretarías de Economía y Salud, y organismos internacionales, como World Obesity Federation, World Cancer Research Fund y NCD Alliance.⁵

Desde que el nuevo etiquetado frontal de alimentos y bebidas no alcohólicas entró en vigor, los mexicanos hemos sido testigos de algunos cambios en ideas y conductas en torno a la adquisición de este tipo de productos. Ahora los empaques de productos que cumplan con estas características deben mostrar un sello negro de forma octagonal que advierta si el contenido incumple con los niveles saludables de azúcares, calorías, grasas saturadas, grasas trans y sodio.

De acuerdo con un monitoreo realizado en el año 2020 por la consultora Kantar a hogares mexicanos, el 46% consideró que las modificaciones a la NOM-051-SCFI/SSA1-2010 sí ayudarían a reducir y controlar la obesidad, 28% pensó que ayudarían mucho, 14% dijo no saber si ayudarían y 11% respondió que no ayudarían nada. Por otro lado, 9 de cada 10 categorías (alimentos, bebidas y lácteos) cuentan con al menos un sello o leyenda.

En las primeras conclusiones a las que se llegaron con ese análisis fue que el etiquetado no mostró una afectación clara y concluyente en el mercado, aunque se mostró algo de pérdida en frecuencia, se recuperaron las categorías vía compra por ocasión. Tampoco se vio un impacto claro, incluso, si la marca presenta más sellos que otras... No hay correlación en la afectación.

De acuerdo con Fernando Pérez Galaz, Cirujano Bariatra, Coordinador del Instituto de Obesidad y Síndrome Metabólico del Hospital Ángeles Lomas y Director de Gastrobiariátrica Santa Fé, fue apresurado concluir que definitivamente no habría un efecto mayor, ya que puede irse construyendo con el paso del tiempo, o cuando entren en vigor los siguientes puntos de la reforma a la ley.

Por otro lado, la pandemia de COVID-19 causada por el nuevo coronavirus SARS-CoV-2, ha impactado a múltiples industrias, obligando a las empresas a reinventar sus portafolios de productos para mitigar los efectos de la crisis. Sin embargo, la industria de alimentos envasados es una de las pocas áreas que ha experimentado un aumento en su demanda como resultado directo de la pandemia por lo que se incrementó la tendencia de compra de alimentos a través de canales de comercio electrónico. Las tendencias de compra desde casa, se suman a los resultados de otros reportes de la industria, como lo es el estudio publicado





por Nielsen a comienzos de abril de 2020. En este documento, la consultora señala que los productos locales empacados tendrán un aumento en su demanda debido a que el consumidor percibirá estos alimentos como una opción más higiénica y segura.⁶ Ahora bien, se han denunciado acciones en el corto plazo de grandes corporaciones de alimentos y bebidas para aprovecharse de la pandemia e introducir sus productos en poblaciones vulnerables.

La industria de alimentos ultraprocesados y de los sucedáneos de la leche materna han realizado diversas campañas de donaciones a gobiernos e instituciones de nuestro país, aludiendo a su compromiso con la sociedad; sin embargo, éstas sólo han sido una oportunidad para seguir ofertando sus productos y posicionar sus marcas durante esta pandemia. La gran mayoría de estas donaciones son de comida chatarra y de bebidas azucaradas, productos con un exceso de grasas saturadas, azúcares, sodio y calorías, pese al llamado del gobierno a tener una alimentación saludable con base en alimentos frescos que ayuden a reforzar el sistema inmunológico.

Paulina Magaña, Coordinadora de la Campaña de Salud Alimentaria de El Poder del Consumidor, indicó que: “Con base en un monitoreo de las donaciones alimentarias realizadas entre abril y mayo de 2020 frente a la emergencia sanitaria del COVID-19, se identificó que varios de los productos incluidos en las donaciones son productos ultraprocesados con un exceso de azúcares, grasas saturadas, sodio y calorías.”⁷

Como hemos podido darnos cuenta, en el corto plazo la industria de alimentos ultraprocesados y bebidas azucaradas, continúa su batalla contra las nuevas leyes que impiden que se consuman ese tipo de alimentos; sin embargo, la Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios (COFEPRIS) y la Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO) deben analizar si existe un engaño a los consumidores, ya que en el mes de junio de 2021, empresas como Jumex, Coca-Cola Femsa, Nestlé, entre otras, han implementado estrategias como doble carátula en los empaques para en una poner los sellos y en la otra no, y así exhibir el producto sin sellos y en el caso de colocarlos, los sellos están mal colocados como se puede observar en presentaciones de agua Bonafot Levité, Pepsi, y ePuritas para hacer frente al nuevo etiquetado de la NOM-051.

En la categoría de leches infantiles el 27.2 por ciento de los productos implementaron doble carátula, los cereales el 24.6 por ciento, y los jugos y aguas de sabores han implementado la colocación de los sellos sin seguir las indicaciones que se dictan en la NOM-051. La industria alimentaria también ha recurrido a la reformulación para evitar tener sellos. Las autoridades encargadas de emitir sanciones refieren que éstas pueden ir desde multas hasta el retiro de los productos de la venta.

A partir del 1o de junio de 2021, entró en vigor la segunda etapa de la NOM-051, que indica que los productos imitación deberán resaltar que lo son con letras mayúsculas y no podrán contener personajes si tienen al menos un sello, deberán declarar absolutamente todos los ingredientes y ya no podrán resaltar sus adiciones de vitaminas y minerales.

Para conservar a los personajes en el empaque, la estrategia ha sido la reformulación, donde los más activos han sido la categoría de cereales. A inicios del año 2021, los 67 productos de anaqueles

dirigidos a niños tenían por lo menos dos sellos y ya no tenían a sus personajes, y para junio de este 2021 ya hay 73 productos, donde la presencia de tres sellos se redujo de 35.8 a 28.7 por ciento, dos sellos de 61.2 a 58.9 por ciento, un sello de 2.98 a 2.73 por ciento y 9.58 por ciento no cuentan con sellos y tienen a sus personajes. El Tigre Toño, Melvin y el Tucán Sam conservaron lugar en empaques de Kellogg's con el lanzamiento de los nuevos cereales bajo la marca Krunchers.

En la categoría de las leches, en marzo el 40 por ciento de los productos no tenían sello, para mayo fue el 56 por ciento; la presencia de dos sellos se redujo de 52 a 36 por ciento de los productos, y con un sello se mantuvo en 8 por ciento.

Mientras que la categoría de jugos son los que menos reformulación implementaron y se mantuvo casi igual, dos sellos pasaron de marzo a mayo de 44.6 a 42.3 por ciento de los productos, un sello de 1.7 a 1.69 por ciento, leyenda de edulcorantes de 35.7 a 38.9 por ciento, y sin sellos de 17.8 a 16.9 por ciento.

El pasado 8 de junio se publicó una nota en la revista Forbes, en la cual un ejecutivo de la empresa Kantar concluye que “el etiquetado frontal de advertencia no ha afectado los hábitos de los consumidores mexicanos”; Después de una revisión del comunicado, el Instituto Nacional de Salud Pública (INSP) concluye que la entrevista presenta una interpretación inadecuada e incorrecta de la iniciativa de etiquetado de advertencia mexicano correspondiente a la Norma Oficial Mexicana 051 (NOM-051), por las siguientes razones:

- Se basa en un análisis por marca y no de uno por producto
- No considera la reformulación de productos
- No distingue nuevos productos de los previamente existentes
- No considera el corto tiempo de implementación del etiquetado de advertencia

De acuerdo con los procesos de incidencia en políticas públicas, se reconocen dos tipos de evaluación después de la implementación de una política:

- A. **Evaluación de resultados:** se utiliza como medida de monitoreo de objetivos (por ejemplo, ventas de alimentos envasados) y se realiza después de un período (generalmente de un año) de la implementación formal de la iniciativa.
- B. **Evaluación de impacto:** se realiza una vez que la política fue implementada en su totalidad por un periodo de tiempo razonable (generalmente superior a dos años). Se utiliza para medir los cambios generados en la población y conocer en qué medida se dio solución al problema (por ejemplo, reducción en el consumo de bebidas azucaradas, reducción del consumo de nutrimentos críticos en la población mexicana).

Conclusiones

Como lo señala el Instituto Nacional de Salud Pública, para una adecuada evaluación de resultados de la implementación del etiquetado frontal de alimentos pre envasados, es necesario comparar ventas en los productos con sellos y sin sellos antes y después de un periodo considerable de haber sido implementado el etiquetado frontal.

Otra forma de evaluar la efectividad del etiquetado frontal, sería





comparar a través de un estudio de cohorte (en el que se da seguimiento a un grupo de población), las características de la dieta y tipos de alimentos consumidos antes y después de la implementación del etiquetado frontal. Este estudio lo está desarrollando actualmente el INSP y permitirá, una vez concluido, evaluar si existe un cambio en la dieta de las y los participantes posterior a la implementación completa de la NOM-051-SCFI/SSA1-2010.

En este momento, existe una etapa de transición de la segunda fase de implementación del etiquetado frontal, por lo que, en el corto plazo, puede subestimar el impacto del etiquetado en las ventas, pues no todos los productos están debidamente etiquetados en este período y puede significar una desventaja en su evaluación.

Las principales ventajas como hemos observado es que, con la publicidad en redes respecto del nuevo etiquetado frontal, las personas cada vez disminuyen sus compras de productos chatarra y gracias a la influencia de las campañas en escuelas, los padres de familia podrían estar cambiando su percepción al respecto y comenzar a comprar alimentos más saludables.

La Organización No Gubernamental (ONG), el Poder del Consumidor, realizó un monitoreo de inicios de marzo a finales de mayo de 2021, en el que se observó que en productos con sellos se redujo el uso de personajes de 92.5% a 24.7% en cereales, de 60% a 0% en lechitas y de 45% a 1.7% en bebidas dirigidas a niños y niñas.

Por lo anterior, es necesario que tanto la COFEPRIS, la PROFECO y la Secretaría de Salud y Educación, estén en común acuerdo para continuar con las campañas de concienciación sobre el nuevo etiquetado frontal y se ataquen tanto el sobrepeso como la obesidad al momento de consumir cada vez menos ese tipo de productos.

Referencia bibliográfica

1. Shamah-Levy T, Ruiz-Matus C, Rivera-Dommarco J, Kuri-Morales P, Cuevas-Nasu L, Jiménez-Corona ME, et al. Encuesta Nacional de Salud y Nutrición de medio camino 2016. Resultados Nacionales. Cuernavaca, México: Instituto Nacional de Salud Pública, 2017. disponible en: http://transparencia.insp.mx/2017/auditorias-insp/12701_resultados_Encuesta_Ensanut_mc2016.pdf.
2. Rivera Dommarco Ja, Colchero Ma, Fuentes MI, González de Cosío Martínez T, Aguilar Salinas Ca, Hernández Licona G, Barquera S (Eds.). La obesidad en México. Estado de la política pública y Recomendaciones para su Prevención y Control. Cuernavaca: Instituto Nacional de Salud Pública, 2018. Disponible en: <https://www.insp.mx/avisos/4884-la-obesidad-mexico.html>
3. Diario Oficial de la Federación. DECRETO por el que se reforman y adicionan diversas disposiciones de la Ley General de Salud, en materia de sobrepeso, obesidad y de etiquetado de alimentos y bebidas no alcohólicas. 8 de noviembre 2019. Disponible en: https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5578283&fecha=08/11/2019
4. Encuesta Nacional de Salud y Nutrición 2020 sobre Covid-19. Resultados nacionales. Instituto Nacional de Salud Pública 2021. Disponible en: <https://www.insp.mx/avisos/reporte-completo-resultados-nacionales>
5. Todo lo que debes saber sobre el nuevo etiquetado de advertencia. Etiquetado de advertencia en México. Consultado en: <https://etiquetadosclaros.org/etiquetadoadvertencia/>
6. Efectos del COVID-19 en el Sector de Alimentos Empacados. Abril de 2020.

El Empaque + Conversión. Disponible en: <https://www.elempaque.com/temas/Efectos-del-COVID-19-en-el-sector-de-alimentos-empacados+134220>

7. Comida chatarra y leches de fórmula aprovechan COVID-19 para seguir ofertando sus productos, pese al grave daño a la salud que ocasionan. Disponible en: <https://elpoderdelconsumidor.org/2020/07/comida-chatarra-y-de-leches-de-formula-aprovechan-covid-19-para-seguir-ofertando-sus-productos-pese-al-grave-dano-a-la-salud-que-ocasionan/>
8. Doble carátula y sellos mal colocados: así se la 'juegan' las empresas para evadir el nuevo etiquetado. Disponible en: <https://www.elfinanciero.com.mx/empresas/2021/06/01/doble-caratula-y-sellos-mal-colocados-asi-se-la-juegan-las-empresas-para-evadir-el-nuevo-etiquetado/>
9. 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. Disponible en: https://www.insp.mx/resources/images/stories/Centros/cinys/EstudiosEtiquetado/210614_respuesta_tecnica_2.pdf

