

"Políticas Públicas para Combatir la Obesidad en Chile: Ley de Alimentos implementación y resultados"



GTOP - Grupo Transdisciplinario
para la Obesidad de Poblaciones
Facultad de Medicina - Universidad de Chile

Dra. Lorena Rodríguez Osiaç.
Médico Pediatra
Magíster en Nutrición
Diplomada Políticas Públicas

Contenidos

- ✓ **Epidemiología**
- ✓ **Enfoque y modelo de acción**
- ✓ **Contexto: Política Nacional de Alimentación y Nutrición**
- ✓ **Ley de etiquetado y publicidad de alimentos**
- ✓ **Evaluación y desafíos**

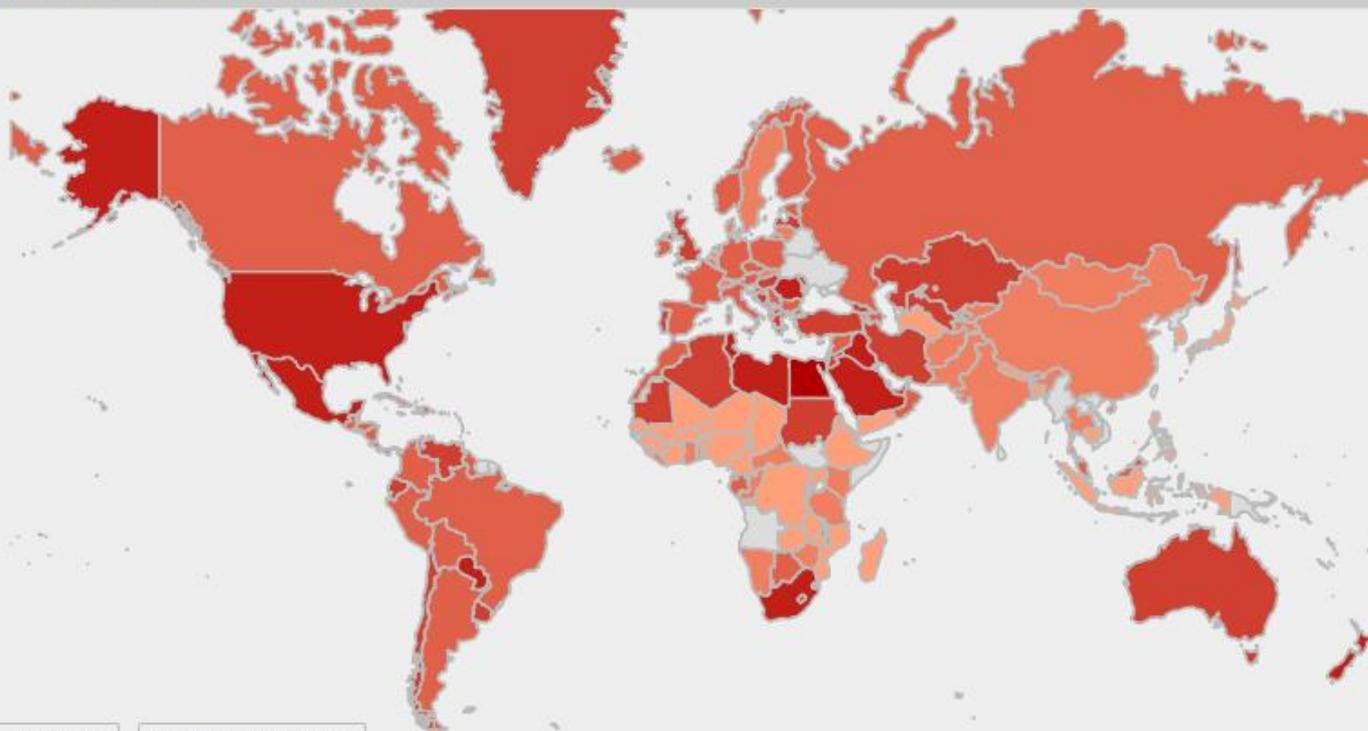


Contenidos

- ✓ **Epidemiología**
- ✓ Enfoque y modelo de acción
- ✓ Contexto: Política Nacional de Alimentación y Nutrición
- ✓ Ley de etiquetado y publicidad de alimentos
- ✓ Evaluación y desafíos

Prevalencia de sobrepeso y obesidad mundial adultos 2017

Obesity prevalence worldwide - Adults



Percentage of adults with obesity *click countries for survey details and definitions*



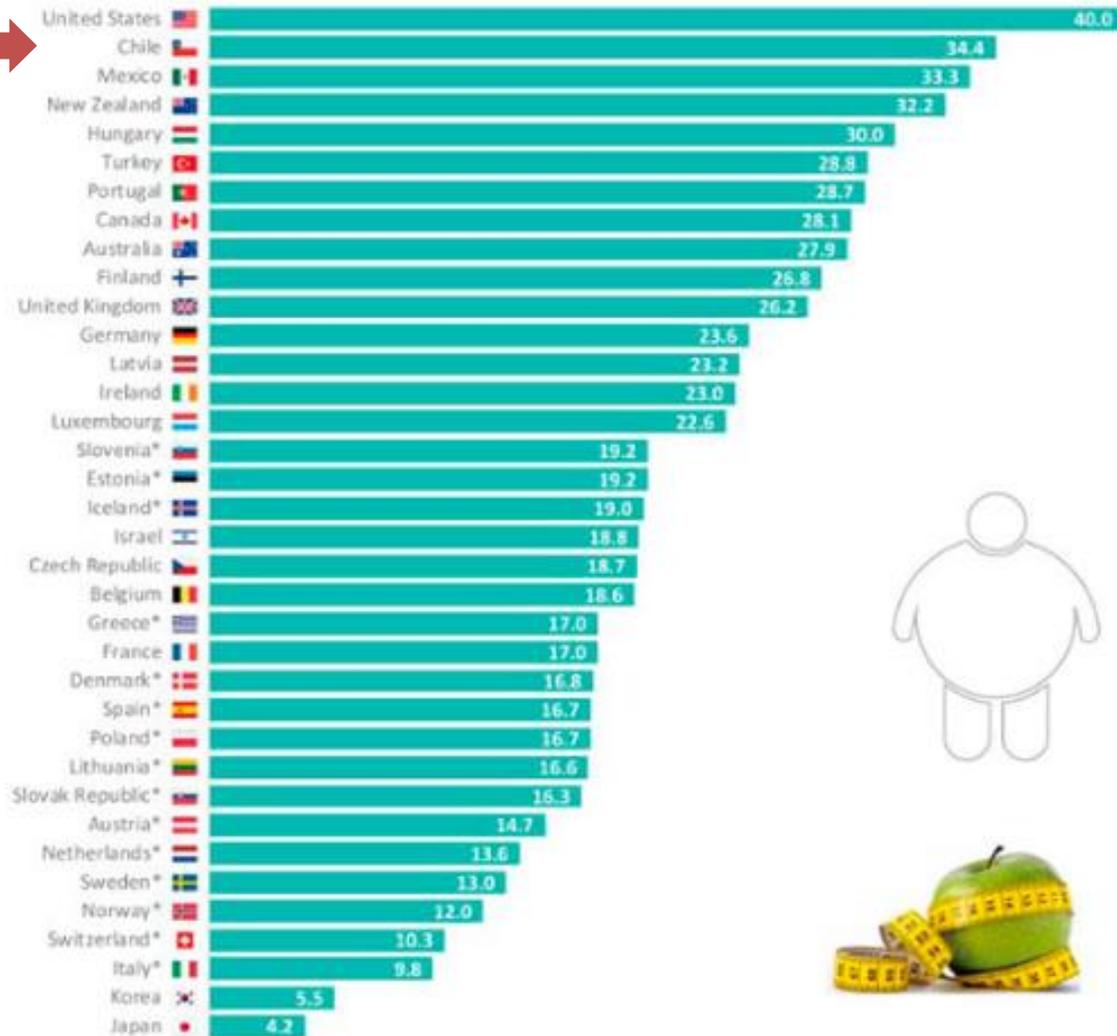
Fuente: OMS 2017. App UE 2018

<https://conscienhealth.org/2018/04/looking-for-a-global-view-of-obesity-at-eco2018/>



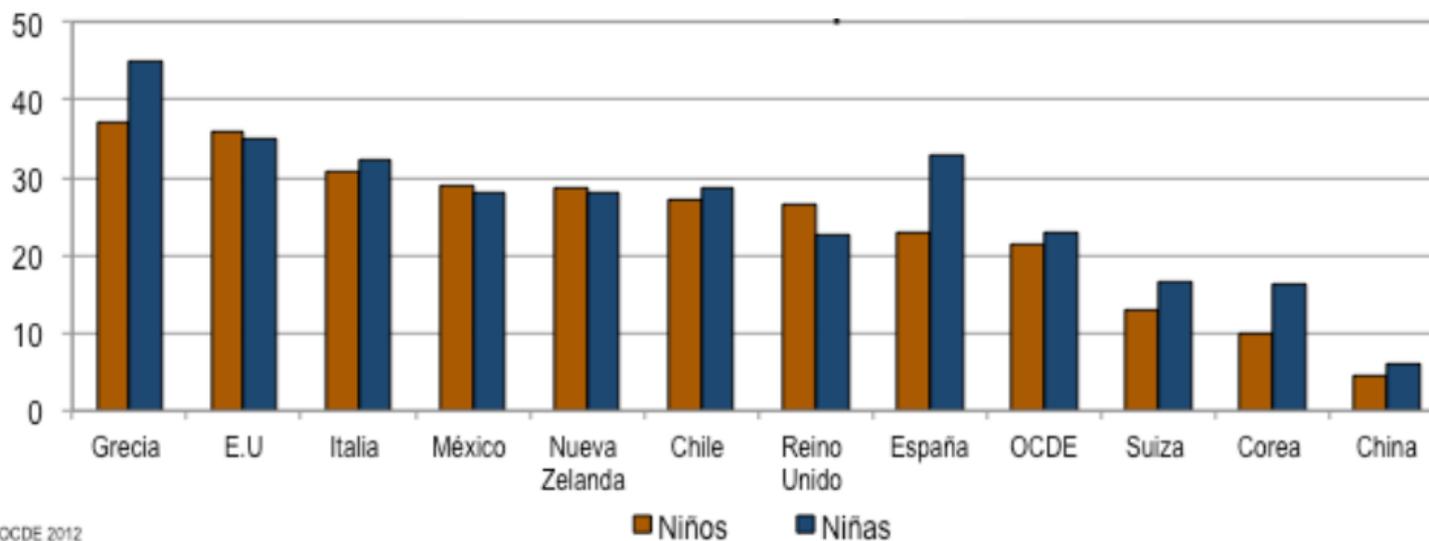
Obesity rates

As % of total adult population (aged 15 years and over), 2016 or latest year

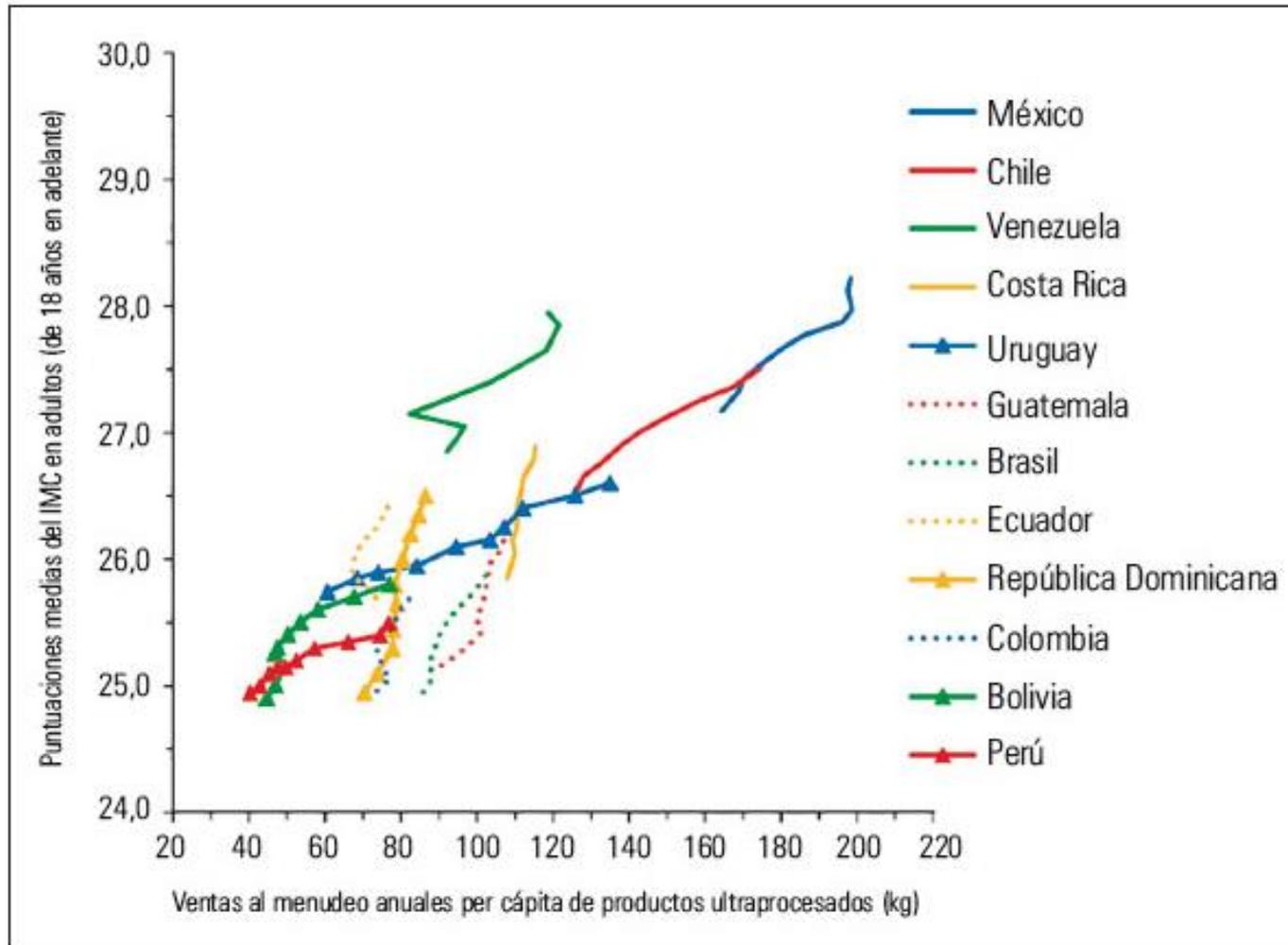


Note: * means that self-reported height and weight data are used in these countries, while measured data in other countries.
 Source: OECD (2018), OECD Health Statistics 2018
www.oecd.org/health/obesity-update.htm

Obesidad infantil



Fuente: OCDE 2012



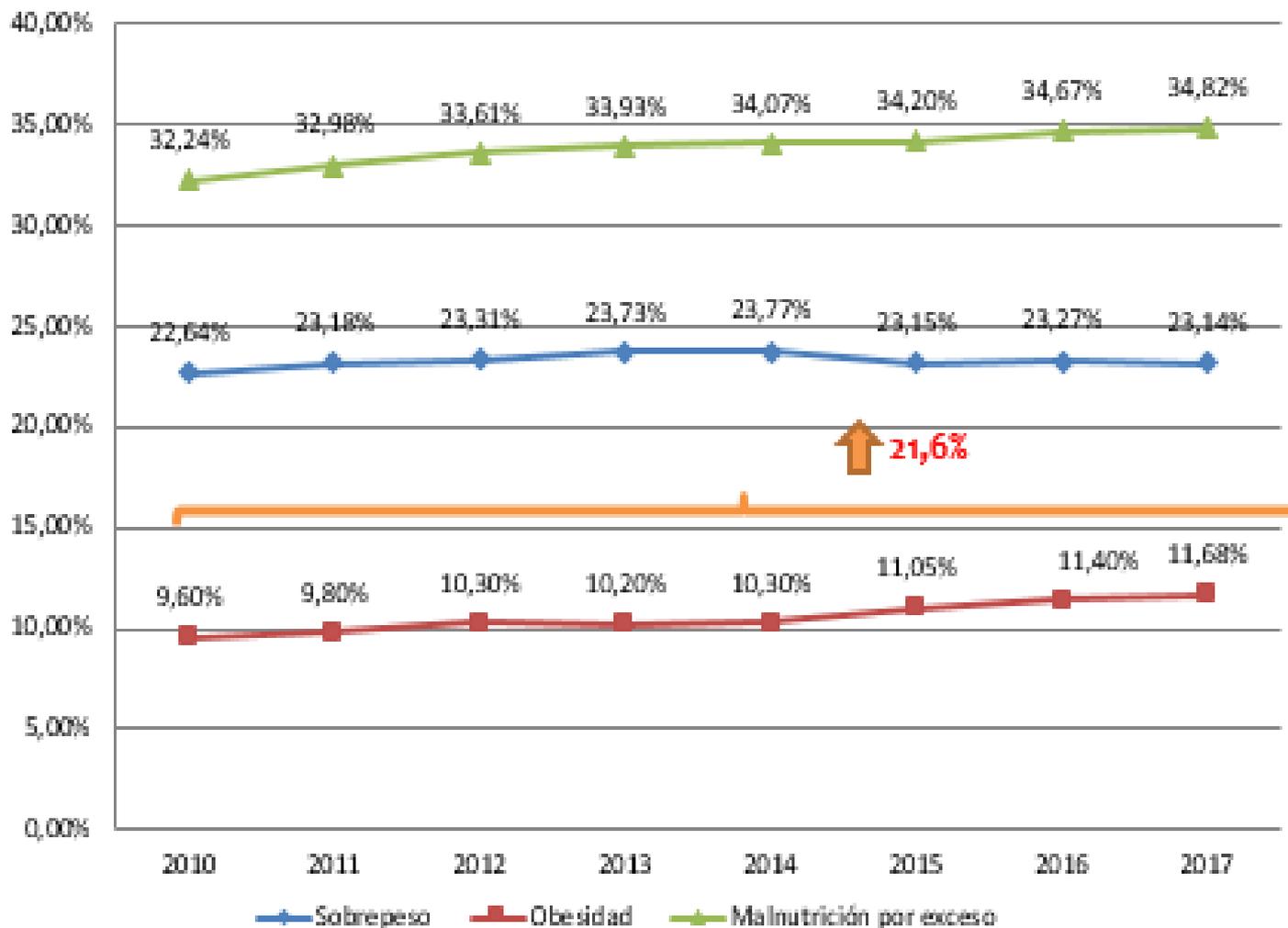
Malo-Serrano, Miguel, Castillo M, Nancy, & Pajita D, Daniel. (2017). La obesidad en el mundo. *Anales de la Facultad de Medicina*, 78(2), 173-178

<https://dx.doi.org/10.15381/anales.v78i2.13213>

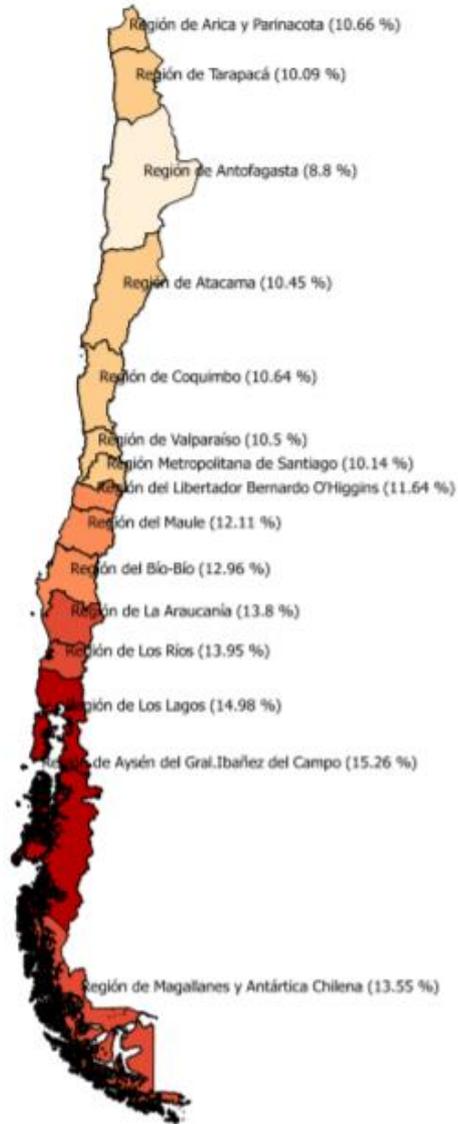


Prevalencia de sobrepeso, obesidad y malnutrición por exceso en niños y niñas menores de 6 años.
Población bajo control en el Sistema Público. Chile 2005-2017.

% Prevalencia de Obesidad en niñas menores de 6 años



Prevalencia de obesidad del menor de seis años. Población bajo control en el Sistema Público de Salud. Chile 2016.

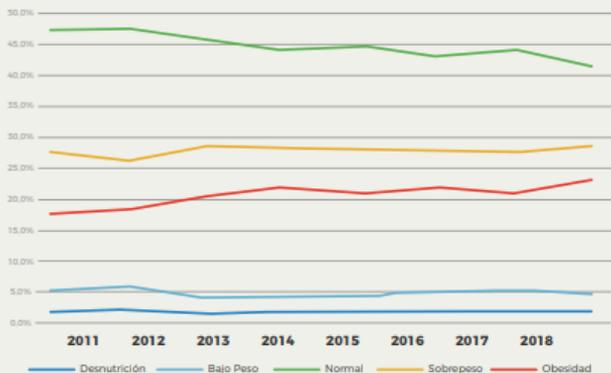


Leyenda

Indicador



EVOLUCIÓN ESTADO NUTRICIONAL 2011-2018



Fuente: Mapa Nutricional Junaeb

RESULTADOS POR NIVEL

OBESIDAD

Quinto Básico **27,7%**

Kinder **24,6%**

Primero Básico **24,4%**

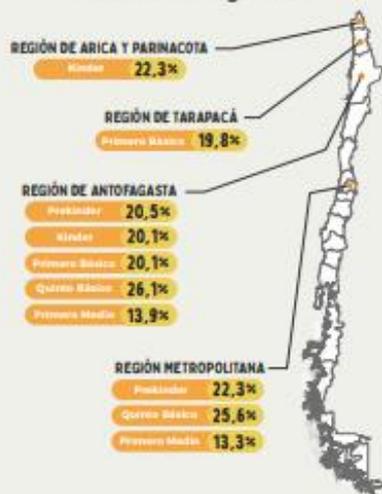
Prekinder **23,7%**

Primero Medio **14,7%**

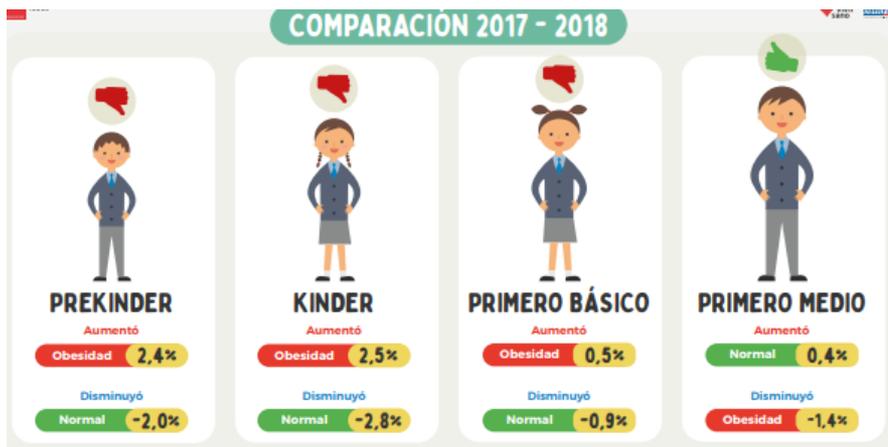


MENOR PREVALENCIA DE OBESIDAD

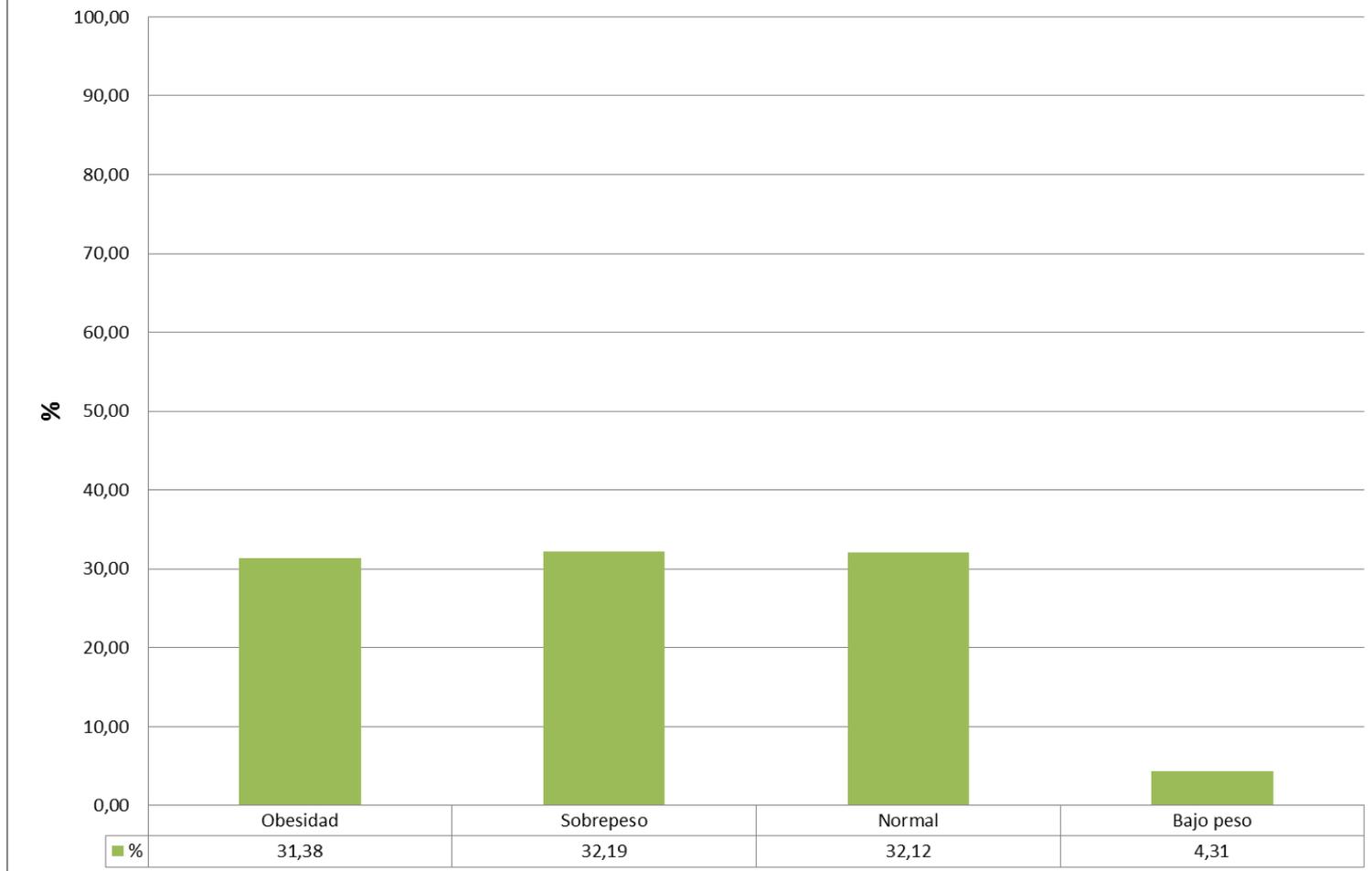
Resultados Regionales



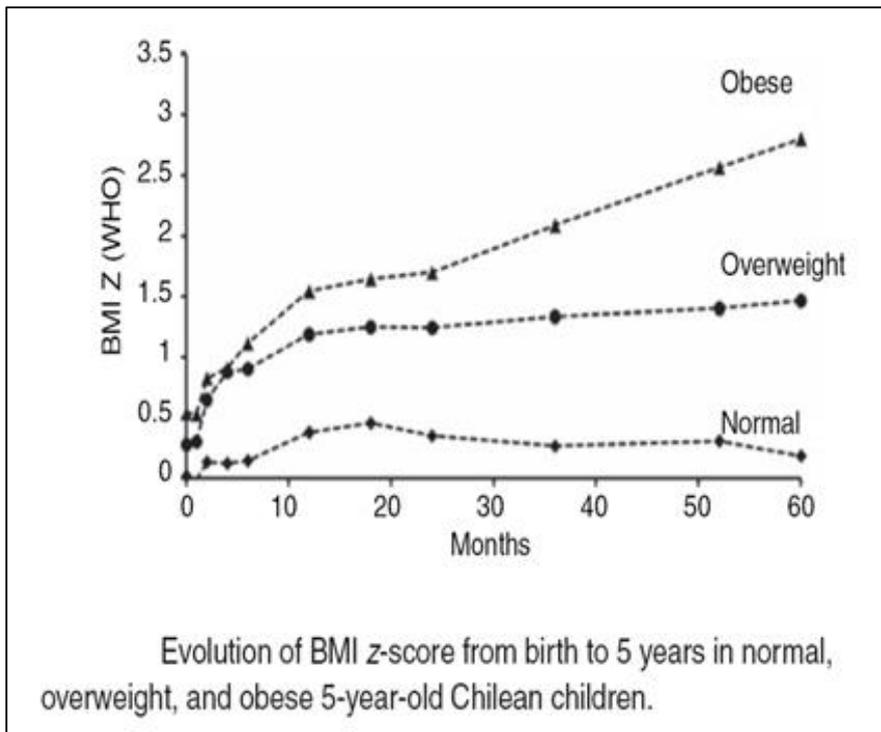
COMPARACIÓN 2017 - 2018



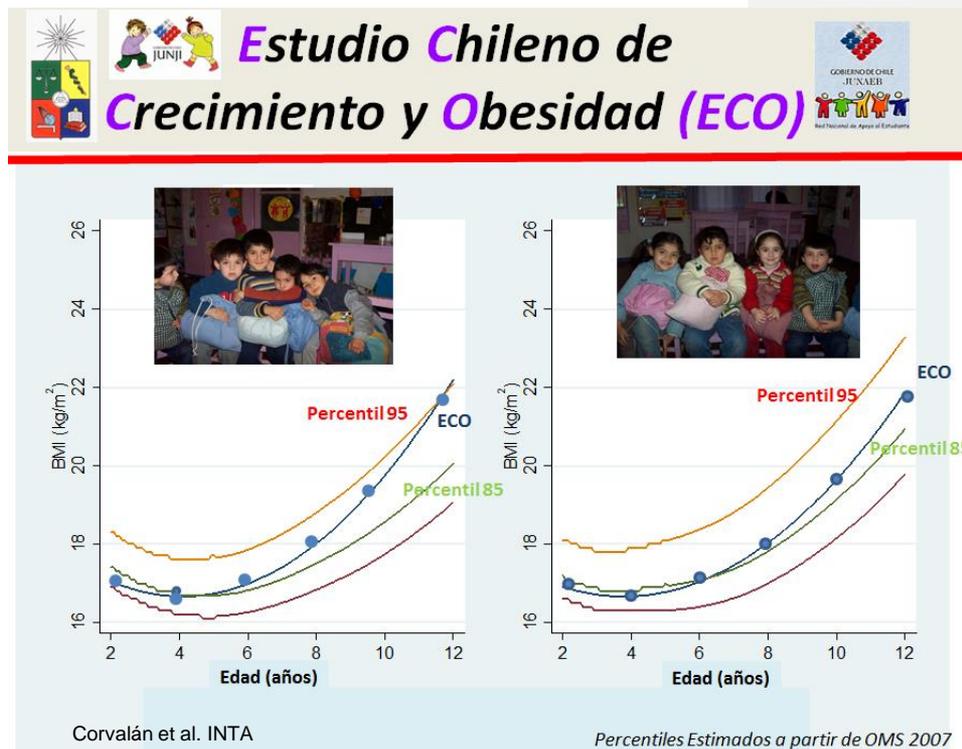
Estado Nutricional de las Gestantes . Población bajo control en el Sistema Público. Chile 2016.



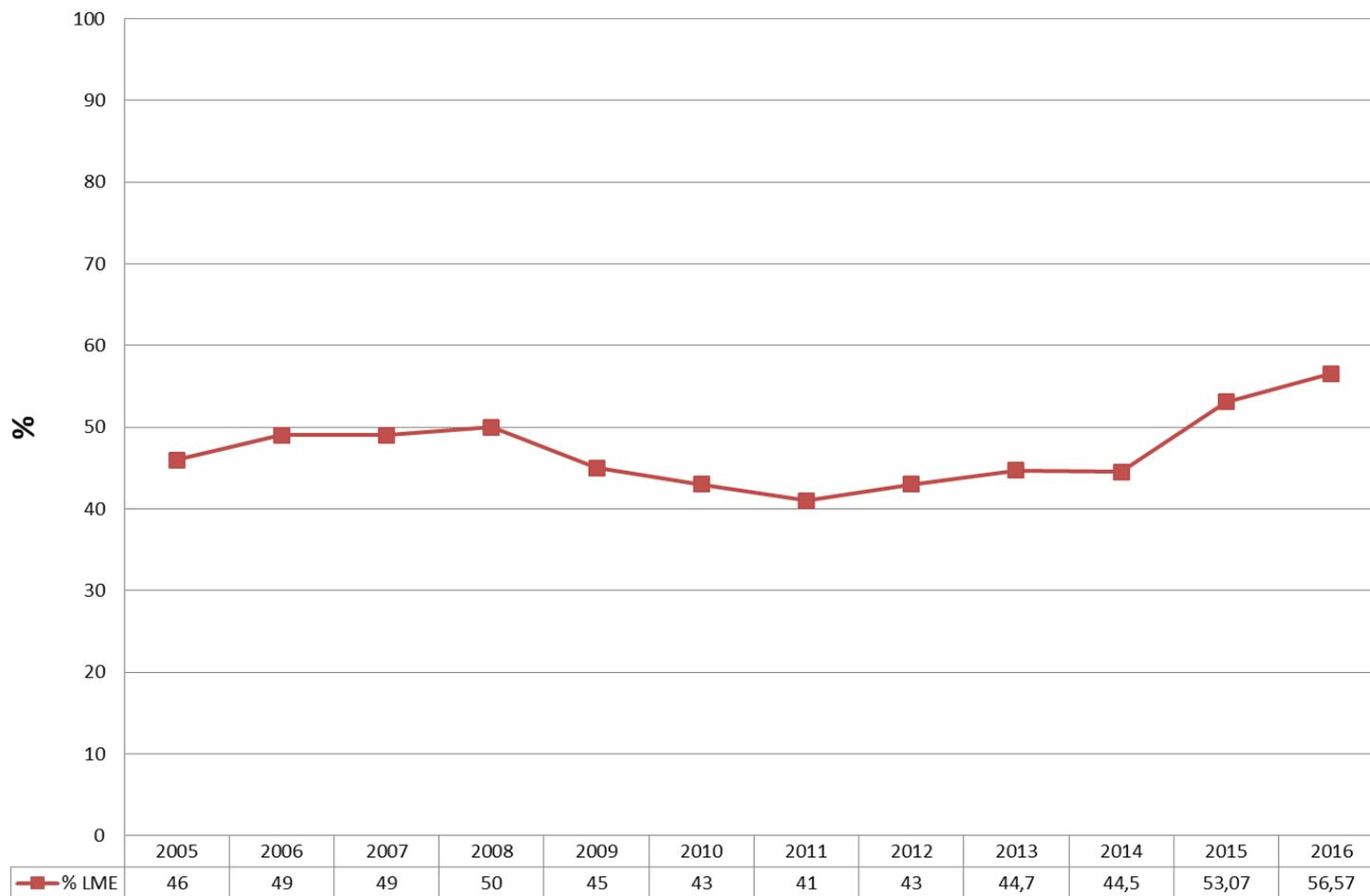
Crecimiento de los niños y niñas en Chile



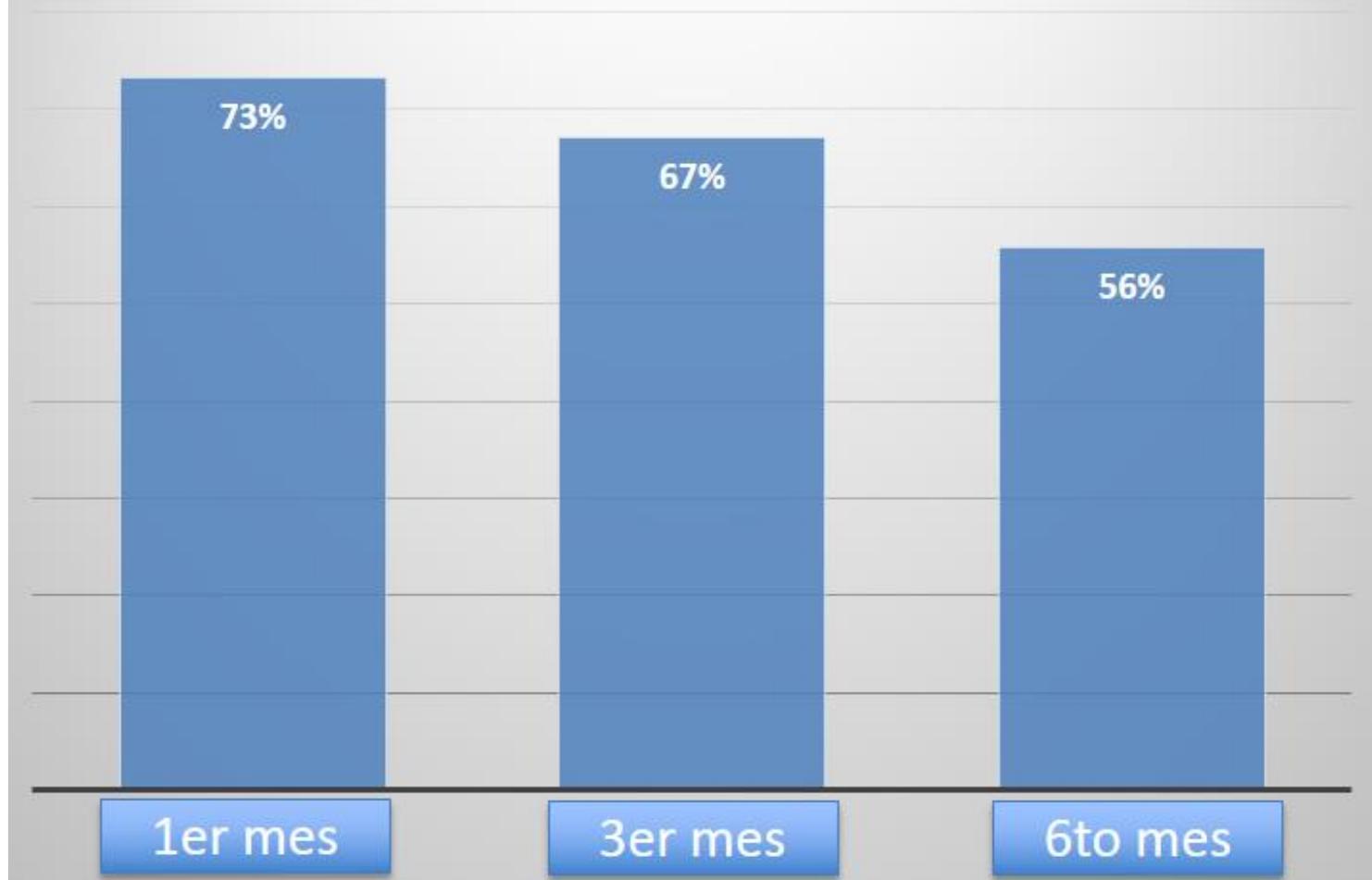
Obesity (2009) 17, 1603–1608.



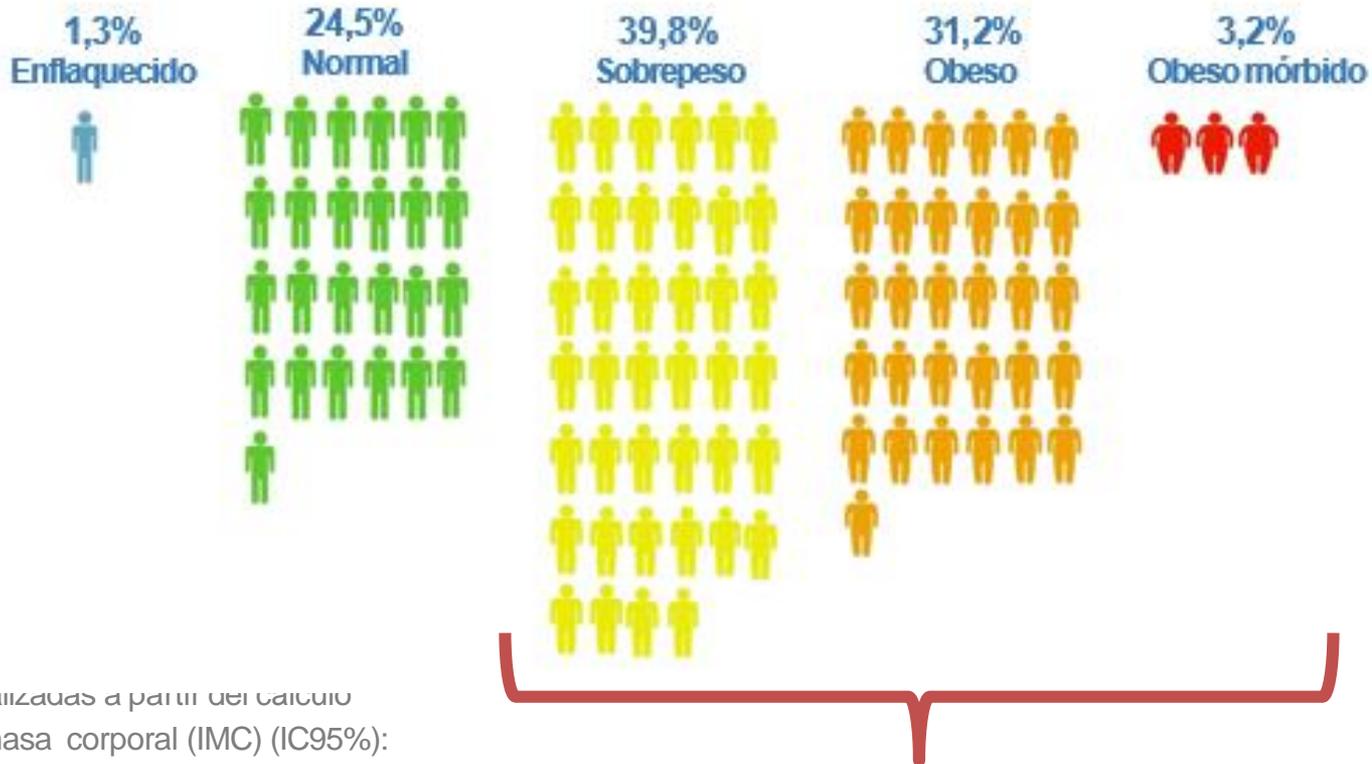
Prevalencia de Lactancia Materna Exclusiva al 6º Mes. Población bajo control en el Sistema de Salud Pública. Chile 2005-2016.



Prevalencia de LME en APS, año 2016



Estado nutricional, prevalencia total país mayores de 15 años. ENS 2016-17



Categorías realizadas a partir del cálculo de índice de masa corporal (IMC) (IC95%):

Enflaquecido: IMC < 18,5

Normal: IMC 18,5-24,9

Sobrepeso: IMC 25-29,9

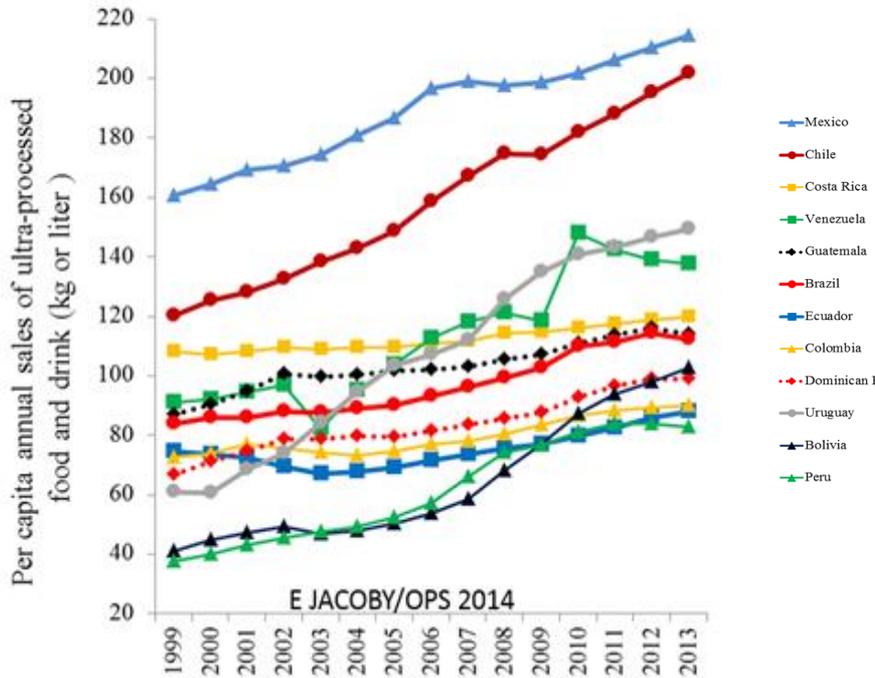
Obesidad: IMC 30-39,9

Obesidad mórbida: IMC ≥ 40

Exceso de peso 74,2%



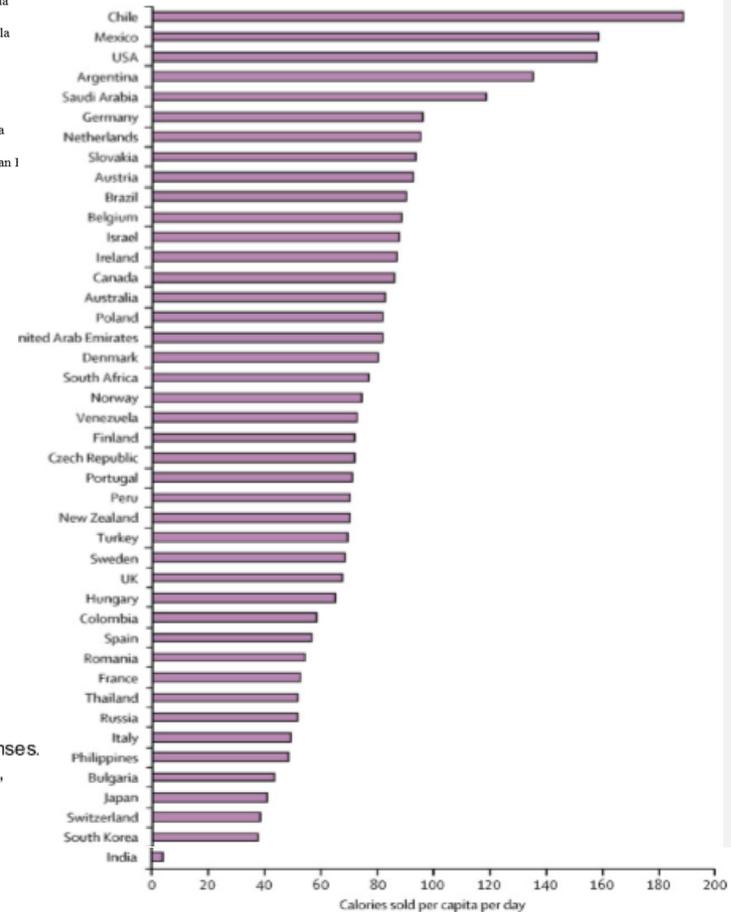
Ventas per cápita de snacks y bebidas (Kg o Lt) azucaradas en países de AL entre 1999 y 2013



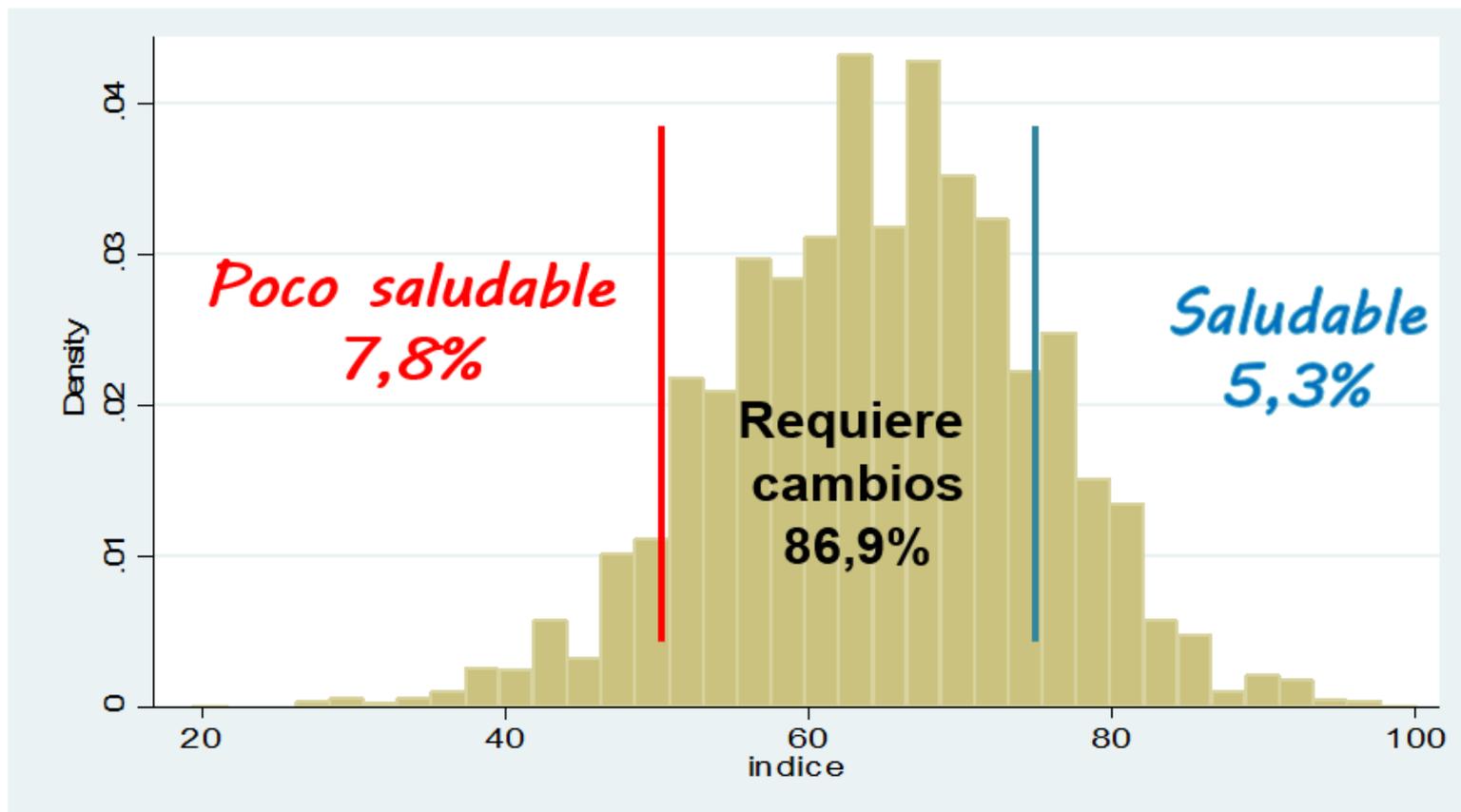
"Alimentos y bebidas ultraprocesados en América Latina: tendencias, efecto sobre la obesidad e implicaciones para las políticas públicas" OPS/OMS 2015

Popkin B & Hawkes C. Sweetening of the global diet, particularly beverages: patterns, trends, and policy responses. The Lancet Diabetes & Endocrinology, Volume 4, Issue 2, 2016, 174–186

Chile: principal consumidor de kcal de bebidas per cápita en el mundo.

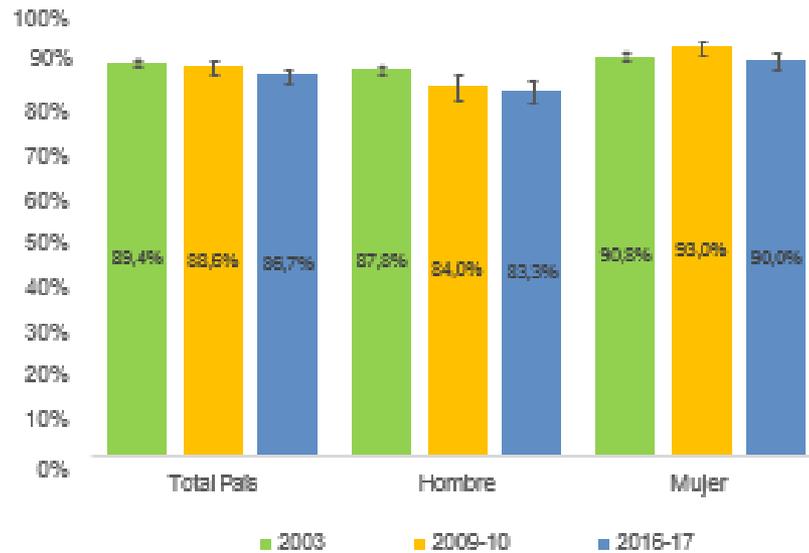
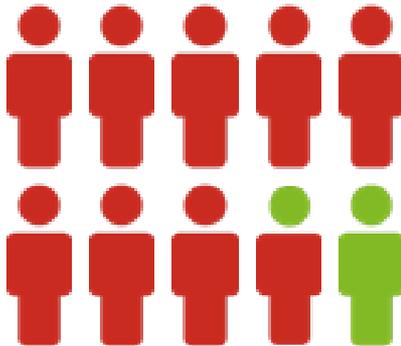


DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN CHILENA DE ACUERDO AL ÍNDICE DE ALIMENTACIÓN SALUDABLE



Sedentarismo en el último mes (<3 veces por semana) total país mayores de 15 años. ENS 2003, 2009-10 y 2016-17

86,7% Nacional

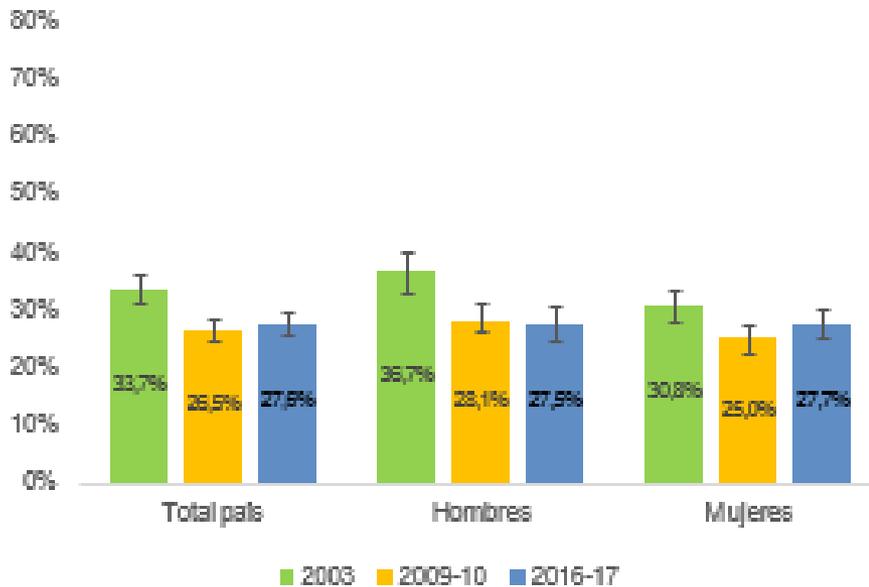


Se entiende por “sedentarismo en el último mes”, aquellos individuos que en los últimos 30 días NO practicaron deporte ni realizaron actividad física fuera de su horario de trabajo, durante 30 minutos o más cada vez, 3 o más veces por semana.



Sospecha de HTA total país mayores de 15 años. ENS 2003, 2009-10 y 2016-17

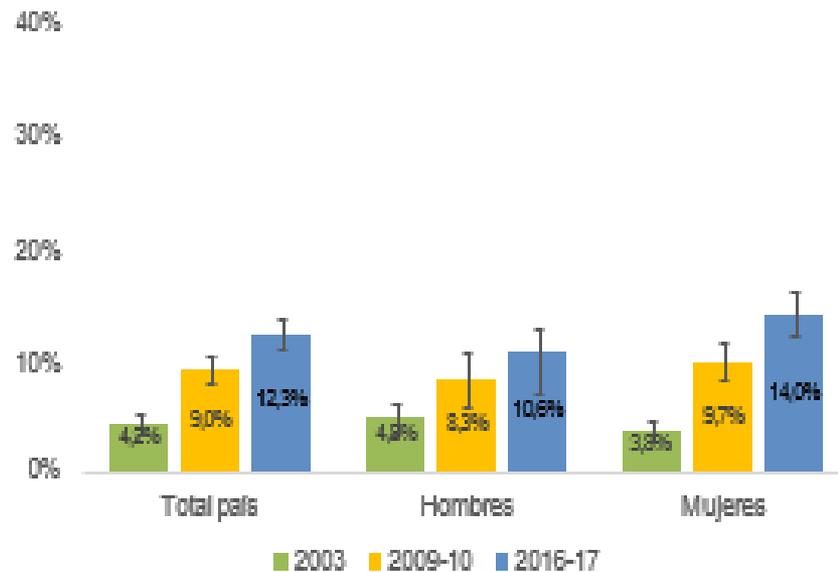
27,6% nacional



Se entiende por “sospecha de HTA”, a personas con autoreporte o tratamiento médico HTA o con presión elevada mayor 140/90 (promedio con 3 tomas de presión arterial).

Sospecha de Diabetes Mellitus total país mayores de 15 años. ENS 2003, 2009-10 y 2016-17

12,3% nacional

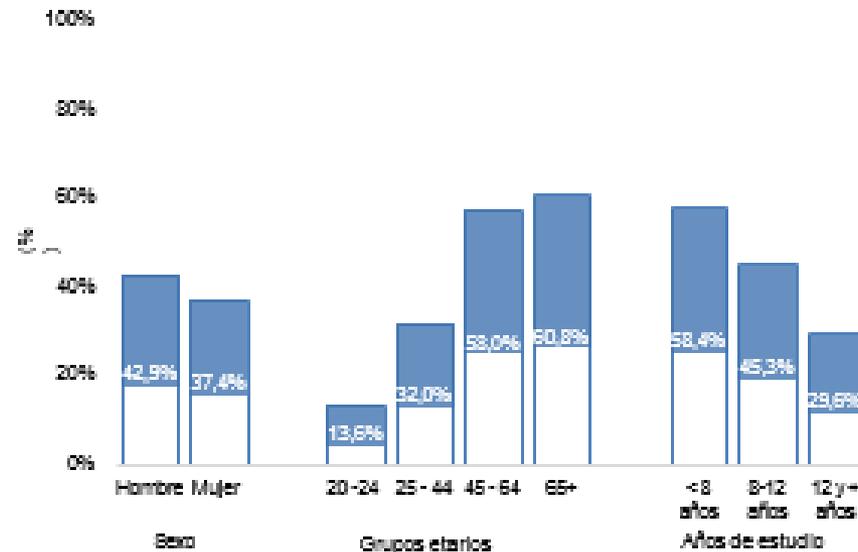


Se entiende por “sospecha de Diabetes Mellitus” a personas con autoreporte o con tratamiento médico por DM o glicemia elevada mayor o igual a 126 mg/dl.

Síndrome Metabólico total país mayores de 20 años ENS 2016-17

40,1% Nacional

- Presión Arterial igual o superior a 130/85 mmHg o Hipertenso en tratamiento.
- Nivel de Triglicéridos igual o superior a 150 mg/dLg.
- Glucosa en ayunas superior o igual a 100 mg/dL o Diabéticos en tratamiento.
- Cintura mide más de 80 cms (mujeres) o 90 cms (hombres) (estándarOMS).
- Colesterol HDL bajo (40 mg/dL para hombres, 50 mg/dL paramujeres).



Consenso Enfoque de riesgo para la prevención de Enfermedades CV:
<http://bit.ly/2nm8lje>



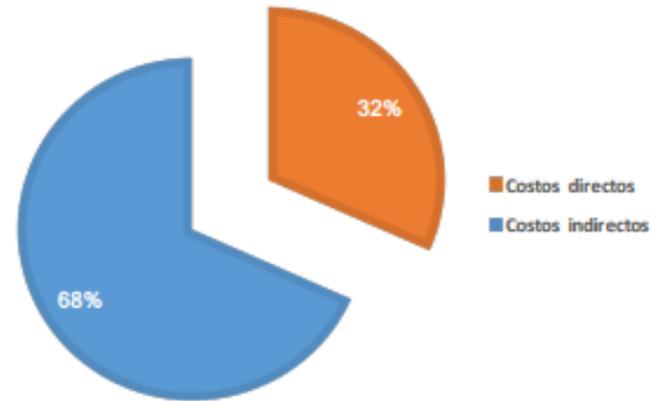
Costos de la obesidad en Chile

Sobrepeso y obesidad
↑ 65% los costos en salud

En el año 2017 se estima que un **2,4% del gasto total en salud** se destina al tratamiento de la obesidad y sus consecuencias



En el año 2016, los costos totales son equivalentes al **0,5% del PIB**



El gasto promedio del período 2010-2030 en atención de salud por causa de la obesidad asciende a **455 mil millones de pesos anuales**

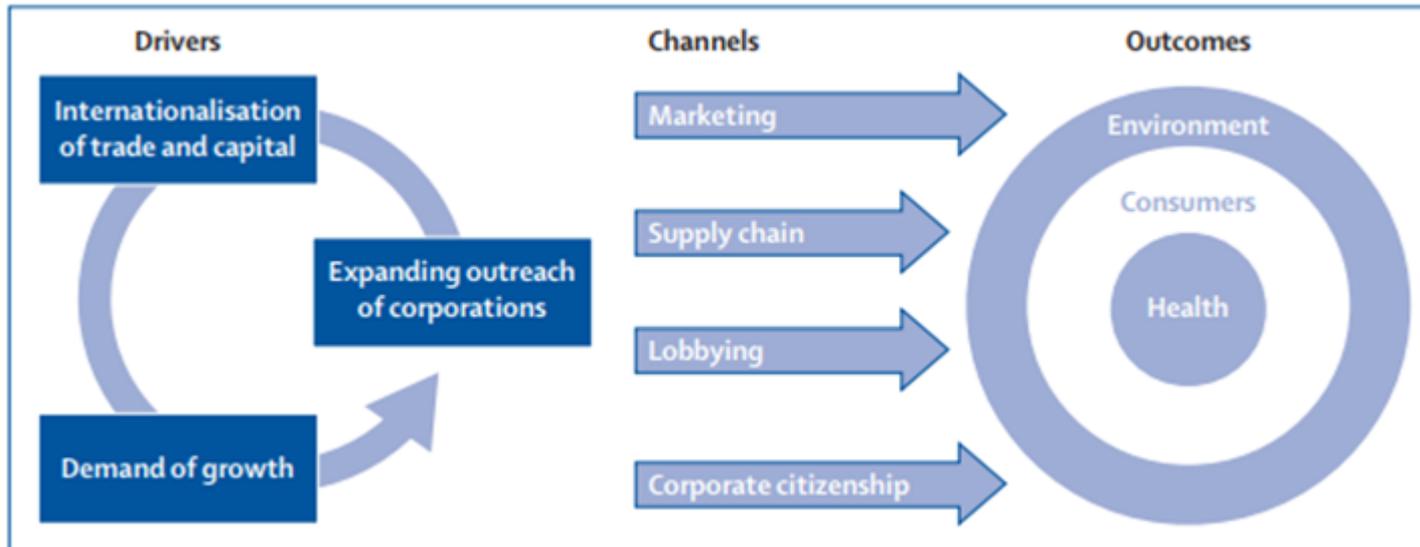
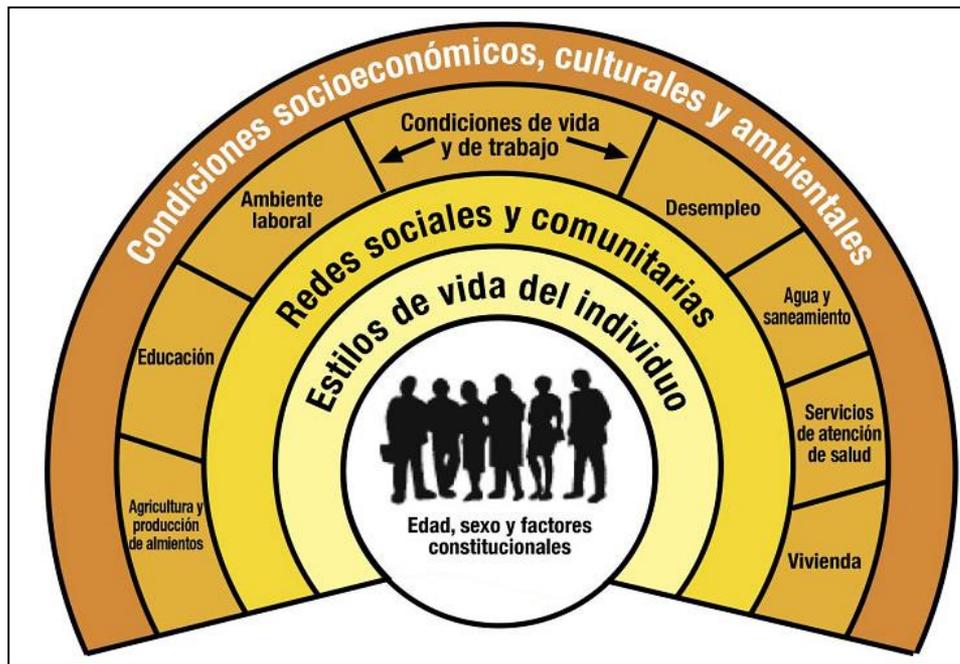
Cuadrado et al. 2018. Resultados en publicación. FONIS SA14ID0176



Doctor de la Universidad de Chile desarrolló un modelo que mide gastos directos e indirectos:
Obesidad le cuesta al país \$974.000 millones al año, ¿cómo se calculó?

Contenidos

- ✓ Epidemiología
- ✓ **Enfoque y modelo de acción**
- ✓ Contexto: Política Nacional de Alimentación y Nutrición
- ✓ Ley de etiquetado y publicidad de alimentos
- ✓ Evaluación y desafíos





Concepto de ambientes alimentarios

Los ambientes alimentarios son **entornos naturales y/o construidos por el hombre** que los individuos y sociedad **utilizan para producir, comprar, almacenar, preparar, comer y desechar alimentos** en distintas formas y en distintos formatos. Estos entornos **se encuentran determinados de manera indirecta por factores estructurales multinivel** (*Sistema alimentario, cultura alimentaria, contexto socioeconómico, ecológico y político, posición social, industria alimentaria, políticas públicas alimentarias y sistema de salud*) y **se encuentran relacionados entre sí, a través de rutinas automática o reflexivas derivadas del estilo de vida de los individuos, familias y comunidades** que viven en un territorio geográfico y administrativo común. **Nuestra definición distingue 5 tipos:** *Abastecimiento, Doméstico, Vía Pública, Institucional-Organizacional y el de Restauración*. La distinción de ambientes deriva respecto de la función social que desempeña y la naturaleza de factores que involucra y relaciona.

**Estrategias individuales:
Promoción/educación.
Cambios de conducta.
Responsable es el individuo.**



**Estrategias estructurales:
Leyes, reglamentos,
normas, impuestos,
subvenciones. Cambios
del entorno. Responsable
el Estado.**

THE LANCET



Milken Institute School
of Public Health
THE GEORGE WASHINGTON UNIVERSITY



The Global Syndemic of Obesity, Undernutrition, and
Climate Change: *The Lancet* Commission report

Published Online January 27, 2019
[http://dx.doi.org/10.1016/S0140-6736\(18\)32822-8](http://dx.doi.org/10.1016/S0140-6736(18)32822-8)

“Syndemic is two or more diseases that co-occur, interact with each other and have common societal drivers.⁴ The Global Syndemic applies this concept to the pandemics of obesity, undernutrition, and climate change”.

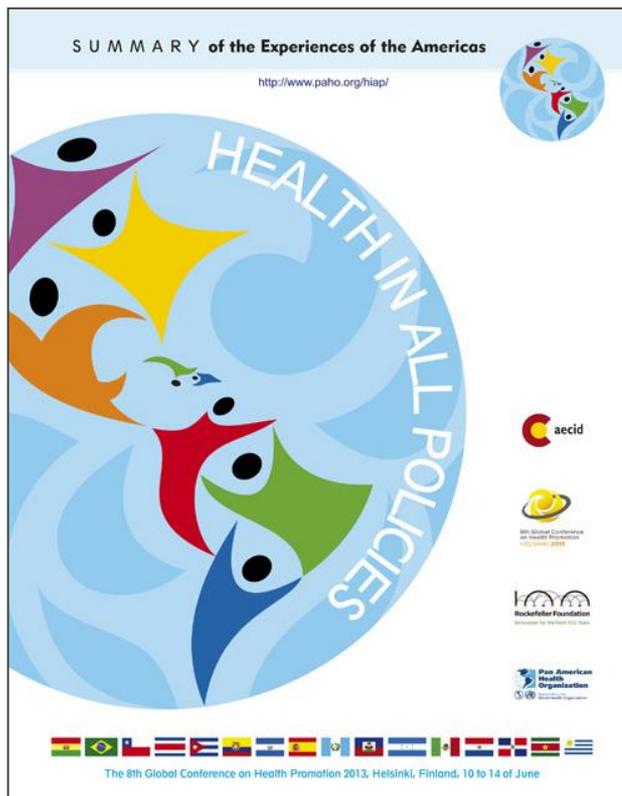
Sindemia: coexistencia de dos o más enfermedades que interactúan con entre sí y tienen conductores sociales comunes. Este concepto aplica a las pandemias de obesidad, desnutrición y cambio climático.

Key messages

The pandemics of obesity, undernutrition, and climate change represent three of the gravest threats to human health and survival. These pandemics constitute The Global Syndemic, consistent with their clustering in time and place, interactions at biological, psychological, or social levels, and common, large-scale societal drivers and determinants. Their interactions and the forces that sustain them emphasise the potential for major beneficial effects on planetary health that double-duty or triple-duty actions, which simultaneously act on two or all three of these pandemics, will have. To mitigate The Global Syndemic, the Commission proposed the following nine broad recommendations, under which sit more than 20 actions:

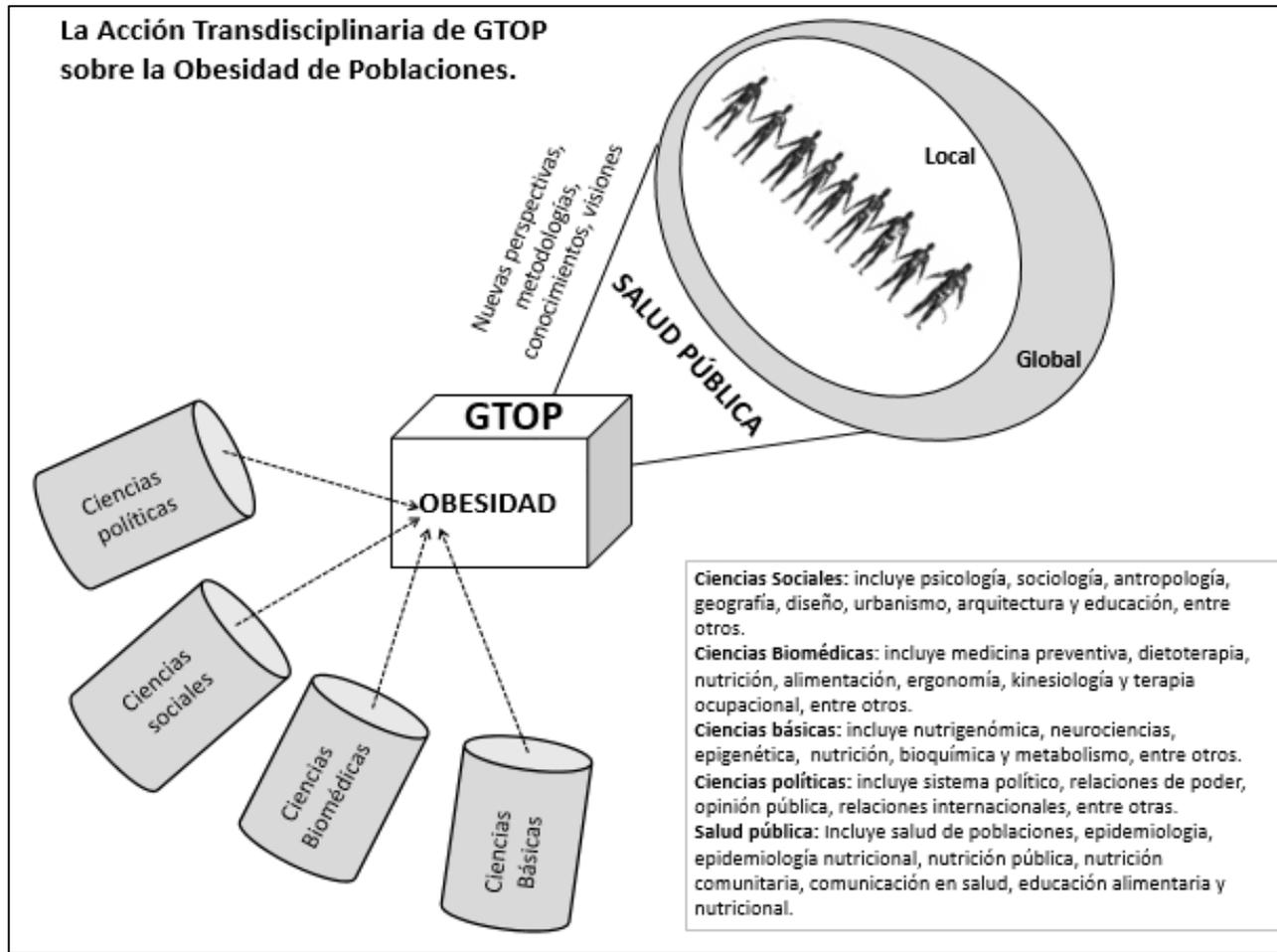
- Think in Global Syndemic terms to create a focus on common systemic drivers that need common actions.
- Join up the silos of thinking and action to create platforms to work collaboratively on common systemic drivers and double-duty or triple-duty actions.
- Strengthen national and international governance levers to fully implement policy actions which have been agreed upon through international guidelines, resolutions and treaties.
- Strengthen municipal governance levers to mobilise action at the local level and create pressure for national action
- Strengthen civil society engagement to encourage systemic change and pressure for policy action at all levels of government to address The Global Syndemic
- Reduce the influence of large commercial interests in the public policy development process to enable governments to implement policies in the public interest to benefit the health of current and future generations, the environment, and the planet
- Strengthen accountability systems for policy actions to address The Global Syndemic
- Create sustainable and health-promoting business models for the 21st century to shift business outcomes from a short-term profit-only focus to sustainable, profitable models that explicitly include benefits to society and the environment
- Focus research on The Global Syndemic determinants and actions to create an evidence base of systemic drivers and actions, including indigenous and traditional approaches to health and wellbeing





Salud en Todas las Políticas es un enfoque de salud pública que toma en cuenta, de manera sistemática, las implicaciones de las decisiones en distintos ámbitos sobre la salud, busca sinergias, y evita impactos negativos, con el objetivo de mejorar la salud de la población y la equidad en salud.

Muchos de los determinantes sociales, económicos y ambientales de la salud van más allá del sector salud y de las políticas de salud.



Contenidos

- ✓ Epidemiología
- ✓ Enfoque y modelo de acción
- ✓ **Contexto: Política Nacional de Alimentación y Nutrición**
- ✓ Ley de etiquetado y publicidad de alimentos
- ✓ Evaluación y desafíos

Estrategias individuales:, acciones en Atención Primaria de Salud, Control Sano Niños/as, Control Gestante, Vacunación, Programas de Vida Sana, Guías Vida Sana, campañas comunicacionales



**Salud /
Enfermedad**

Estrategias estructurales: Estrategia Municipio Comunas y Comunidades Saludables , Ley Etiquetado, Reforma Tributaria, Ley de Publicidad, Fortificación Alimentos, Ley de postnatal de 6 meses, Estrategia sodio en pan, Sistema de Protección Social Chilecrececontigo, Elige Vivir Sano, Programas Alimentarios Estatales

POLÍTICA NACIONAL DE ALIMENTACIÓN Y NUTRICIÓN

Fin	Propósito
Contribuir a mejorar el estado de salud y la calidad de vida de la población nacional en materia alimentaria y nutricional.	Entregar el marco de referencia para el desarrollo de regulaciones, estrategias, planes, programas y proyectos en materia de alimentación y nutrición.

DIMENSIONES POLÍTICA NACIONAL ALIMENTACIÓN Y NUTRICIÓN

**1. Humanizar la
Nutrición y Promover
el Derecho a la
Alimentación
Adecuada**

**2. Fortalecer la Seguridad
Alimentaria y Nutricional:
Disponibilidad, acceso,
utilización de los
alimentos y estabilidad.**

**3. Mejorar la
configuración de los
Entornos y Sistemas
Alimentarios**

**4. Promover la
Alimentación
Saludable**

**5. Fortalecer la
Atención Nutricional
en los diferentes
niveles de atención de
salud.**

**6. Vigilar la
Alimentación y
Nutrición y Evaluar las
Políticas Públicas**

**7. Impulsar la
Participación
Ciudadana y el Control
Social**

**8. Profundizar la
Intersectorialidad y
Salud en Todas las
Políticas**



Contacto



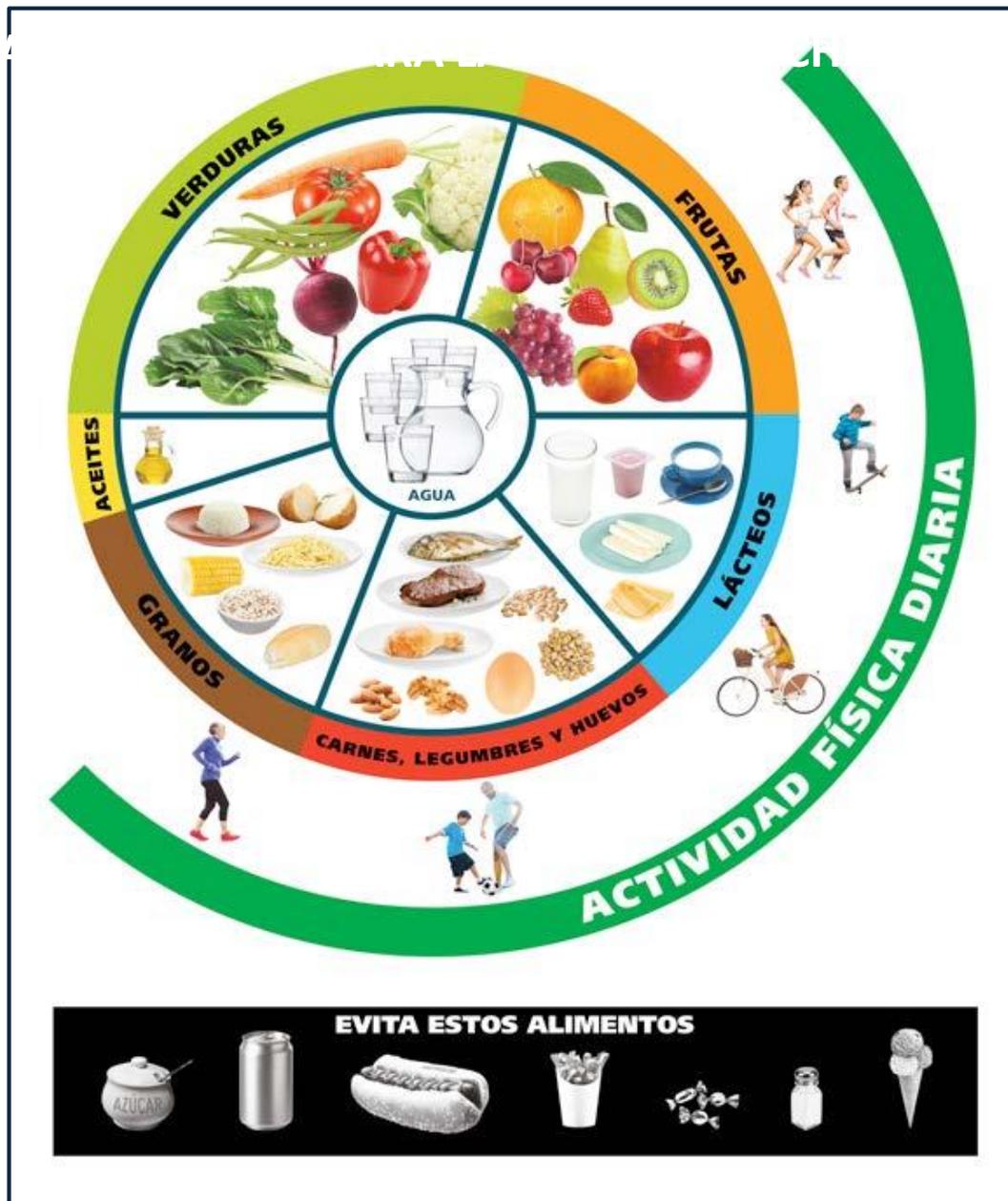
- Inicio
- Programas
- Noticias
- Convenios
- Sobre Nosotros

[Inicio](#) > Nuestro compromiso

Nuestro Compromiso

- Alimentación Saludable
- Actividad Física
- Vida en Familia
- Vida al aire libre







Programa
Vida Sana
Prevención ENTs - Atención Primaria MINSAL





Tipo Norma	:Ley 20780
Fecha Publicación	:29-09-2014
Fecha Promulgación	:26-09-2014
Organismo	:MINISTERIO DE HACIENDA
Título	:REFORMA TRIBUTARIA QUE MODIFICA EL SISTEMA DE TRIBUTACIÓN DE LA RENTA E INTRODUCE DIVERSOS AJUSTES EN EL SISTEMA TRIBUTARIO
Tipo Versión	:Con Vigencia Diferida por Fecha De : 01-10-2014
Inicio Vigencia	:01-10-2014
Id Norma	:1067194
URL	: http://www.leychile.cl/N?i=1067194&f=2014-10-01&p=

LEY NÚM. 20.780

REFORMA TRIBUTARIA QUE MODIFICA EL SISTEMA DE TRIBUTACIÓN DE LA RENTA E INTRODUCE DIVERSOS AJUSTES EN EL SISTEMA TRIBUTARIO

Teniendo presente que el H. Congreso Nacional ha dado su aprobación al siguiente

Proyecto de ley:



Ley 20.780 IMPUESTOS BEBIDAS AZUCARADAS

AMBITO DE APLICACIÓN

- ✓ **Bebidas no alcohólicas naturales o artificiales**
- ✓ **Bebidas energéticas o hipertónicas**
- ✓ **Aguas minerales**
- ✓ **Productos lácteos están excluidos**

- Añadidas de azúcares
- Que superen los límites establecidos



IMPUESTO BEBIDAS AZUCARADAS CHILE

Contenido de azúcar en las bebidas		
	<6,25 gr/100 ml	≥6,25 gr / 100 ml
	Impuesto Antes	Impuesto Ahora
Si azúcares < 6,25 gr/ 100 mL	13%	10%
Si azúcares ≥ 6,25 gr /100 mL	13%	18%

Contenidos

- ✓ Epidemiología
- ✓ Enfoque y modelo de acción
- ✓ Contexto: Política Nacional de Alimentación y Nutrición
- ✓ **Ley de etiquetado y publicidad de alimentos**
- ✓ Evaluación y desafíos





Tipo Norma	:Ley 20606
Fecha Publicación	:06-07-2012
Fecha Promulgación	:06-06-2012
Organismo	:MINISTERIO DE SALUD; SUBSECRETARÍA DE SALUD PÚBLICA
Título	:SOBRE COMPOSICIÓN NUTRICIONAL DE LOS ALIMENTOS Y SU PUBLICIDAD
Tipo Version	:Unica De : 06-07-2012
Inicio Vigencia	:06-07-2012
Id Norma	:1041570
URL	: http://www.leychile.cl/N?i=1041570&f=2012-07-06&p=

LEY NÚM. 20.606

SOBRE COMPOSICIÓN NUTRICIONAL DE LOS ALIMENTOS Y SU PUBLICIDAD



Tipo Norma	:Ley 20869
Fecha Publicación	:13-11-2015
Fecha Promulgación	:06-11-2015
Organismo	:MINISTERIO DE SALUD
Título	:SOBRE PUBLICIDAD DE LOS ALIMENTOS
Tipo Versión	:Unica De : 13-11-2015
Inicio Vigencia	:13-11-2015
Id Norma	:1083792
URL	: http://www.leychile.cl/N?i=1083792&f=2015-11-13&p=

- Ley 20.606 Sobre la Composición Nutricional de los Alimentos y su Publicidad
- Ley 20.869 Sobre Publicidad de Alimentos

LEY DE COMPOSICIÓN NUTRICIONAL DE LOS ALIMENTOS Y SU PUBLICIDAD (20.606)



Ley de publicidad de los alimentos (20.869)

Prohibición publicidad alimentos altos en horario diurno en cine y TV Y Prohibición publicidad sucedáneos LM

Objetivos:

1. Protección de niños y niñas
2. Favorecer selección informada de alimentos
3. Disminuir consumo de alimentos con exceso de energía y nutrientes críticos

Energía y nutrientes alimentos sólidos	2016	2018	2019
Energía kcal/100 g	350	300	275
Sodio mg/100 g	800	500	400
Azúcares totalesg/100 g	22,5	15	10
Grasas saturadas g/ 100 g	6	5	4
Energía y nutrientes alimentos líquidos	2016	2018	2019
Energía kcal/100 ml	100	80	70
Sodio mg/100 ml	100	100	100
Azúcares totales g/100 ml	6	5	5
Grasas saturadas g/100 ml	3	3	3

TÚ ERES SU EJEMPLO

COMER JUNTOS
Y EQUILIBRADO LE HACE
BIEN A NUESTRA VIDA.

Planifiquemos la alimentación familiar en
elplatodetuvida.cl

PARA UNA ALIMENTACIÓN EQUILIBRADA

- Planifica las compras
- Cocina en conjunto con tu familia o amigos
- Síntense juntos a comer
- Preferir alimentos frescos, naturales y comida casera
- Escoge colaciones saludables



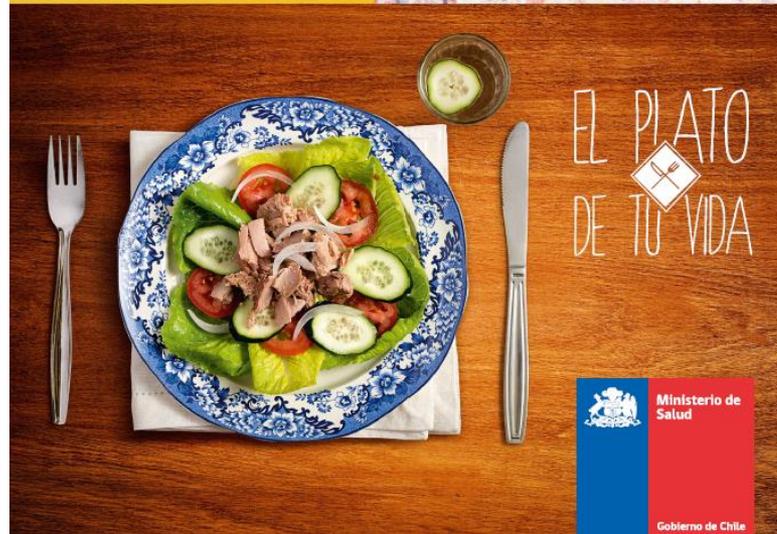
TÚ ERES SU EJEMPLO

COMER JUNTOS
Y EQUILIBRADO LE HACE
BIEN A NUESTRA VIDA.

Planifiquemos la alimentación familiar en
elplatodetuvida.cl

PARA UNA ALIMENTACIÓN EQUILIBRADA

- Planifica las compras
- Cocina en conjunto con tu familia o amigos
- Síntense juntos a comer
- Preferir alimentos frescos, naturales y comida casera
- Escoge colaciones saludables





“Consume alimentos con menos sellos y si no tienen mejor”



Ministerio de Salud

Gobierno de Chile

Santiago, junio de 2016



minisal.cl

Prefiere alimentos con menos sellos

Y SI NO TIENEN, MEJOR

- ALTO EN AZÚCAR
- ALTO EN GRASAS
- ALTO EN SODIO
- ALTO EN AZÚCAR

- Identifica, mira y compara las etiquetas de los alimentos.
- Escoge colaciones saludables para niños y niñas.

LLAMA & SALVA VIDA
600-360-7777

TODOS POR CHILE



Niños y niñas nos dan su opinión sobre los sellos de advertencia de la Ley de Alimentos

Para descargar, click derecho/ guardar destino/enlace como...

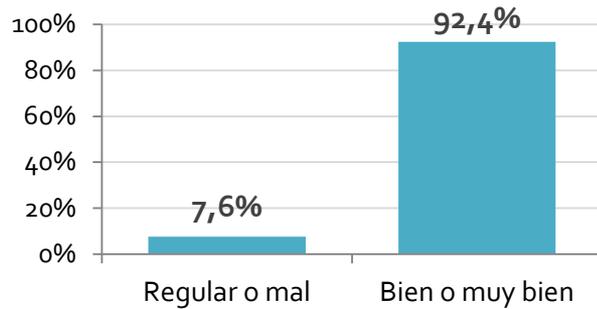


<http://web.minsal.cl/ley-de-alimentos-material-de-descarga/>

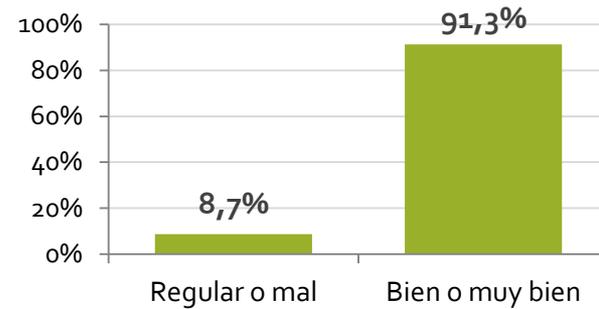
Contenidos

- ✓ Epidemiología
- ✓ Enfoque y modelo de acción
- ✓ Contexto: Política Nacional de Alimentación y Nutrición
- ✓ Ley de etiquetado y publicidad de alimentos
- ✓ **Evaluación y desafíos**

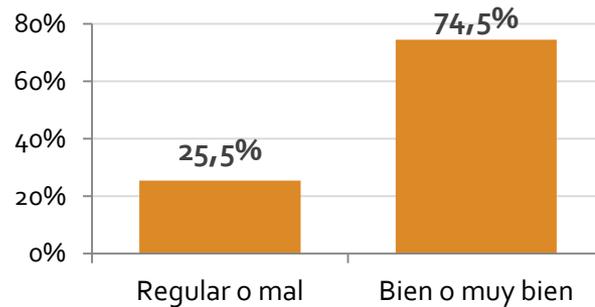
¿Cómo evaluaría usted las siguiente política pública: Obligación de etiquetar con los sellos los alimentos "altos en" azúcares, grasas saturadas, sodio y calorías?



¿Cómo evaluaría usted la siguiente política pública: Prohibición de venta de alimentos "altos en" en establecimientos educacionales?



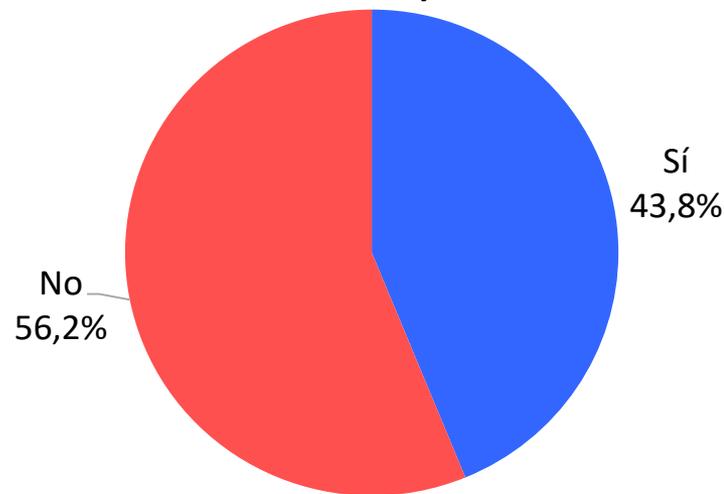
¿Cómo evaluaría usted la siguiente política pública: Prohibición de la publicidad a niños de los alimentos "altos en"?



n = 1067 personas encuestadas dic 2016

RECONOCIMIENTO DE SELLOS

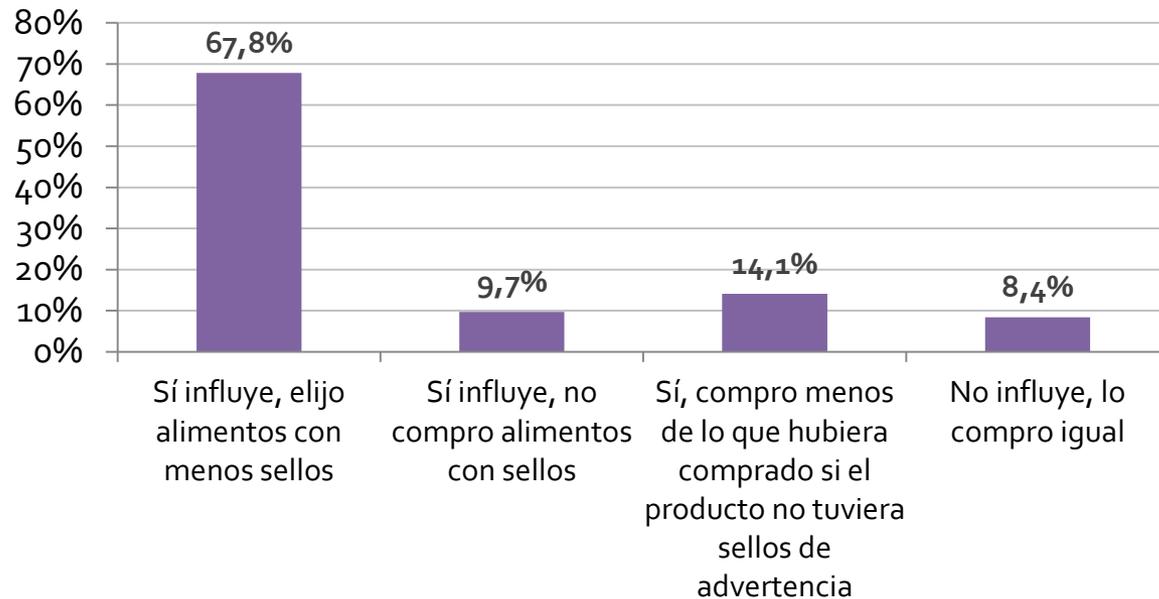
Comparación de la cantidad de sellos al comprar alimentos envasados (Muestra total)



En el grupo de personas que sí comparan la cantidad de sellos al elegir alimentos envasados, se destacan las personas de 46 a 60 años (51,4%), de hogares sin niños/as (47,3%) y que realizan las compras de comida en el hogar (48,6%).

Entre quienes no comparan la cantidad de sellos se relevan los jóvenes de 18 a 29 años (63,6%), los hogares con niños/as (59,8%) y personas que no hacen las compras de alimentos en su hogar (66,0%).

¿Influye esta información en su elección de compra?

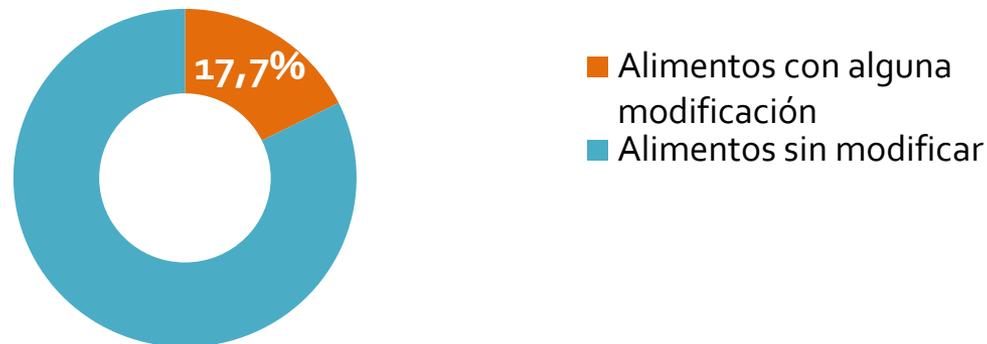


n = 467 personas que comparan la cantidad de sellos, 43,8% de la muestra total de 1067 de dic 2016

RESULTADOS ESTUDIO REFORMULACIÓN (dic 2016)

Distribución porcentual de los alimentos reportados por SOFOFA, según modificaciones en su composición nutricional.

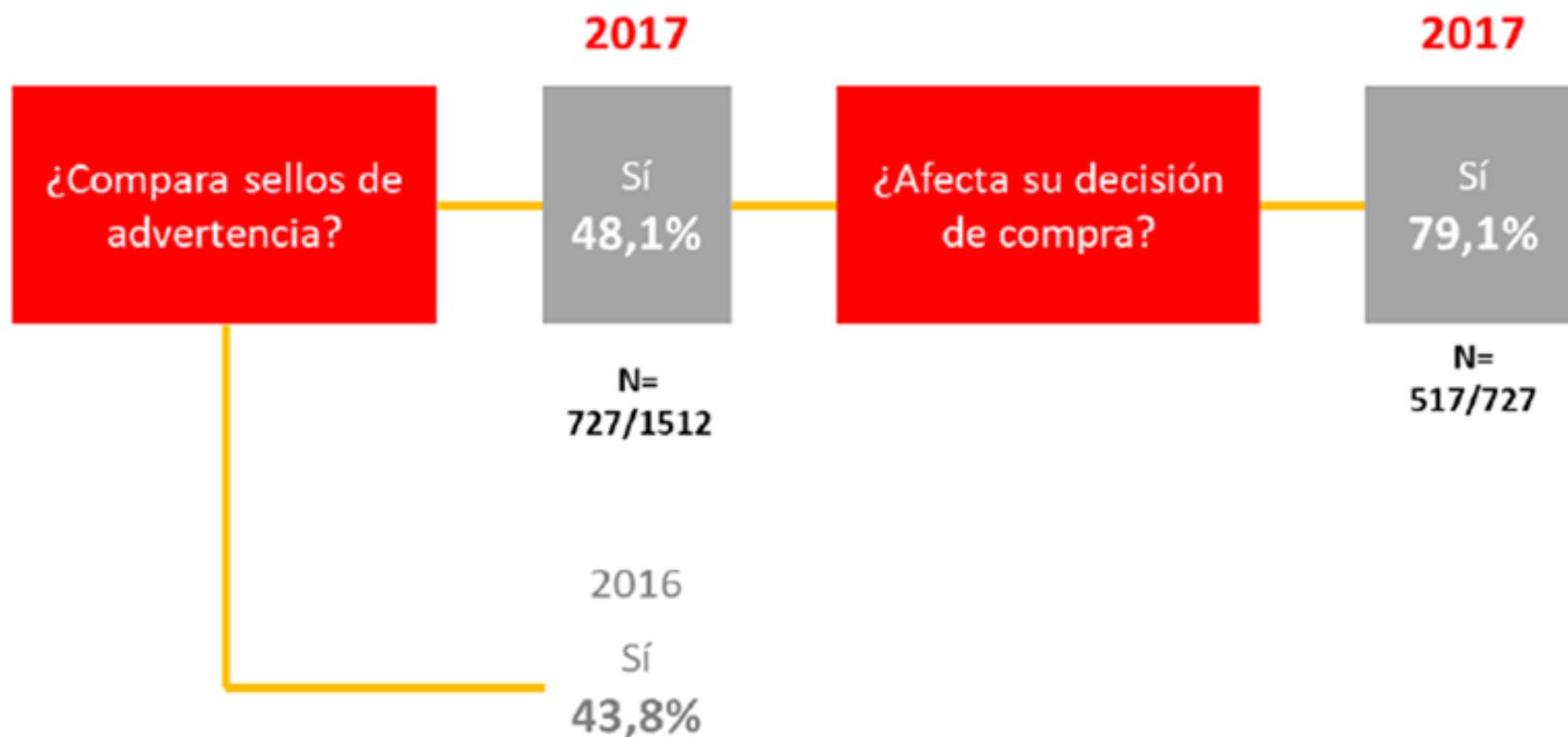
Período enero - junio 2016 (n= 5434)



Del total de alimentos analizados el 17,7% sufrió alguna modificación en su composición nutricional, los grupos de lácteos y derivados, cecinas y hamburguesas y cereales procesados fueron las que presentaron una mayor proporción de modificación en su composición nutricional. **82.3%**

Fuente: SOFOFA, dic 2016

Percepción Ciudadana (Ministerio de Salud)



ANTES

AHORA



Imagen facilitada por Lopez1092 en www.cibo.es

Ley de Etiquetado jubila al tradicional personaje de los productos con sellos negros

Sacan imagen del viejito pascuero de los chocolates: "Parece momia"



Así se ven los envases de los chocolates sin los viejos pascueros a la vista.



La imagen de este chocolate ya es legal.

La tercera fase

► La tercera etapa de la Ley de Etiquetado, que comenzó a operar en junio de 2019, hace más restrictivos los contenidos de grasas, azúcares, calorías y sodio. Si actualmente los empaques sólidos tienen sellos cuando los 100 gramos tienen más de 300 kcal, 100 mg de sodio, 15 gramos de azúcar y 5 gramos de grasas saturadas, en junio de 2019 los 100 gramos llevarán sello si tienen más de 275 kcal, 400 mg de sodio, 10 gramos de azúcar y 4 gramos de grasa. En líquidos, hoy 100 ml de producto tienen sello si tienen más de 60 kcal, 100 mg de sodio, 5 gramos de azúcar y tres de grasa. En la tercera fase, el tope será de 70 kcal, 100 mg de sodio, 5 gramos de azúcar y 3 de grasa.

MAURICIO RUIZ

Carmen Rojas es precavida. Cien veces, a 3 metros y 20 días para Navidad, anda detrás de los adornos festivos que ya ofrece el Supermercado Jumbo de Bilbao. Echa en el carro un dulce que decorará el árbol, guirnalda, enredos y le llama la atención un cartel dco "Figuras Chocolates Repletos viejito pascuero 60 gramos", a 890 pesos. "¿Este es un viejito pascuero?", se pregunta con una tremenda sonrisa. Luego seche desvergonchando la talle: "Más que viejito pascuero, parece una momia". El envase metálico sólo lleva los sellos negros de advertencia del productor: alto en azúcares, grasas saturadas y calorías, sin el viejito pascuero. Una vez abierta, en el chocolate está tallada la imagen del personaje navideño.

El tema también agarró vuelo en redes sociales: que sabemos fotos de los envases sin el viejito pascuero como protagonista de los chocolates: "Horribil, cómo se los puede

Corrió la misma suerte que otros protagonistas emblemáticos como el tigre Tony de las Zucaritas o el perrito de los Chocapic. Fallo de la Suprema ratifica cambios en rotulados.

ocurrir", se lamentaba una twittea. Lo concreto es que todo esto no se los ocurrió a las marcas ni al Jumbo porque, simplemente, están respondiendo a la Ley de Etiquetado de alimentos, que prohíbe que los golosinas con sellos negros tengan asociadas personajes que incluyan la adquisición de esos productos. Como ejemplo: el perrito café de los Chocapic; el tigre Tony de las Zucaritas o el tucán Sam de los Front Luños de Ferragosto. Incluso, en el caso de colocar el viejito pascuero en chocolates, la Corte de Suprema, hace dos semanas, ratificó específicamente que está fuera de la ley. Desde el Jumbo, en todo caso, recalcan que no fue una reacción a lo determinado por el tribunal por que desde que se aprobó la Ley de Etiquetado han eliminado los perso-

ajes asociados a los productos con sello negro y que ya el año pasado no tenían viejitos pascueros en sus envases.

Multa
La Corte Suprema se pronunció sobre un recurso de casación de una distribuidora de Lequipe, la que solicitó que quedara sin efecto una multa de 5 UTM que le aplicó la Seremi de Salud de Tarapacá por vender chocolates y golosinas con el Viejito Pascuero en 2016. La autoridad de salud cursó esa infracción porque la Ley de Etiquetado prohíbe que las golosinas dirigidas a menores de 14 años incluyan personajes comerciales no relacionados con la promoción propia del producto, tales como regalos, concursos, juegos u otros elemen-

tos de atracción infantil, como es la figura del viejito.

Manuel Fernández, Seremi de Salud de Tarapacá, controló la decisión de la Corte Suprema porque ratifica que la multa cursada se amaga en estricto rigor a la Ley de Etiquetado. "Está prohibida la publicidad de estos menores de 14 años cuando los productos sobrepasen los límites máximos de energía, sodio, azúcar o grasas saturadas. Y está figura del viejito pascuero en la etiqueta del chocolate está dirigida a menores. Por eso iniciamos un sumario y sancionamos con una multa".

"¿Por qué se llegó a la Corte Suprema a zanjar el asunto?"
"La información que tenemos es que la empresa Caruzzi que era la distribuidora del producto interpu-

so un recurso en la Corte de Apelaciones y luego en la Suprema porque, según ellos, no procedía la multa por la Seremi de Tarapacá. El Consejo de Defensa del Estado nos representó en el caso que termino con el fallo que nos dio finalmente la razón.

"¿Cree que quitar el viejito pascuero da resultado, que haya menor demanda por el chocolate?"
"Está comprobado que estos productos con personajes o regalos generados en los niños se venden para comprar estas golosinas. Lo que se prohíbe, entonces, es la publicidad dirigida a los menores de 14 años y sólo en aquellos productos altos en sodio, grasas, azúcar".

"¿Puede, entonces, estar la imagen del Viejo pascuero en un envase de una golosina que no tenga sellos negros?"
"Ahí es, si el problema es cuando sobrepasa una golosina los límites máximos que, más o menos, se agree con publicidad para que la consuman".

2018 MEJOR AUTO DEVALOR

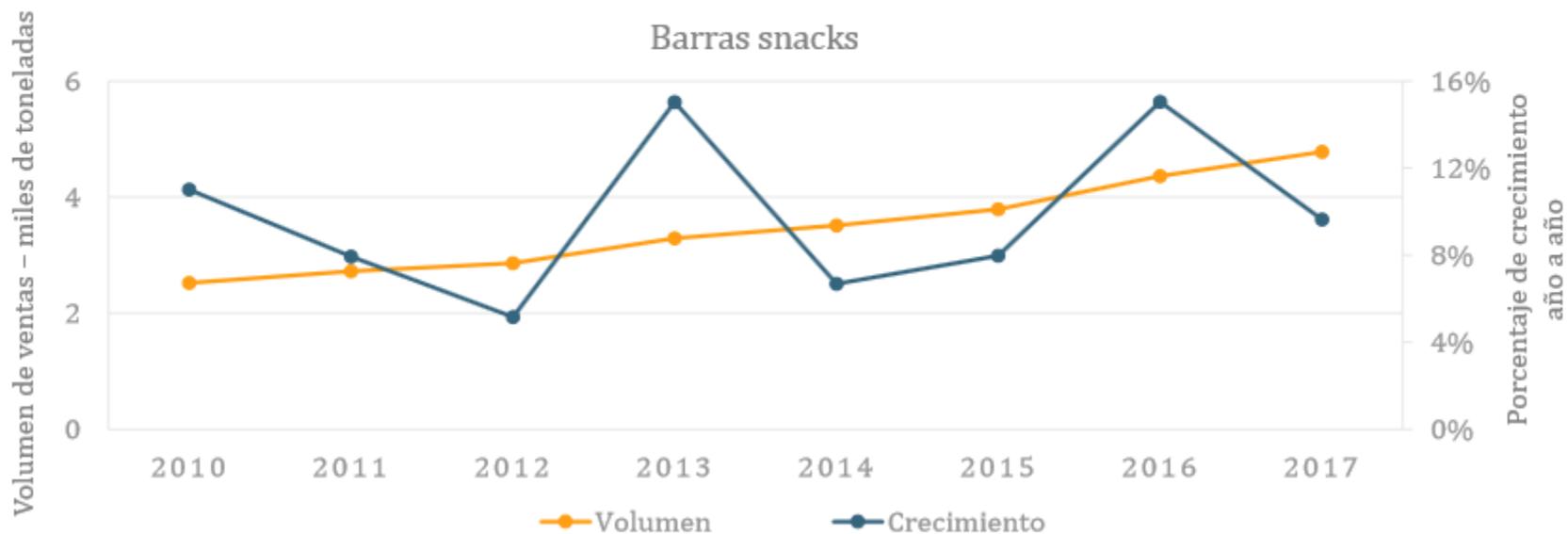
CHANGAN
Driving Forward With You

LÍNEA **CX70**

Navigation, Bookmarks, and other utility icons.



Barras energéticas y de cereal crecen al adaptarse a la tendencia



15%

Crecimiento promedio en 2016

Empresas reformulan e importan productos para adaptarse a la nueva ley. Existe un creciente reposicionamiento de las barras de cereal hacia "naturalmente saludable". Consumidores de mayor ingreso disponible optan por barras energéticas / proteicas.

Penetración de productos altos en proteína en góndolas de farmacia también impacta el consumo.

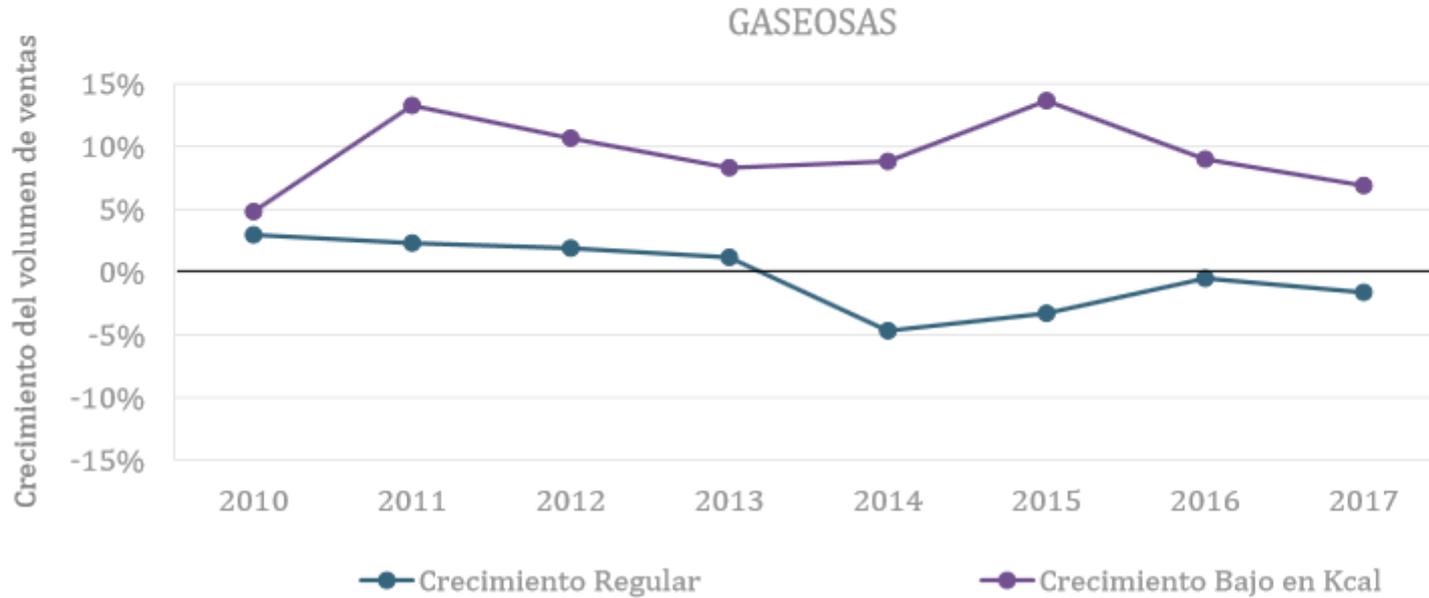
Barras de cereal: ingredientes relacionados ley de etiquetado bajaron



75%

Gracias a las reformulaciones, en los últimos años, las empresas de barras de cereales lograron reducir los sellos nutricionales en 75% comparando la formulación de 2014 con la de 2017.

Crecimiento de gaseosas saludables se sostiene en el tiempo



1,3%

Crecimiento promedio total de gaseosas en 2016

-0,5%

Regular

9%

Light

Según análisis al primer año de vigencia de la Ley de Etiquetado de Alimentos:

Caen la compra de cereales y bebidas y la exposición de niños a productos “alto en”

El estudio muestra una baja de nutrientes críticos en esos y otros como lácteos, quesos y cecinas. Ministro de Salud, Emilio Santelices, afirmó que los resultados manifiestan el éxito de la política pública.

NADIA CABELLO

A poco más de dos años de que comenzó a regir la Ley de Etiquetado de Alimentos, en junio de 2016, surgen los primeros análisis sobre el impacto de la norma.

Esta regulación obligó a los productos envasados que superen los límites establecidos para nutrientes críticos (azúcar, so-

ternacional de consumo) con datos de dos mil hogares del país, se observa que a seis meses de la entrada en vigencia de la ley, la compra de cereales para el desayuno con sello disminuyó 14%.

En el caso de las bebidas azucaradas, “considerando el hecho de que algunos productos han dejado de ser ‘alto en’ debido a la reformulación, se observa a 18 meses de implementada la ley



■ “Uno tiene que ser serio”

El efecto de la Ley de Etiquetado ha sido discutido desde su inicio. De hecho, en una entrevista publicada por “El Mercurio” el domingo pasado, el presidente de empresas Carozzi, Gonzalo Bofill, aseguró que la normativa es “un fracaso” y apuntó: “¿Qué mejor indicador externo que el último informe de la FAO? Este señala que, desde que se implementó la ley, Chile saltó del

MIÉRCOLES 21 DE NOV

Resultados Ley 20.606 Chile (1 año de implementación)

INFORMAS-SLAN

DISMINUCIÓN DE EXPOSICIÓN DE PREESCOLARES Y ADOLESCENTES A PUBLICIDAD DE ALIMENTOS “ALTO EN” EN TELEVISIÓN: 46%-62%

DISMINUCIÓN DEL CONTENIDO PROMEDIO DE SODIO Y AZÚCARES DE ALIMENTOS ENVASADOS:

- 20%-35% azúcares en bebestibles, lácteos y cereales de desayuno de mayor venta
- 5%-10% en quesos y cecinas más vendidos
- Esto implican una reducción en alrededor de 50% de productos “ALTO EN” en estas categorías

PERSONAS RECONOCEN MEJOR LA CALIDAD NUTRICIONAL DE LOS ALIMENTOS ENVASADOS TRAS INCORPORACIÓN DE SELLOS DE ADVERTENCIA:

- >90% de las madres de preescolares adolescentes valoraron la presencia de los sellos de advertencia
- >90% entienden el significado de los sellos
- 40%-50% usan los sellos cuando quieren saber qué tan saludables son los alimentos
- casi 30% mejoraron la identificación de alimentos menos saludables post inicio de la Ley

DISMINUCIÓN DE LAS COMPRAS DE BEBESTIBLES Y CEREALES DE DESAYUNO “ALTOS EN” EN LOS HOGARES:

- 14% de disminución en la compra de cereales de desayuno
- 25% de disminución en la compra de bebestibles



Ley de Etiquetados: Un 61% de los chilenos declara que los sellos influyen en su decisión de compra, siendo 'Alto en grasas saturadas' el sello al que se le atribuye mayor impacto

El conocimiento de los sellos y su influencia en la decisión de compra es algo que ya se ha instalado en la mayoría de los chilenos. Así, un 97% de los entrevistados es capaz de nombrar algún sello y 6 de cada 10 personas declara que éstos afectan su conducta de compra. El mayor efecto lo tiene el sello 'Alto en grasas saturadas' (37%), seguido por 'Alto en azúcar' (32%), 'Alto en sodio' (20%) y por último 'Alto en calorías' (12%), aunque es relevante destacar que este último influye muy fuertemente en los más jóvenes, llegando a un 30% en la Generación Z.

Aunque la generación Z es la que tiene mayor recuerdo de cada uno de los sellos, el efecto en la compra va aumentando con la edad, desde un 52% que declaran que los sellos inciden en su comportamiento en esta generación más joven hasta un 72% en los Baby Boomers.

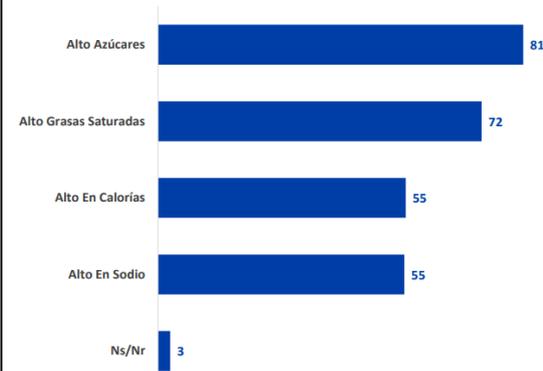
64% de los chilenos declara fijarse en los sellos antes de elegir un producto y haber cambiado los productos que consumía habitualmente por otros con menos sellos. Un 58% cambió marcas habituales, un 57% dejó de comprar un producto y un 38% modificó las colaciones de sus hijos.

Por otra parte, casi un 60% de los encuestados declaran haberse sorprendido con que algunos productos tuvieran sellos, principalmente las galletas, cereales y yogurt.

Sobre la nueva etapa de la Ley de etiquetados que se implementará en junio de 2019, sólo un 37% declara estar en conocimiento de ésta, conocimiento que aumenta con la edad.

Conocimiento de sellos ALTO EN...

¿Cuáles sellos 'Alto en...' conoces? R. Espontánea
Base total: 1.600 casos



Alimentación Saludable: Cerca de la mitad de los chilenos declara no llevar un estilo de alimentación saludable, pese a que un 60% lo considera importante

Más allá de la Ley de Etiquetados, sólo un 54% de las personas declara que lleva un estilo de alimentación sano o saludable, siendo esta cifra más baja en los Millenials (42%) y más alta en los Baby Boomers (70%). ¿Qué es para ellos comer sano? La mayoría considera que se trata de 'comer de todo un poco, equilibrado' (67%), 'comer en horarios establecidos' (59%), 'no comer comida chatarra' (56%) y 'no comer mucha sal/azúcar' (55%).

Un tercio de los encuestados declara que alimentarse de manera sana hoy en día es difícil o muy difícil, siendo esta cifra significativamente más alta en los Millenials (38%). El principal obstáculo declarado es que comer sano es más caro (80%).

Aunque solo la mitad de los entrevistados reconoce tener una alimentación saludable, un 60% de los encuestados afirma que comer sano o saludable es Muy importante/importante, siendo este número más alto a medida de que envejecen las generaciones, llegando a un 75% en los Baby Boomers. Además, un 67% declara estar dispuesto a cambiar su actual estilo de alimentación, cifra que es transversal en todas las generaciones.

Sobre los alimentos que se evitan, el principal es el azúcar refinada (44%). Llama la atención también los altos niveles declarados de no consumo de lactosa (41%) y grasas saturadas (38%). Finalmente, es interesante mencionar que 1 de cada 5 personas se declara vegano o vegetariano y aunque los números son bajos, pareciera existir una tendencia a eliminar las carnes en los menores de 20 años.

Influencia del sellos 'Alto en...' en la compra

¿Hay algún sello 'Alto en...' que influya en tu decisión de compras más que otros?



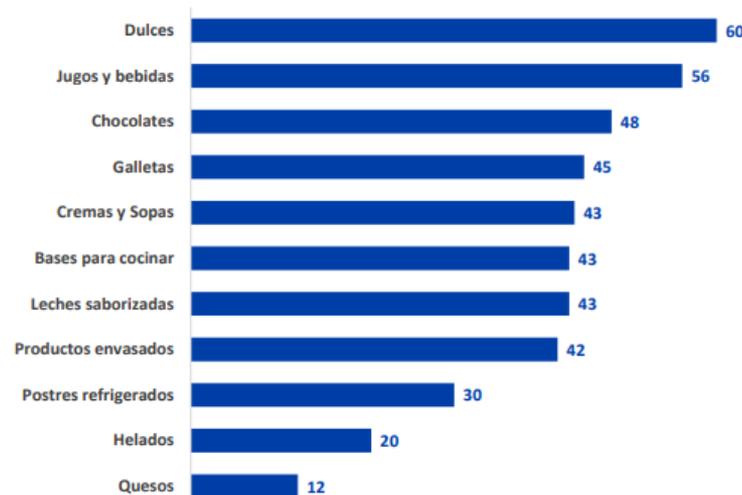
Productos con sellos no esperados

Quando se implementó la ley ¿Te sorprendió que algunos productos tuvieran sellos?
R. Espontánea



Productos que dejaron de consumir

¿Cuál o cuáles alimentos dejaste de consumir? R. Guiada



Casos quienes dejaron de consumir o cambiaron alimentos: 1.198

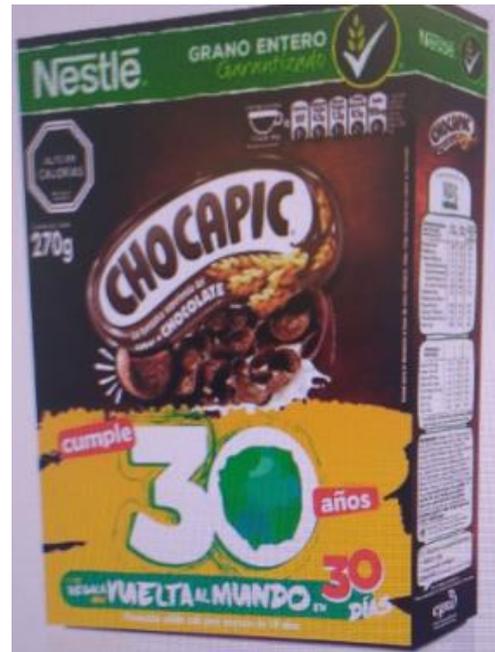
Acciones frente a la Ley de Etiquetados

Desde la implementación de la Ley de Etiquetados, tú... (% SI)
Base total: 1.600 casos



CADEM DIC 2018. MAYORES DE 13 AÑOS. 1600 ENTREVISTAS

CUMPLEN PERO..... ESTÁN EN EL LÍMITE.....



GRACIAS



DESAFÍOS.....

- ✓ Evaluar las nuevas políticas
- ✓ Profundizar algunos de los cambios
- ✓ Estar atentos a la nueva evidencia que surja
- ✓ Diseñar nuevas políticas y programas
- ✓ Implementar cambios diseñados
- ✓ Re-evaluar.....Rediseñar.....implementar



Lorena Rodríguez Osiac
Lrodriguezosiac@gmail.com