



Casa abierta al tiempo

Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Xochimilco

División de Ciencias Sociales y Humanidades

*“El etiquetado de los productos ultraprocesados: una medida
ante los productores y consumidores”*

**Trabajo terminal para obtener el título de licenciado en
política y gestión social**

Presenta:

Hernández Romero Eduardo

Hurtado Vázquez Alexis

Asesor: *Navarro Arredondo Alejandro*

Índice

Introducción	3
Marco teórico	7
Problemas públicos	7
Políticas públicas	9
Racionalidad	10
Conductismo	11
Políticas conductuales	14
Nudge theory	15
Instituto Nacional de Salud Pública	19
ENSANUT	20
Alimentación saludable	21
El Plato del Bien Comer	23
Obesidad y sobrepeso	25
Marco contextual	28
Obesidad en México	28
La implementación del etiquetado frontal	31
Marco normativo	40
Norma Oficial Mexicana-051	40
Ley Federal de Protección al Consumidor	46
Ley General de Salud	54
Análisis empírico	59
Reflexiones:.....	77
Conclusiones:	79
Bibliografía:	87

Introducción

La implementación del etiquetado frontal en nuestro país es un esfuerzo por eliminar o disminuir la asimetría de información entre los productores y consumidores de los alimentos ultra procesados, su finalidad es proporcionar al consumidor información clara y concisa sobre los contenidos de los alimentos para contribuir a la prevención de la obesidad y enfermedades crónicas.

El etiquetado frontal se ha implementado para abordar las limitaciones de sistemas de etiquetado anteriores, como las Guías Diarias de Alimentación (GDA), que a menudo eran poco claras para la mayoría de la sociedad debido a factores como la necesidad de conocimientos especializados y la realización de cálculos matemáticos para evaluar el consumo de alimentos. Estas deficiencias fueron señaladas en un estudio realizado por el Instituto Nacional de Salud Pública (INSP), llevado a cabo por Stern, Tolentino y Barquera en 2011.

Por su parte, el etiquetado frontal busca proporcionar información clara y accesible para la población en general, a diferencia el etiquetado basado en GDA, contiene leyendas cortas en forma de advertencia, lo que lo hace más visible y permite tomar una elección al consumidor de manera más clara y rápida. Entre las ventajas enlistadas por el gobierno se encuentran: ayuda a decidir si es sano o no consumir un producto en específico, informar de forma verídica sobre los nutrientes, promueve la fácil comparación entre productos y advierte sobre ingredientes dañinos para la salud (Gobierno de México, 2021).

El objetivo de esta política responde a los numerosos casos de muertes por enfermedades crónicas relacionadas con la obesidad y mala alimentación que se ha desarrollado en nuestro país en los últimos años. Datos proporcionados por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) muestran un listado de diez principales causas de muerte en nuestro país, donde destacan las enfermedades del corazón en la primera posición, y la diabetes mellitus en tercer lugar, sólo

rebasada por el COVID-19 en el contexto de la atípica situación mundial de la pandemia (INEGI, 2022).

Ante este panorama el gobierno actual busca replicar los buenos resultados obtenidos en países como Chile. El etiquetado frontal consta de 3 fases estipuladas por el gobierno de México donde entrarán en vigor distintas medidas de manera gradual establecidas en la Norma Oficial Mexicana 051 culminando en el año 2025. En estas fases se brindará mayor información (nutrientes añadidos y no añadidos) a los consumidores para promover una toma de decisiones más informada (Alianza por la salud alimentaria, 2020).

La implementación del etiquetado frontal se rige bajo un marco normativo establecido en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y leyes secundarias, como lo son: la Ley Federal de Protección al Consumidor y la Ley General de Salud. Por lo anterior, algunas interrogantes cobran relevancia, por ejemplo, a partir de la modificación de la norma 051, ¿Qué productos ultra procesados han visto modificado su etiquetado? y ¿cómo se ha modificado el consumo de dichos productos?

Planteamiento del problema: Las enfermedades atribuibles a una mala alimentación y desarrollo de obesidad (enfermedades del corazón y diabetes mellitus) son dos de las causas de muerte más importantes en nuestro país; según datos del INEGI las muertes por enfermedades del corazón llegaron a 225 449 en el 2021, ocupando el segundo puesto en un listado de “diez principales causas de muerte”, mientras que la diabetes mellitus llegó a 140 729, ocupando el tercer puesto en este enlistado (INEGI, 2021). Durante los últimos años se ha intentado incidir en este problema mediante programas, planes y proyectos de distintos gobiernos. Sin embargo, ninguno ha tenido los resultados esperados pues los índices de obesidad, sobrepeso y muertes relacionadas a estos padecimientos siguen en aumento. Datos del Instituto Nacional de Salud Pública establecidos en la Encuesta Nacional de Salud y Nutrición ENSANUT 2018 muestran que, a nivel nacional el porcentaje de adultos de 20 años y más con sobrepeso y obesidad es de 75.2%, mientras que un porcentaje de 35.6% de los niños entre 5 a 11 años, a

nivel nacional, tienen obesidad y sobrepeso. Bajo este contexto, la implementación del etiquetado frontal para brindar mejor información sobre los productos nocivos para la salud nos remite a casos “exitosos” como el de Chile, y se espera que su implementación en nuestro país traiga resultados similares.

La pregunta planteada dentro de esta investigación será ¿Cómo incide la implementación del nuevo etiquetado frontal establecido en la NOM-051 en la producción de alimentos ultraprocesados y en su consumo por parte de la población?

Hipótesis 1: el etiquetado frontal incide de manera favorable en el consumo de alimentos ultraprocesados, logrando que las personas tomen mejores decisiones al momento de adquirir estos productos.

Hipótesis 2: Los consumidores reducen la adquisición de productos ultraprocesados debido a la información nutrimental mostrada por el etiquetado frontal

Objetivo general: Analizar el impacto de la NOM-051 en las decisiones de compra y consumo de los consumidores.

Objetivos particulares:

1. Mostrar la evolución de las enfermedades atribuibles a la obesidad y sobrepeso (Diabetes mellitus y enfermedades del corazón) con datos recabados por el INEGI y el INSP.
2. Señalar y analizar las leyes y normas donde se estipulan métodos, acciones que deben cumplir los productores de alimentos ultraprocesados en torno al etiquetado frontal.
4. Diseñar y aplicar cuestionarios a personas de la CDMX residentes de la alcaldía Iztacalco para visualizar y analizar los cambios que han tenido en el consumo de los alimentos ultraprocesados a partir del etiquetado frontal, con la finalidad de inferir como se ha modificado su consumo a raíz de la NOM-051.

Metodología: El desarrollo de la investigación fue formulado de manera mixta, mediante información documental y empírica.

Dentro de la sección teórica, se procedió a definir conceptos clave, contextualizar el problema de salud pública y recopilar datos sobre las condiciones de salud relacionadas con la alimentación deficiente en la población mexicana. Estos datos se obtuvieron a través de fuentes proporcionadas por el Instituto Nacional de Salud Pública (INSP) y el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) para ofrecer una visión de la evolución histórica del problema y su situación actual. Además, se llevó a cabo una revisión exhaustiva del marco legal, que se basó en el artículo cuarto de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, que establece la responsabilidad del Estado en garantizar una alimentación adecuada para la población.

La investigación se centró en el análisis de las modificaciones realizadas a la Norma Oficial Mexicana 051 (NOM-051), lo que implicó el examen detallado de la Ley General de Salud, la Ley Federal de Protección al Consumidor y la propia Norma Oficial Mexicana 051.

La parte empírica del estudio se llevó a cabo mediante la recopilación de datos a través de cuestionarios realizadas en la alcaldía Iztacalco, en un período que abarcó desde el 19 de febrero hasta el 13 de marzo de 2023. Estos cuestionarios se administraron de manera presencial a un total de 100 participantes mayores de edad, en áreas cercanas a supermercados ubicados dentro de la alcaldía. El propósito principal de estos cuestionarios era evaluar la percepción de los consumidores en relación con el nuevo etiquetado frontal, así como comprender cómo percibían su consumo de alimentos ultraprocesados y si tomaban en cuenta los sellos de advertencia implementados en este nuevo etiquetado frontal.

Marco teórico

Problemas públicos

De acuerdo con el autor Gary Becker, citado por Mauricio Olavarría Gambi, un problema es reconocido como problema social cuando: (Gary Becker, 1995, como se citó en Gambi Olavarría, 2007)

- (i) Muestra carencias objetivas en la sociedad y;
- (ii) Cuando los actores con poder califican a esa situación como problema público.

Y adquiere la característica de problema público cuando:

Actores de poder – dentro y fuera del Estado – identifiquen como tal a esa situación de carencias (...) una situación recibirá la denominación de problema público cuando un determinado grupo, con influencia y capacidad de movilizar actores de poder, considera que la situación actual no es aceptable y que es necesaria una intervención de política pública para remediar" (Gambi Olavarría, 2007, p. 10).

De modo que se entiende al “problema público” como aquel de interés común dado que afecta de manera general y no constituye un problema de interés particular, el cual requiere una intervención estatal por medio de las políticas públicas; por lo que una característica esencial de los problemas públicos es que estos sean visualizados por las esferas de poder y la necesidad de intervenir en ellos.

Mauricio Olavarría identifica tres características de los problemas públicos: 1) interdependencia de los problemas, donde establece que los problemas son producto de condiciones y características de interdependencia por lo que se necesita tener un panorama general que contemple todas estas características y condiciones al intentar inferir en ellas; 2) subjetividad en la identificación de problemas públicos, donde señala que al existir numerosas situaciones

problemáticas los tomadores de decisiones (integrantes de las esferas de poder) consideran aquellas que coinciden con sus visiones, aspiraciones e intereses; 3) los problemas públicos son dinámicos, así se establece que los problemas públicos evolucionan debido a los cambios culturales, sociológicos, tecnológicos, etc. por lo que las intervenciones que se realizan para intentar influir en ellos evolucionan de la misma manera (Olavarría Gambi, 2007).

Vega (2021) sostiene que el núcleo de toda política pública estriba en una correcta estructuración del problema que se intenta intervenir. Retomando a Aguilar Villanueva establece que una política no solo es una decisión singular, sino que es un conjunto de acciones. De modo que se concibe a la política como un curso de acción en doble sentido; 1) un curso de acción deliberadamente diseñado, 2) un curso de acción efectivamente seguido (Vega, 2021).

Para Vega (2021: 74) “Las políticas no surgen ni operan en el vacío, se enmarcan en la dinámica del sistema político, en los procesos de interacción de lucha por el poder, donde se entrecruzan intereses, conflictos, necesidades, reivindicaciones y, donde, en última instancia, se exponen, discuten y moldean los problemas públicos”. Aunado a ello, Vega (2021) enfatiza en que los problemas públicos no son evidentes por sí mismos, sino que responden a una construcción social donde estos se deben identificar y señalar, de ahí la importancia de una correcta identificación y estructuración de las líneas de acción para intervenir en el problema público.

Dentro de esta investigación, entenderemos “problemas públicos” como aquellos de naturaleza general, identificados y señalados por la esfera de poder donde se establecen líneas de acción para intentar influir en ellos bajo la adopción y reconocimiento de las concepciones como la subjetividad del reconocimiento de los problemas públicos, la dinámica de los problemas (evolución temporal) y los problemas públicos como construcción social de los autores mencionados en los párrafos anteriores.

Políticas públicas

Las políticas públicas son definidas de diferentes modos por cada autor que las trata; sin embargo, se entiende de manera general como política pública al accionar del Estado y gobierno para intentar influir en los problemas públicos.

Eugenio Lahera define a las políticas públicas como:

Cursos de acción y flujos de información relacionados con un objetivo público definido en forma democrática; los que son desarrollados por el sector público y, frecuentemente, con la participación de la comunidad y el sector privado. Una política pública de calidad incluirá orientaciones o contenidos, instrumentos o mecanismos, definiciones o modificaciones institucionales, y la previsión de sus resultados (Lahera, 2002, p.4).

Por su parte, Mauricio Olavarría concibe que existen cuatro características o elementos por los que debe pasar cualquier política pública (Olavarría, 2007, p. 23).

Primero, que para que haya una política pública debe haber una decisión o conjunto de decisiones sobre un mismo tema, de una autoridad competente.

Segundo, que esa decisión o conjunto de decisiones siguen un cierto proceso formal. Es decir, hay un cierto procedimiento institucional que lleva a que ciertas iniciativas se transformen o no en una política pública.

Tercero, la caracterización del problema y la discusión sobre los aspectos sustantivos de la política pública hace necesario el aporte de la aproximación técnico – racional.

Cuarto, que tras la definición de una política pública hay un proceso político en que diversos actores explicitan sus intereses y pugnan porque los contenidos concretos de la política pública incorporen y satisfagan esos intereses.

Las políticas públicas son acciones y decisiones encaminadas a resolver problemas públicos dirigido y ejecutado por un órgano de gobierno encaminado, sin embargo, vale la pena observar la relevancia de la noción de lo público de la política en la realidad nacional, de esta manera Luis Aguilar, define las políticas públicas “como el conjunto de acciones que se orientan a la realización de objetivos considerados como prioritarios por la sociedad, o a resolver problemas cuya solución es considerada de interés o beneficio público” (Aguilar 2009).

Racionalidad

El concepto de racionalidad en la economía neoclásica se fundamenta en el utilitarismo de John Stuart Mill, que se centra en la utilidad entendida como el nivel de felicidad o satisfacción de una persona. Como afirma Navarro (Navarro, 1993) este enfoque parte del supuesto de que el individuo es el mejor juez de sus propios intereses y que sus elecciones deben ser racionales.

Dentro del enfoque de la economía neoclásica se concibe a los individuos como individuos que deliberada y sistemáticamente tratan de hacer lo posible para lograr sus objetivos, definiéndose como “maximizadores de beneficios” donde se establece que el individuo es racional (maximiza su bienestar, dado el entorno con el que se enfrenta y los recursos de que dispone) (Ekelund, 2005).

Los individuos toman decisiones entre las disyuntivas que se les presentan y forman una cesta de mercado¹ la cual maximiza su bienestar según “la teoría de la conducta de los consumidores” donde se describe cómo los consumidores asignan su renta para adquirir bienes y servicios que maximizan su bienestar (Varían, 2010).

De tal modo que, a pesar de que se concibe al individuo racional como “maximizador de beneficios”, éste se enfrenta a una serie de limitantes a la hora de tomar decisiones al enfrentarse a disyuntivas (delimitado por recursos que se posee, principalmente renta). De ello se desprende un costo de oportunidad entendido

¹ La "cesta de mercado" es un término utilizado para referirse a un conjunto específico de bienes o productos que se enumeran con cantidades precisas.

como aquello a lo que se renuncia para obtener algo; aunado a ello se establece una “frontera de posibilidad de consumo” la cual delimita los bienes y servicios que se pueden adquirir con una renta disponible.

Para Mankiw (2012) el individuo toma decisiones bajo 4 principios básicos: A) enfrentan disyuntivas, discriminan entre opciones que se le presentan; B) enfrentan costos al tomar decisiones, al discriminar entre las opciones se comparan los costos y beneficios que estas traen consigo, al elegir se establece un “costo de oportunidad” (aquello a lo que se renuncia para obtener algo); C) piensan en términos marginales; D) y las personas responden a incentivos.

Conductismo

De acuerdo con el conjunto de varias definiciones se comprende que el conductismo es la filosofía que se encarga de estudiar la ciencia del comportamiento, es decir, brinda un análisis sobre el comportamiento. En principio, los postulados del conductismo dictan los parámetros acerca de qué tipo de preguntas psicológicas son válidas, así como los métodos que son aceptables para la obtención de respuestas adecuadas a una explicación científica.

En otras palabras, el conductismo es una corriente de la psicología la cual se caracteriza por ser una de las primeras ramas experimentales al observar el fenómeno de la conducta desde un punto de vista más práctico, es por ello por lo que su estudio ha contribuido en la psicología a comprender el comportamiento de las personas ante determinadas situaciones.

Orígenes y autores principales

John B. Watson fue uno de los pioneros de la comunidad psicológica cuya aportación estaría enfocada hacia el desarrollo de un sistema psicológico que buscaba fundamentar una psicología que estuviera basada en la experimentación, ciencias naturales y el estudio objetivo del comportamiento. Los aportes de este

autor produjeron gran influencia en la comunidad científica dando origen a una de las llamadas “escuelas psicológicas”, enfocada al conductismo.

La publicación titulada "*Psychology as the behaviorist views it*" en 1913 es un artículo significativo en el campo de la psicología. En este artículo, se presentó una crítica a la psicología mentalista y se propuso un enfoque diferente centrado en el estudio de la conducta, sin considerar elementos como la conciencia y la introspección, que eran más característicos de corrientes psicoanalíticas. El modelo de psicología propuesto por Watson se podía entender en tercera persona y se enmarcaba como una ciencia natural de laboratorio, alejada de suposiciones filosóficas especulativas.

Según Watson (1913), la psicología conductista se describe como "una rama puramente objetiva y experimental de la ciencia natural". Su objetivo teórico principal es la predicción y el control de la conducta, y no incluye la introspección como parte esencial de sus métodos. Además, el conductista no reconoce una línea divisoria entre el ser humano y el animal. Para el conductista, el comportamiento humano, a pesar de su refinamiento y complejidad, es solo una parte de un esquema global de investigación en este enfoque.

La propuesta de Watson atrajo el respaldo de varios científicos, aunque también encontró oposición, lo que contribuyó significativamente al desarrollo de esta escuela. Se convirtió en un punto de inflexión que se oponía a enfoques como el estructuralismo, el funcionalismo y el psicoanálisis, que habían conceptualizado de manera diferente diversos fenómenos psicológicos. Con el tiempo, esta escuela psicológica evolucionó desde ser una mera corriente hasta convertirse en un sistema que puso un fuerte énfasis en la ciencia natural y encontró aplicaciones en diversos campos de la actividad humana.

Otro de los autores más importantes es Frederic Skinner, un psicólogo y filósofo social conductista, interesado en estudiar la psicología experimental del comportamiento, cuyo objeto de investigación en sus obras lo constituye principalmente el aprendizaje. El concepto de neoconductismo es el nombre que

recibe de la adaptación de un conductismo puro a uno que implica una mayor complejidad en cuanto a la serie de estímulos y respuestas coordinadas.

La teoría de Skinner se enfoca principalmente en el condicionamiento operante. Por esta razón, la psicología que promovía se caracteriza por ser una ciencia que se enfoca exclusivamente en la conducta observable. Skinner sostenía que el objetivo central de esta ciencia era prever y regular la conducta de los organismos. Para él, era esencial describir lo que se podía observar en términos de las relaciones funcionales entre un fenómeno observado, así como los antecedentes y las consecuencias de dicho fenómeno.

Una vez que comprendemos las características fundamentales del condicionamiento clásico y operante, podemos resumirlos de la siguiente manera:

El condicionamiento clásico se basa en un estímulo inicial que desencadena una respuesta automática en el organismo debido a la asociación con un evento que, antes del condicionamiento, no provocaba la misma respuesta. En otras palabras, el aprendizaje que resulta del condicionamiento clásico modifica la conducta del individuo.

Por otro lado, en el condicionamiento operante, el aprendizaje deseado se logra mediante un proceso de doble condicionamiento. Este proceso implica el uso de refuerzos positivos, que son estímulos agradables y gratificantes para fortalecer una conducta deseada, y refuerzos negativos, que son estímulos aversivos o desagradables para debilitar una conducta no deseada. Ambos enfoques resaltan la importancia del vínculo entre estímulo y respuesta (E-R).

La importancia del conductismo social para este trabajo impera en la relación entre personas, acciones y conductas que se llevan a cabo para provocar una respuesta mediante un estímulo; esto lo podemos ver reflejado en los nudges, que determinan la decisión final de la adquisición o rechazo de un producto por el consumidor. El etiquetado frontal se encuentra como una herramienta más clara de concientización para el consumidor al momento de elegir los productos más saludables.

Políticas conductuales

Los gobiernos ya han adaptado el desarrollo tecnológico a la forma de gobernar, pues cada vez utilizan más las lecciones de las ciencias conductuales al momento de diseñar, evaluar y mejorar sus políticas y servicios. La importancia del enfoque conductual se encuentran investigaciones psicológicas, económicas y de otras disciplinas afines en las cuales se muestra cómo nuestras decisiones se encuentran inclinadas hacia lo heurístico, mejor conocido como atajos mentales, es decir, respuestas habituales que no requieren una gran reflexión de por medio debido a que se encuentran cotidianamente en nuestro entorno inmediato.

Por lo tanto, es de gran relevancia aplicar este enfoque en la formulación de políticas públicas, ya que proporciona una perspectiva más pragmática del comportamiento humano basada en la observación de eventos previamente acontecidos.

Las políticas conductuales desempeñan un papel significativo en el ámbito de las políticas públicas, ya que reúnen un conjunto de herramientas que facilitan la comprensión de las respuestas a los problemas públicos. Esto se logra al considerar factores no necesariamente racionales que influyen en el comportamiento humano. El objetivo principal de estas políticas es mejorar las probabilidades de alcanzar metas de bienestar tanto a nivel individual como social.

Las tecnologías conductuales que el gobierno emplea actualmente incluyen diversas estrategias, como los "nudges", la norma social, el pensamiento crítico y el cambio de identidad. Estas herramientas políticas son sutiles y efectivas.

Los "nudges" ofrecen a las personas la libertad de elección, al mismo tiempo que las guían hacia decisiones que se consideran beneficiosas o deseables. Por otro lado, la estrategia conocida como "think" se basa en principios democráticos deliberativos. Su objetivo es que los individuos puedan considerar limitaciones racionales y acceder a diversas perspectivas con el fin de mejorar su bienestar. En resumen, estas tecnologías buscan moldear de manera positiva la perspectiva y las

decisiones de los individuos. Como tercera herramienta tenemos a la norma social, desprendida de los comportamientos humanos como reglas asumidas socialmente que parten de las creencias que tienen los individuos sobre lo que otros hacen en las que se ofrecen alternativas de comportamiento que encajen socialmente encendido de la razón y emoción, como cuarto y última herramienta tenemos la teoría de la identidad la cual se complementa a la herramienta anterior y en esta se dirige a modificar las pautas de conducta mediante ideologías acerca de la identidad en esta los individuos encuentran un terreno identitario en común lo cual se convierte en un ambiente de entendimiento compartido. Para efectos de este proyecto utilizaremos la teoría del nudge como principal referencia debido a que se ajusta de una manera adecuada a los parámetros de la investigación, como veremos más adelante².

Nudge theory

La teoría del "nudge" o "teoría del empujón" es una contribución desarrollada por el economista estadounidense Richard H. Thaler, galardonado con el Premio Nobel de Economía en 2017 en reconocimiento a su influencia en la economía conductual. Este concepto tiene aplicaciones en diversos campos, incluyendo la economía del comportamiento, la toma de decisiones, la política conductual, la psicología social, el comportamiento del consumidor y disciplinas relacionadas. La economía conductual es una rama de la economía que se enfoca en comprender las preferencias, gustos y emociones de los consumidores. Su objetivo principal es mejorar las estrategias empresariales de las compañías que ofrecen bienes o servicios, así como crear un entorno que permita a los individuos tomar decisiones

² Las tecnologías conductuales gubernamentales son instrumentos mediante los cuales los gobiernos pueden influir en las acciones y pensamientos de los individuos para alcanzar los objetivos y metas de sus políticas públicas. Estas tecnologías, que denominaremos "nuevas tecnologías de gobierno", representan un conjunto de enfoques más sutiles y menos restrictivos para abordar problemas sociales. Entre estas nuevas tecnologías conductuales se incluyen los "nudges", la norma social, el pensamiento crítico y el cambio de identidad. Todas estas herramientas políticas tienen como objetivo orientar el comportamiento humano de una manera menos coercitiva y más efectiva.

más informadas y beneficiosas para ellos. En resumen, busca facilitar tanto las operaciones comerciales como la toma de decisiones más acertadas por parte de las personas.

De esta forma *the nudge theory*, forma parte del conjunto de aquellas teorías relacionadas a la toma de decisiones, en las cuales se trata de explicar el patrón predominante a la hora en que un consumidor toma una decisión sobre un conjunto de opciones. Esta teoría ejerce una influencia significativa en una amplia variedad de campos de estudio. En el contexto de las políticas públicas, los profesionales encargados de su diseño deben considerar cuidadosamente las opciones disponibles para guiar a los individuos hacia decisiones más beneficiosas³.

La premisa fundamental de la teoría del empujón nos menciona que las personas suelen escoger aquello que resulte más fácil el lugar de lo más adecuado, las personas no siempre deciden atender sus propias decisiones, esto hace que la forma de actuar no siempre se encuentre regida bajo criterios racionales haciéndonos actuar de formas poco predecibles y basadas en cosas que no son realmente de nuestro interés aun sabiendo que esa elección probablemente no nos proporciona ningún beneficio. La teoría del empujón toma algunos de los sesgos cognitivos que se encuentran en la toma de decisiones para encaminarlos y/o corregir las decisiones de los individuos, por otro lado, también buscan activamente hacer uso de los sesgos predecibles en las personas y así guiarlos hacia elecciones socialmente deseables, aunque esto podría no ser así.

Como se ha comentado el uso del nudge puede resultar controversial ya que esta herramienta puede ser usada para favorecer aprovecharse o sacar ventaja de una situación en conjunto o individual. Por lo que creemos necesaria la definición que proporciona Hansen (2016), en donde hace un alineamiento sobre el concepto que

³ Al observar el alcance e influencia que puede tener esta teoría se observó que hay un debate moral acerca del uso de algunas *policy tools*, como el *nudge* resulta bastante controversial, debido en parte a que se encuentra tergiversado debido al buen o mal uso que se le puede dar a esta herramienta, y aquí es donde nos preguntamos ¿mejores decisiones?, ¿Para quién?, ya que concierne a temas de legitimidad responsabilidad y transparencia.

se tiene de la teoría del empujón y los principios más amplios sobre el comportamiento individual.

Por ello, es importante observar la definición y puntos propuestos por Hansen (2016), quien describe un 'empujón' como 'una función de (1) cualquier intento de influir en el juicio, la elección o el comportamiento de las personas de una manera predecible de acuerdo con sus propios intereses declarados que está motivado por límites cognitivos, sesgos, rutinas y hábitos en individuos y la toma de decisiones sociales que plantean barreras para que las personas se desempeñen racionalmente en sus propios intereses declarados, y que (2) funciona haciendo uso de esos límites, sesgos, rutinas y hábitos como partes integrales de tales intentos'. En consecuencia, un 'empujón' opera independientemente de: (i) prohibir o agregar elementos racionalmente relevantes en las opciones de elección, (ii) cambiar los incentivos, ya sea en términos de tiempo, problemas, sanciones sociales, económicas, etc., o (iii) proporcionar información fáctica o argumentación racional" (Hansen, 2016, p. 172).

El debate sobre lo que constituye un empujón se ha mantenido claro sobre el hecho de que el empujón no se restringe a la acción del gobierno. En materia política los diseñadores de políticas públicas deben ser conscientes de los supuestos subyacentes que tiene la comunicación gubernamental y el marketing social, esto se debe en parte a lo planteado anteriormente en donde debe haber relación con las normas sociales y el liderazgo estar encaminado a normas adecuadas que seguir, esto para evitar caer en perversiones para quien lo constituye diseña y define.⁴

Todos estos tipos de instrumentos de política se encuentran basados en la información que tienen para operar: como en el caso del etiquetado de alimentos,

⁴ La teoría del empujón ha despertado un interés activo por parte de los gobiernos, pues ha sido aplicado en varios países desarrollados, como el Reino Unido y los EE. UU., hasta ahora se ha observado el uso de "políticas de tipo empujón" en al menos 135 países, 51 de los cuales tienen "iniciativas de políticas estatales centrales que han sido influenciadas por las nuevas ciencias del comportamiento" (Whitehead, 2014: 8,9).

el empujón radica en las suposiciones sobre la racionalidad del individuo objetivo y si los conocimientos de comportamiento se utilizan activamente.

La teoría del "nudge" busca influir en el comportamiento de las personas de manera sutil y casi imperceptible, sin modificar directamente los incentivos de los tomadores de decisiones. Su objetivo es dirigir a las personas hacia elecciones que sean más convenientes y beneficiosas a largo plazo, fomentando así un comportamiento adecuado y responsable. Con esta teoría, se pretende aumentar la probabilidad de que una persona tome decisiones más acertadas mediante pequeños cambios en su entorno, los cuales son fáciles de implementar y económicos.⁵

Un ejemplo común de esto se relaciona con la ingestión de productos y bebidas altamente procesados. A pesar de que muchas personas tienen conocimiento de los efectos perjudiciales que estos alimentos pueden tener en la salud, continúan consumiéndolos. En la práctica, la teoría del "nudge" puede aplicarse mediante una estrategia que implique la reubicación de estos alimentos. El propósito de esta estrategia es reducir su consumo al hacer que estén menos disponibles o accesibles.⁶

⁵ Los nudges persiguen la búsqueda del bienestar individual y social sin coaccionar o imponer una visión moral, enfocados en alcanzar resultados previstos de acuerdo con el marco del cual se define nuestra conducta.

⁶ Una forma de identificar cómo funciona esta teoría en la vida cotidiana es cuando encontramos una opción predeterminada en una compra, de alguna forma nos muestra el camino fácil, eso es un nudge.

Instituto Nacional de Salud Pública

El Instituto Nacional de Salud Pública es una entidad adscrita a la Secretaría de Salud en México. Su enfoque principal radica en la promoción de la salud pública en el país a través de la formulación de políticas públicas y la realización de investigaciones científicas. Fue establecido el 27 de enero de 1987.

El instituto se involucra en diversas actividades relacionadas con la salud pública en el ámbito nacional, incluyendo la operación de centros de investigación y programas académicos. Además, lleva a cabo una serie de encuestas centradas en cuestiones de salud. Estas encuestas abarcan una amplia gama de temas, como la cobertura de vacunación, la satisfacción de los usuarios del IMSS-Oportunidades, las adicciones, la nutrición y la salud (ENSANUT), el tabaquismo en adultos (GATS), la salud de niños, niñas y mujeres en México (ENIM), el consumo de drogas, alcohol y tabaco a nivel nacional (ENCODAT), entre otras.

Para los fines de este trabajo, nos referiremos a la Encuesta Nacional de Salud y Nutrición, conocida por sus siglas como ENSANUT. Se trata de una herramienta estadística diseñada con el propósito de registrar información sobre las condiciones generales de salud de la población, incluyendo las tendencias y la percepción de los servicios de salud disponibles. La encuesta está compuesta por una serie de preguntas que abordan temas como el estado de nutrición y salud, así como el acceso de la población a servicios de salud, programas sociales y asistencia alimentaria.

ENSANUT

El Instituto Nacional de Salud Pública es la entidad responsable de llevar a cabo el ENSANUT, un proyecto que tuvo su inicio en 1988 y 1999 como una de las primeras encuestas nacionales de nutrición. A partir del año 2006, se expandió para incluir otros componentes de salud, creando así una encuesta integral que aborda tanto la nutrición como la salud. Esta encuesta se lleva a cabo cada 6 años con el objetivo de analizar diversos aspectos, como el consumo de alimentos y bebidas, la prevalencia de enfermedades crónicas, la comprensión del etiquetado de alimentos y, especialmente, el contexto socioeconómico de la población. Esto permite generar un indicador socioeconómico que puede ser comparado con otros hogares en el país.

El testimonio del Dr. Jorge Carlos Alcocer Varela, quien se desempeñó como secretario de Salud de México en 2018, resalta varios aspectos clave sobre la Encuesta Nacional de Salud y Nutrición (ENSANUT) y su relevancia en el país. La ENSANUT se posiciona como un recurso fundamental para el monitoreo, la evaluación y el desempeño del sistema de salud en México. Además, se considera como una herramienta esencial para supervisar las acciones que se llevan a cabo en otros sectores sociales que contribuyen al desarrollo social en el país.

El objetivo general de las Encuestas Nacionales de Salud y Nutrición (ENSANUT) es actualizar el panorama sobre la frecuencia, distribución y tendencias de las condiciones de salud y nutrición, así como de sus determinantes, y evaluar la demanda de servicios de salud por parte de la población, así como la respuesta del Estado. Todas las ENSANUT han seguido un diseño similar, lo que permite su comparabilidad a lo largo del tiempo. En 2020, como resultado de un esfuerzo conjunto de la Secretaría de Salud y el Instituto Nacional de Salud Pública (INSP), se tomó la decisión de llevar a cabo la ENSANUT de manera anual, con un diseño muestral continuo. Esto permite consolidar una encuesta con representatividad nacional, tanto en áreas urbanas como rurales, y por

entidad federativa cada cinco años. Además, posibilita el monitoreo anual de la situación de salud, nutrición y la provisión de servicios a nivel nacional" (Encuesta Nacional de Salud y Nutrición 2020, 2021).

Alimentación saludable

La definición de una alimentación saludable se fundamenta principalmente en el consumo de los nutrientes esenciales necesarios para el funcionamiento adecuado del cuerpo. Estos nutrientes incluyen proteínas, carbohidratos, grasas, vitaminas, minerales y agua. Para mantener la salud, es esencial asegurar la ingesta de estos nutrientes, lo que proporciona la energía necesaria para el organismo. Además, una alimentación saludable implica adoptar prácticas que fomenten un estilo de vida saludable y evitar el consumo de alimentos procesados o ultraprocesados con el objetivo de prevenir enfermedades. Se promueve la elección de alimentos naturales como base de la alimentación.

En México, la nutrición inadecuada es un problema de salud pública, relacionado con afecciones como el sobrepeso y la obesidad. Se busca crear conciencia sobre los hábitos alimenticios deficientes de la población. Se reconoce que una alimentación saludable depende en gran medida de las elecciones dietéticas que hacemos. Sin embargo, es importante destacar que una dieta adecuada debe proporcionar todos los nutrientes necesarios para mantener el buen funcionamiento del organismo. Por lo tanto, una dieta saludable se caracteriza por patrones de alimentación que tienen un impacto positivo en la salud y promueven la prevención de enfermedades crónicas no transmisibles. Estas características pueden variar según factores culturales, ambientales, individuales, económicos y geográficos, así como la disponibilidad de alimentos, entre otros.

De esta manera una nutrición subóptima es la causa de una salud deficiente hablando de que existen proporciones inadecuadas para satisfacer las necesidades energéticas y fisiológicas de una persona ya que en éstos suele haber una ingesta excesiva mayores a las que requiere el cuerpo humano.

La Dra. Fabiola Mabel del Razo Olvera, quien forma parte del Sistema Nacional de Investigadores, ha definido las características de una dieta saludable y adecuada de la siguiente manera:

- **Completa:** Debe contener todos los nutrientes esenciales. Se recomienda incluir al menos un alimento de cada uno de los tres grupos principales: verduras y frutas, alimentos de origen animal y cereales o sustitutos.
- **Equilibrada:** Los nutrientes deben estar en proporciones adecuadas entre sí.
- **Inocua:** Su consumo habitual no debe presentar riesgos para la salud, lo que implica que debe estar libre de microorganismos dañinos, toxinas, contaminantes, y que no se deben consumir cantidades excesivas de ningún nutriente.
- **Suficiente:** Debe satisfacer las necesidades de todos los nutrientes de acuerdo con el grupo de edad y las características individuales de cada persona.
- **Variada:** Debe incluir una variedad de alimentos de los tres grupos principales en cada comida principal.
- **Adecuada:** La dieta debe ser coherente con la cultura y los gustos de quien la consume, así como ajustarse a los recursos económicos disponibles.

En el contexto de México, el último punto es especialmente relevante y ha resultado difícil de alcanzar. Con el tiempo, el país ha experimentado una transformación hacia la globalización, lo que ha llevado a una pérdida significativa de biodiversidad y de la cultura culinaria tradicional. En lugar de alimentos tradicionales, se ha incrementado el consumo de alimentos industrializados. Además, factores como la urbanización y la inactividad física han contribuido a un cambio drástico en el estilo de vida, lo que a su vez se ha convertido en un factor de riesgo importante para el desarrollo de enfermedades crónicas como el sobrepeso, la obesidad y la diabetes. (del Razo, 2020).

El Plato del Bien Comer

Una referencia que ofrece una representación clara de cómo llevar a cabo una alimentación adecuada es el "Plato del Bien Comer". Este recurso se desarrolló con el propósito de proporcionar orientación a las personas, ayudándolas a tomar decisiones más acertadas en cuanto a qué alimentos consumir, cómo combinarlos y con qué frecuencia. El objetivo es promover hábitos alimenticios más saludables entre la población mexicana.

En México, el plato del bien comer es un gráfico como material de apoyo, contenido en la NOM-043-SSA2-2012 cuyo objetivo es explicar y transmitir el mensaje de la orientación alimentaria de una manera clara. Este tipo de guías tiene como propósito alcanzar objetivos nutricionales que en conjunto con programas que promuevan la salud nutricional con el objetivo de orientar a los individuos a optar por alimentos más saludables, por ello la ilustración como los objetivos son claros y no contienen tecnicismos para así evitar ambigüedades.

El "Plato del Bien Comer" es una representación gráfica que ofrece una explicación visual de cómo debería componerse nuestro plato durante el día. Este plato se divide en tres grupos esenciales de alimentos: verduras y frutas, cereales y leguminosas, y alimentos de origen animal. Estos grupos pueden combinarse entre sí para formar una alimentación equilibrada y saludable.



"Servicios Básicos de Salud. Promoción y Educación para la Salud en Materia Alimentaria.
Criterios para Brindar Orientación"

"El Plato del Bien Comer", Obtenido de: NOM-043-SSA2-2012

En resumen, una alimentación adecuada nos permite proporcionar a nuestro cuerpo los nutrientes, vitaminas y minerales esenciales necesarios para mantener un equilibrio en su funcionamiento, lo que se conoce como homeostasis. Por lo tanto, el "Plato del Bien Comer" puede ser una herramienta útil para obtener una comprensión práctica de los grupos de alimentos que podemos consumir y la forma más apropiada de combinarlos.

Obesidad y sobrepeso

El sobrepeso y la obesidad son dos términos relacionados que pueden variar según el rango de peso en el que se encuentre una persona. Ambos se caracterizan por el exceso acumulado de grasa en el cuerpo, que resulta de consumir más calorías de las que el cuerpo necesita diariamente y que no se eliminan a través del ejercicio y las actividades cotidianas. Según la Organización Mundial de la Salud (OMS), el sobrepeso y la obesidad se definen como una acumulación anormal o excesiva de grasa que puede ser perjudicial para la salud (Organización Mundial de la Salud, 2021).

La obesidad suele ser más evidente en algunas personas debido a su volumen corporal; se considera obesa a una persona cuando su Índice de Masa Corporal (IMC) es igual o superior a treinta. La OMS define el IMC como un indicador sencillo de la relación entre el peso y la altura, que se utiliza comúnmente para identificar el sobrepeso y la obesidad en adultos. Se calcula dividiendo el peso de una persona en kilogramos por el cuadrado de su altura en metros (kg/m^2) (Organización Mundial de la Salud, 2021). El IMC nos ayuda a determinar si una persona tiene sobrepeso u obesidad. Por ejemplo, un IMC de 25 indica sobrepeso, mientras que un IMC superior a 30 indica obesidad, y si el IMC es mayor de 40, se considera obesidad mórbida.

La obesidad se encuentra clasificada de acuerdo con los distintos tipos que existen. De acuerdo con el Man Medical Institute existen varios tipos de obesidad: Entre ellos, el primer tipo de obesidad que se identifica es la obesidad genética o por herencia en la que los genes son un determinante a la hora de padecer obesidad, debido a que se encuentra predispuesto. Continuamos con la obesidad dietética relacionada meramente con una mala alimentación.

Existen varios tipos de obesidad, y uno de ellos se relaciona con desequilibrios en el sistema de regulación del peso corporal, lo cual es bastante común. Otro tipo se denomina obesidad nerviosa, la cual se origina a partir de factores emocionales como el estrés, la ansiedad y la depresión, ya que estos estados pueden alterar el sistema nervioso central y modificar la sensación de saciedad, conduciendo a la obesidad.

La obesidad causada por trastornos endocrinos es otro tipo importante, y suele estar relacionada con alteraciones en el sistema endocrino, como el hipotiroidismo (una disminución en la producción de la hormona tiroidea), el hiperinsulinismo (una sobreproducción de insulina) o el hipercorticismismo (un exceso de producción de glucocorticoides).

Por último, hay una categoría de obesidad inducida por medicamentos, como los corticoides o los antidepresivos, cuyos efectos secundarios pueden dar lugar a la acumulación de grasa y, en última instancia, a la obesidad.

La obesidad puede conllevar riesgos significativos para la salud, según el National Institute of Diabetes and Digestive and Kidney Diseases, que incluyen la diabetes tipo 2, una enfermedad caracterizada por niveles elevados de glucosa en sangre. A largo plazo, esta condición puede dar lugar a enfermedades cardíacas, accidentes cerebrovasculares, problemas renales, trastornos oculares, entre otros.

Otro problema de salud común asociado con la obesidad es la presión arterial alta, que se conoce mejor como hipertensión. Según el National Institute of Diabetes and Digestive and Kidney Diseases (2018), la hipertensión es una afección médica en la cual la sangre fluye a través de los vasos sanguíneos con una fuerza mayor de lo normal. La presión arterial alta puede tener graves consecuencias, como el deterioro del corazón, daño a los vasos sanguíneos y un mayor riesgo de enfermedades cardíacas, derrames cerebrales, enfermedades renales e incluso la muerte.

Otra afección común relacionada con la obesidad son las enfermedades cardíacas, que abarcan varios problemas que pueden afectar al corazón y, en última instancia,

desencadenar eventos como ataques cardíacos, insuficiencia cardíaca, muerte cardíaca súbita y otras complicaciones graves.

Además, es importante mencionar otro trastorno frecuentemente vinculado a la obesidad: el hígado graso. El exceso de acumulación de grasa en el hígado puede provocar daños severos, como cirrosis hepática o incluso insuficiencia hepática.

Como podemos observar las enfermedades que derivan de la obesidad pueden traer muchos otros problemas no enunciados en este trabajo, debido al gran catálogo de enfermedades que se desprenden de esta, haciéndonos reflexionar sobre el verdadero riesgo de la obesidad y el sobrepeso.

Una dieta que carece de nutrientes esenciales y se basa en alimentos ultraprocesados, combinada con un estilo de vida sedentario, es una de las formas en que la población descuida su salud, lo que a menudo resulta en la obesidad dietética. Los alimentos ultraprocesados suelen contener múltiples ingredientes que, cuando se consumen en exceso, pueden ser perjudiciales para la salud y tener efectos negativos a largo plazo en el funcionamiento de los órganos del cuerpo humano.

El consumo de estos alimentos puede facilitarnos las tareas a la hora de preparar o consumir alimentos por su practicidad, sin embargo, el exceso de ultra procesados tiene consecuencias para la salud, debido en que en sus contenidos abundan altos contenidos calóricos, grasas hidrogenadas o trans, azúcares, sales, harinas, aceites refinados y los aditivos. Esto produce que aquellas personas que los consumen en exceso empiezan a padecer sobrepeso u obesidad en poco tiempo desencadenando el conjunto de enfermedades ya mencionadas.

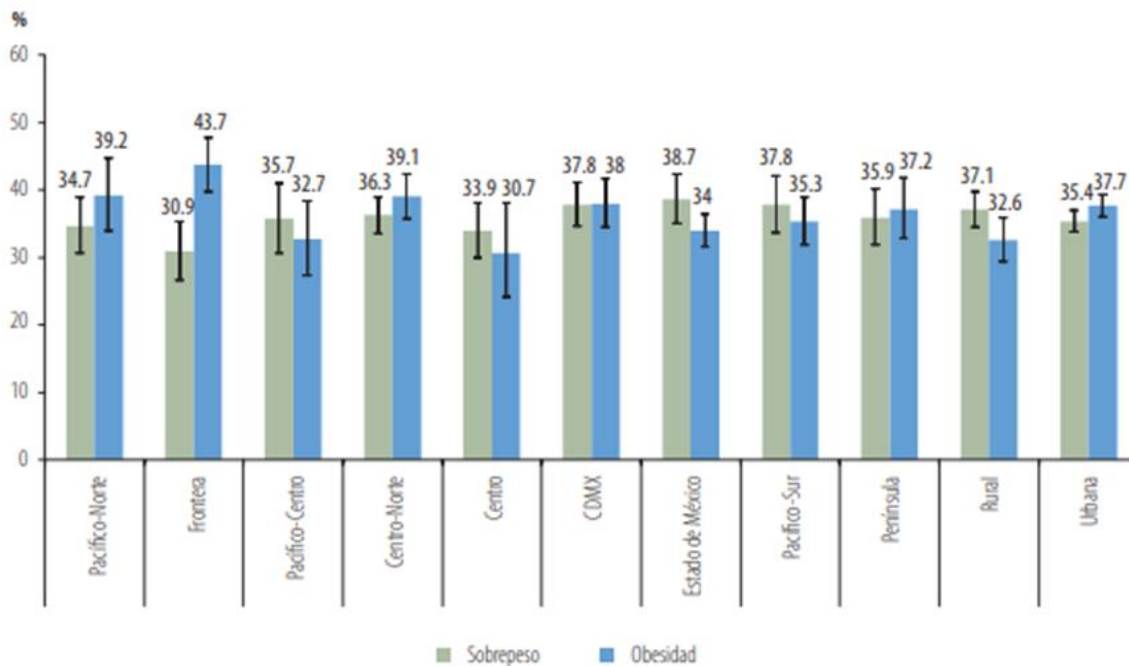
Efectivamente, el etiquetado frontal cumple un papel importante al proporcionar de manera clara y concisa información sobre el contenido de calorías, azúcares, grasas y otros componentes en un producto. Esta información contribuye eficazmente a la regulación del consumo de dicho producto, permitiendo a los consumidores tomar decisiones más informadas sobre su alimentación.

Marco contextual

Obesidad en México

Como hemos observado, la obesidad es uno de los diagnósticos médicos más frecuentes que afectan a la población mundial. Sin embargo, según datos recopilados del World Obesity Atlas 2022, México ocupa el quinto lugar a nivel global en términos de obesidad. Se estima que hay 21 millones de mujeres con obesidad y 15 millones de hombres en el país, y se prevé que estas cifras aumenten a 35 millones en la próxima década. Esta situación es motivo de preocupación para el sistema de salud pública en México.

Una de las observaciones que podemos destacar es que actualmente la prevalencia de obesidad en adultos y adultos jóvenes es similar, independientemente del tipo de localidad a la que pertenezcan. En otras palabras, tanto en zonas rurales como en zonas urbanas de México, el porcentaje de obesidad es significativo.



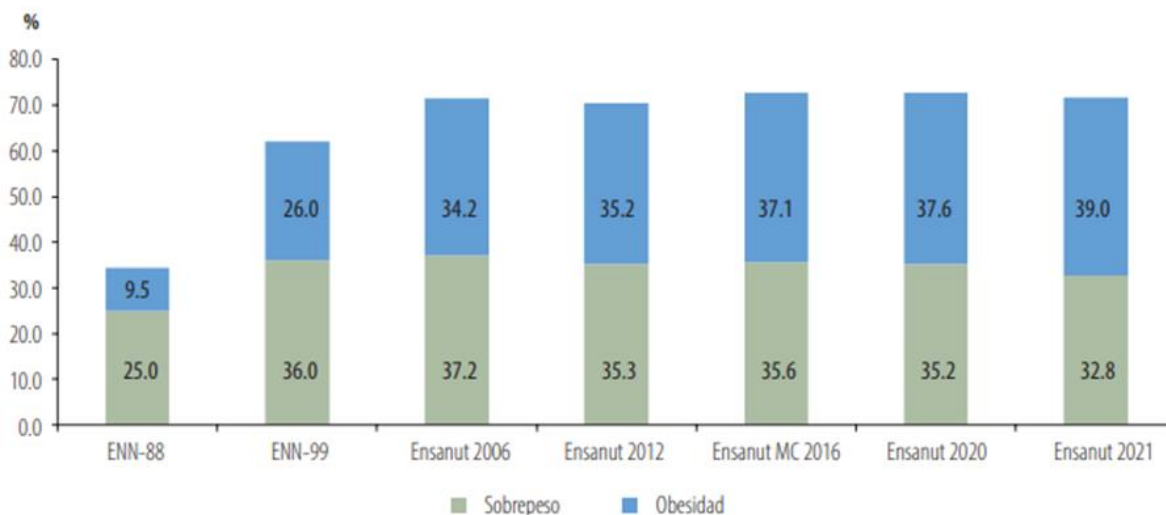
Fuente: Ensanut 2021 sobre Covid-19, México

Una de las observaciones que podemos destacar es que actualmente la prevalencia de obesidad en adultos y adultos jóvenes es similar, independientemente del tipo de localidad a la que pertenezcan. En otras palabras, tanto en zonas rurales como en zonas urbanas de México, el porcentaje de obesidad es significativo.

Los niveles de obesidad y sobrepeso son el resultado de una inadecuada nutrición que se extiende por todo el territorio nacional. Esto se debe principalmente a la fácil disponibilidad de alimentos procesados o con altas cantidades de azúcares, grasas y sales, que se consideran opciones prácticas debido a su corto tiempo de preparación. Esta transición nutricional en la dieta de los mexicanos ha llevado a una mayor adquisición de estos productos, lo que afecta la salud a corto plazo de la población que los consume en exceso durante un período prolongado.

De igual manera, es importante destacar el aumento del sobrepeso y la obesidad en hombres y mujeres en México desde 1988 hasta 2021. Según datos de la ENSANUT 2021, la prevalencia aumentó del 34.5% en 1988 al 71.8% en 2021, una cifra alarmante. Como se puede apreciar en el gráfico, el aumento más significativo en el sobrepeso ocurrió de 1988 a 1999, pasando del 25.0% al 36.0%, respectivamente. Por otro lado, la prevalencia de la obesidad tuvo un incremento bastante significativo de 1988 a 1999 pasando del 9.5% al 26%. Finalmente, en 2021 se puede observar que el porcentaje de sobrepeso disminuyó un par de puntos, sin embargo, el nivel de obesidad representa un incremento que no se había registrado hasta el momento.

Comparación de las prevalencias de sobrepeso y obesidad* en mujeres de 20 a 49 años de edad, participantes en la ENN 88, ENN 99, Ensanut 2006, 2012, 2020 y 2021



Representa curiosa la disparidad y el incremento en las cifras que se registraron en las mujeres, por otro lado, en los varones pareciera que se mantiene equilibrada la prevalencia de sobrepeso registrada desde el año 2000 hasta dos décadas más tarde, no obstante, en los niveles de obesidad se puede observar que el cambio es significativo si comparamos la prevalencia de obesidad del año 2000 a 2021.

Comparación de las prevalencias de sobrepeso y obesidad en hombres de 20 años o más, participantes en la Ensa 2000, Ensanut 2006, Ensanut 2012, Ensanut 2020 y Ensanut 2021



La implementación del etiquetado frontal

La implementación del etiquetado frontal, a través de los sellos de advertencia, fue el resultado de una modificación al etiquetado basado en Guías Diarias de Alimentación (GDA), como se establecía en la Norma Oficial Mexicana 051 de 2010. El etiquetado basado en GDA se había introducido como una medida autorreguladora por parte del Consejo Mexicano de la Industria de Productos de Consumo A.C. (ConMexico) como parte de un esfuerzo para desarrollar un Sistema de Etiquetado Frontal de Alimentos y Bebidas (SEFAB). En 2014, se publicaron los lineamientos en el Diario Oficial de la Federación (DOF) que debían seguir los productos preenvasados (bebidas y alimentos) para mostrar información nutricional a través del sistema basado en GDA (Secretaría de Gobernación, 2014). Se había establecido que esta modificación entraría en vigor en 2015 mediante la publicación de la modificación a la Norma Oficial Mexicana 051 (Secretaría de Gobernación, 2014).

El establecimiento del etiquetado basado en GDA se inscribe en la política integral que se desarrolló en el país a partir de 2010, con la implementación del "Acuerdo Nacional para la Salud Alimentaria" y su continuación en 2013 con la "Estrategia Nacional para la Prevención y el Control del Sobrepeso, la Obesidad y la Diabetes" (Kaufer Horwitz, Tolentino Mayo, Jáuregui, Sánchez Bazán, Bourges, et al., 2018). Sin embargo, este etiquetado presentaba muchas limitaciones, ya que no fue elaborado por un grupo de expertos independientes en la materia y podría haber estado influenciado por intereses que no necesariamente buscaban la implementación de un etiquetado eficaz, claro y veraz para los consumidores.

Organizaciones tanto nacionales como internacionales, como El Poder del Consumidor, la Organización Mundial de la Salud (OMS), la Organización Panamericana de la Salud (OPS) y el Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF), así como la Secretaría de Salud y el Instituto Nacional de Salud Pública, señalaron la ineficacia del etiquetado basado en GDA para proporcionar información

adecuada sobre los contenidos nutricionales de los productos preenvasados y abordar los problemas de sobrepeso, obesidad y las enfermedades crónicas no transmisibles (ECNT) relacionadas con la mala alimentación.

En 2016, se llevó a cabo la "Encuesta Nacional de Salud y Nutrición de Medio Camino 2016" (ENSANUT MC 2016) con dos objetivos fundamentales (Ávila, Rivera Dommarco, Shamah Levy, Cuevas Nasu, Gómez Acosta, et al., 2016):

1. Generar un panorama estadístico sobre la frecuencia, distribución y tendencia de las condiciones de salud y nutrición y sus determinantes en los ámbitos nacional, regional y en las zonas urbanas y rurales.
2. Obtener información sobre la respuesta social organizada, principalmente sobre el desempeño del sector salud, con énfasis en la Estrategia Nacional para la Prevención y el Control del Sobrepeso, la Obesidad y la Diabetes.

La elaboración de la ENSANUT MC 2016 se llevó a cabo con una representatividad regional y nacional, y los resultados revelaron que el 76.3% de la población no sabe o no respondió cuántas calorías debe consumir, mientras que el 3.5% de la población respondió que debería consumir de 2001 a 3000 calorías, y el 5.3% respondió que debería consumir de 1501 a 2000 calorías (Ávila, Rivera Dommarco, Shamah Levy, Cuevas Nasu, Gómez Acosta, et al., 2016). Es decir, solo cerca de 8.8% de la población a nivel nacional respondió que debía consumir una cantidad de calorías ubicada dentro de los rangos establecidos por organizaciones internacionales⁷ por lo que resulta evidente que el sistema de etiquetado basado en GDA era inadecuado para la población mexicana ya que, como primera barrera, gran parte de la población no tenía claro cuántas calorías debía consumir en su alimentación diaria. Aunado a ello, 55.9% de la población dijo leer el etiquetado basado en GDA, 44.3% de ellos reconoció el etiquetado entre muy comprensible (13.8%) y algo comprensible (30.5%); mientras que 44.6% lo reconoció como poco comprensible (28%) y nada comprensible (16.6%), y 11% reconoció no saber, o no

⁷ La Organización Mundial de la Salud (OMS) recomienda que la ingesta diaria de calorías debe estar en el rango de 1,600 a 2,000 kilocalorías para las mujeres y entre 2,000 a 2,500 kilocalorías para los hombres (LICONSA S.A. de C.V., 2021).

respondió (Ávila, Rivera Dommarco, Shamah Levy, Cuevas Nasu, Gómez Acosta, et al. 2016). Es importante señalar que sólo 13.8% de la población identificó el etiquetado basado en GDA como “muy comprensible” lo cual nos hace observar que dicho etiquetado no era suficientemente claro para la población y propiciaba una elección suficientemente informada de los productos preenvasados que podían consumir, e hizo evidente que se le presentaba una segunda barrera a la que se enfrentaba la población mexicana.

Un estudio realizado por el Instituto Nacional de Salud Pública (INSP) evaluó la comprensión de estudiantes de nutrición con respecto al etiquetado basado en GDA. Esta evaluación se centró en varios aspectos (Stern, Tolentino y Barquera, 2011):

- 1) número de porciones por envase o paquete; 2) comprensión de los porcentajes del etiquetado frontal GDA; 3) valoración de la calidad nutrimental de un producto con base en el etiquetado frontal GDA, y por último, 4) tiempo utilizado en interpretar el etiquetado frontal GDA sin la utilización de calculadora.

Se aplicó un cuestionario semiestructurado a 122 entrevistados para evaluar su comprensión del etiquetado basado en GDA. El cuestionario incluyó preguntas como: "¿Puedes decirme cuántas Kcal tiene en total el producto 1?", "¿Cuántos productos 1 tendrías que consumir para cubrir el requerimiento diario de azúcares basado en una dieta de 2000 Kcal?", "Dadas las cantidades de sodio en el producto 2, ¿consideras que este producto tiene un alto, moderado, bajo contenido de sodio o no estás seguro?", entre otras (Stern, Tolentino y Barquera, 2011).

Los resultados de la investigación revelaron que el 87.5% de la población encuestada no entendía el significado del etiquetado basado en GDA, el 17.9% de los estudiantes encuestados respondieron correctamente el número de productos que debían consumir para cumplir con el máximo %GDA recomendado de azúcares en un día, basado en una dieta de 2000 Kcal, en productos que contenían más de una porción por envase. Además, en promedio, los estudiantes emplearon 3.34

minutos para interpretar el etiquetado GDA (Stern, Tolentino y Barquera, 2011). El estudio del INSP puso de manifiesto la dificultad de interpretar el etiquetado GDA y destacó la necesidad de mejorar la comprensión de la población en general, a la luz de los resultados desalentadores de los estudiantes de nutrición encuestados.

Ante estos estudios, así como las recomendaciones tanto a nivel nacional como internacional, la Secretaría de Salud solicitó al INSP (Kaufer Horwitz, Tolentino Mayo, Jáuregu, Sánchez Bazán, Bourges, et al. 2018):

La conformación de un grupo de expertos académicos en etiquetado de alimentos y bebidas, independientes y libres de conflictos de interés, que tuvieran la encomienda de emitir una postura para contribuir al desarrollo de un sistema de etiquetado frontal para productos industrializados que proporcione información útil para facilitar la decisión de compra.

El comité de expertos, en un artículo de posición, señaló que un estudio llevado a cabo por la Universidad de Waterloo en colaboración con el INSP mediante un "ensayo aleatorio con representatividad nacional" reveló que solo el 6% de los participantes reconoció que el etiquetado basado en GDA era fácil de comprender. En respuesta a estos hallazgos, el comité formuló las siguientes recomendaciones (Kaufer Horwitz, Tolentino Mayo, Jáuregu, Sánchez Bazán, Bourges, et al. 2018):

1. Basar el sistema de etiquetado frontal en recomendaciones nacionales e internacionales de salud.
2. Establecer un grupo libre de conflictos de intereses para diseñar el sistema de etiquetado frontal.
3. Considerar un perfil nutrimental único para las políticas de etiquetado a fin de facilitar y armonizar su implementación.
4. Enfatizar en la información de fácil comprensión sobre ingredientes que sean nocivos para la salud al consumirse en altas cantidades

como lo son: azúcar, grasas saturadas, grasas trans y sodio, así como la energía total.

5. Reemplazar el etiquetado basado en GDA por un sistema más efectivo y de fácil comprensión (bajo los argumentos desarrollados en los diferentes estudios realizados nacional e internacionalmente).
6. Adoptar un sistema de etiquetado similar a los establecidos en países como Chile, Brasil, Perú y Canadá en congruencia con los esfuerzos internacionales al ser un sistema más eficaz.

Como puede observarse, las recomendaciones de expertos en la materia, nacionales e internacionales, apuntaban y enfatizaban en la necesidad de modificar el etiquetado basado en GDA al ostentarse como ineficaz para la población en general. Para la modificación de dicho etiquetado, hacía falta estructurarlo mediante el marco normativo establecido en nuestro país. La modificación debía partir del artículo constitucional número 4 y hacer una modificación profunda a las leyes y normas interrelacionadas en el establecimiento del sistema de etiquetado.

El 8 de noviembre de 2019 se publicó en el Diario Oficial de la Federación (DOF) el decreto por el que se reformó y adicionaron diversas disposiciones de la Ley General de salud, destacando el artículo 212 y 215 de la ley ya mencionada (Secretaría de Salud, 2019):

Artículo 212.-

[...] el etiquetado frontal de advertencia deberá hacerse en forma separada e independiente a la declaración de ingredientes e información nutrimental, para indicar los productos que excedan los límites máximos de contenido energético, azúcares añadidos, grasas saturadas, sodio y los demás nutrimentos críticos e ingredientes que establezcan las disposiciones normativas competentes.

La Secretaría de Salud podrá ordenar la inclusión de leyendas o pictogramas cuando lo considere necesario.

Artículo 215.-

VI. Etiquetado frontal de advertencia de alimentos y bebidas no alcohólicas: Sistema de información simplificada en el área frontal de exhibición del envase, el cual debe advertir de manera veraz, clara, rápida y simple sobre el contenido que exceda los niveles máximos de contenido energético, azúcares añadidos, grasas saturadas, grasas, sodio y los nutrimentos críticos, ingredientes y las demás que determine la Secretaría.

VII. Nutrimentos críticos: Aquellos componentes de la alimentación que pueden ser un factor de riesgo de las enfermedades crónicas no transmisibles, serán determinados por la Secretaría de Salud.

Dentro de estos artículos quedó establecido la modificación que se llevaría a cabo del etiquetado basado en GDA, el cual pasaría a ser sustituido por el etiquetado frontal mediante sellos de advertencia. Con la publicación de este decreto se alineó el sistema de etiquetado frontal establecido en el país con las recomendaciones nacionales e internacionales que se habían venido gestando durante los años pasados.

El 27 de marzo del 2020 se publicó en el la modificación a la Norma Oficial Mexicana (NOM-051) en el DOF donde quedó establecido el nuevo etiquetado frontal estructurado bajo un marco normativo integrado por leyes y la propia NOM-051 interrelacionadas, como lo son el artículo número 4 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, la Ley General de Salud, y la Ley Federal de Protección al Consumidor que sirvieron de andamiaje y sustento para la modificación del etiquetado frontal basado en GDA.

Se estableció que la modificación de la NOM-051 sería llevada a cabo bajo 3 fases con la finalidad de que los productores pudieran adecuarse a estas nuevas medidas. Estas tres fases quedaron plasmadas en los artículos transitorios de la NOM-051 quedando delimitadas temporalmente del siguiente modo: 1.- Primera fase, del 1 de octubre de 2020 al 30 de septiembre del 2023; 2.- Segunda fase, del 1 de octubre

de 2023 al 30 de septiembre de 2025; 3.- Tercera fase, del 1 de octubre de 2025 en adelante (Secretaría de Economía, 2020).

Aunado a ello se estableció que, dentro de la primera fase, también entraría en vigor los diferentes numerales establecidos en la NOM-051 para permitir una correcta integración de los productores ante estas modificaciones.

FECHA	ACCIÓN
27 de marzo de 2020	Publicación de la MODIFICACIÓN a la Norma Oficial Mexicana NOM-051-SCFI/SSA1-2010, especificaciones generales de etiquetado para alimentos y bebidas no alcohólicas preenvasados-Información comercial y sanitaria, publicada el 5 de abril de 2010 en el Diario Oficial de la Federación.
1 de octubre del 2020	Entrada en vigor de los incisos 4.5.3.4 al 4.5.3.4.7 así como el 7.1.3 y 7.1.4 de la modificación a la NOM-051-SCFI/SSA1-2010, Especificaciones generales de etiquetado para alimentos y bebidas no alcohólicas preenvasados, información comercial y sanitaria. (Sistema de etiquetado frontal e inclusión, cuando proceda, de las leyendas "CONTIENE CAFÉINA - EVITAR EN NIÑOS" o "CONTIENE EDULCORANTES - NO RECOMENDABLE EN NIÑOS")
1 de abril del 2021	Entrada en vigor del resto de los numerales o incisos de la modificación a la citada Norma Oficial Mexicana

Obtenido de: Manual de la MODIFICACIÓN a la Norma Oficial Mexicana NOM-051-SCFI/SSA1-2010

Sin embargo, se volvió a posponer la tercera etapa de la primera fase y pasó de entrar en vigor el 1 de abril del 2021 al 1 de junio del 2021 a fin de que las empresas productoras pudieran cumplir con dicha normatividad. Dentro de esta etapa destacaron aspectos como (Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios, 2021):

1. Que los productos imitación no pueden utilizar palabras como "tipo" o "estilo"
2. Los productos que contengan uno o más sellos de advertencia o leyenda de edulcorante no pueden contener personajes infantiles, animaciones, dibujos animados, celebridades, deportistas o mascotas.

Ante la implementación del nuevo etiquetado frontal, el 1 de octubre de 2020, varios productores comenzaron a establecer amparos para intentar evitar el establecimiento del etiquetado frontal. El periódico "Expansión" publicó que el día

en el que entró en vigor la modificación a la NOM-051 sólo 15% de los productos preenvasados distribuidos a nivel nacional estaban por debajo de los contenidos nutrimentales críticos y por lo tanto podían “evitar” el etiquetado frontal; y a día de la entrada en vigor de la NOM-051, 30 empresas o representantes ya habían presentado un amparo en oposición al establecimiento del nuevo etiquetado. Jaime Zabudovsky, presidente ejecutivo de ConMexico dijo que había presuntas violaciones al derecho a la información y salud (motivo jurídico en el que se sustentaban los amparos de diferentes empresas) (Echeverría, 2020).

Otro amparo durante el 2020 fue promovido por Coca-Cola Femsa bajo el argumento de que “la compañía no puede asegurar que esta reforma no tendrá un efecto adverso en su negocio y en los resultados de sus operaciones en México” (Expansión, 2020).

Como puede observarse, hubo una serie de negativas por parte de los productores ante el establecimiento del etiquetado frontal; aunque estos buscaban sustentar sus argumentos en posibles errores a la hora de implementar la modificación a la NOM-051 bajo el marco normativo, sus motivaciones estaban dirigidas a las posibles pérdidas económicas que tendrían a raíz del establecimiento del etiquetado frontal mediante sellos de advertencia.

Esta discusión entre el gobierno y privados se ha extendido hasta el día de hoy. En el 2022 las empresas Barrilito, Santa Clara, Herdez, Alimentos del Fuerte, Nutrisa, y McCormick presentaron amparos ante la NOM-051 “bajo el argumento de que se violan sus derechos constitucionales y podría generar afectaciones a sus negocios y operaciones en México” (López, 2022). En el año en curso, se resolvió el amparo que realizó la empresa Desde El Corazón Del Fruto, S.A. De C.V. ante la NOM-051, y los artículos 212 y 215 de la Ley General de Salud (Ramos, 2023). En la resolución, la Suprema Corte de Justicia de La Nación (SCJN) le negó el amparo bajo el reconocimiento de que el Estado debe garantizar el derecho a una alimentación nutritiva, suficiente y de calidad establecido en el párrafo tercero de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

Entre los argumentos que dio la SCJN, se estableció (Mossa, 2022):

[...] la medida impositiva que se analiza es necesaria dado que es sólo una de las herramientas a cargo del Estado para alcanzar el fin constitucionalmente válido antes señalado, pues no sólo se encuentra dentro de las facultades del legislador hacer efectivos los derechos a la alimentación y a la protección de la salud a través de los instrumentos a su alcance, sino que el uso de dicha medida fiscal fue sugerido por parte de organismos internacionales (Organización Mundial de la Salud y Organización Panamericana de la Salud, con base en estudios científicos llevados por dichos organismos).

De modo que, aunque se han realizado numerosos esfuerzos por parte del sector empresarial para poderse “librar” del nuevo etiquetado frontal, hasta día de hoy no han podido encontrar argumentos jurídicos que respalden sus posturas.

Sin embargo, resulta necesario visualizar cómo se estructura la modificación a la NOM-051 bajo el marco normativo que se estipula en nuestro país con el fin de tener un panorama de la concordancia y adecuación en la implementación del nuevo etiquetado frontal.

Marco normativo

El reconocimiento de responsabilidades, y la estipulación de medidas estatales y privadas se encuentran delimitadas por un marco normativo establecido en normas y leyes. El punto de partida en el reconocimiento de las responsabilidades estatales se encuentra establecido en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

En el artículo constitucional 4, en su párrafo tercero se establece (Instituto de investigaciones jurídicas, 2023):

“Toda persona tiene derecho a una alimentación nutritiva, suficiente y de calidad. El Estado lo garantizará”.

En el párrafo anterior se reconoce explícitamente la responsabilidad estatal por garantizar una alimentación adecuada y de calidad. Aunque dicho fin depende de muchos factores (económicos, de accesibilidad, reglamentación, etc.) dentro de la investigación realizada reconocemos y señalamos la responsabilidad estatal para garantizar dichas condiciones; enfatizando en la normatividad en torno al acceso de información de los alimentos ultraprocesados distribuidos en el país.

Norma Oficial Mexicana-051

Dentro de la Norma Oficial Mexicana (NOM-051) se establecen medidas para la distribución y comercialización de los productos preenvasados a fin de garantizar el acceso a la información acerca del producto por parte del consumidor.

La Norma Oficial Mexicana establece su objetivo de la siguiente manera (Secretaría de Economía, 2020):

Esta Norma Oficial Mexicana tiene por objeto establecer la información comercial y sanitaria que debe contener el etiquetado del producto preenvasado destinado al consumidor final, de fabricación nacional o extranjera, comercializado en territorio nacional, así como determinar las

características de dicha información y establecer un sistema de etiquetado frontal, el cual debe advertir de forma clara y veraz sobre el contenido de nutrimentos críticos e ingredientes que representan riesgos para su salud en un consumo excesivo.

Como puede observarse en el párrafo anterior, uno de los objetivos de la NOM-051 es “establecer información comercial y sanitaria” donde se advierte sobre el contenido de nutrimentos críticos e ingredientes que representan un riesgo a la salud en un consumo excesivo” (Secretaría de Economía, 2020). Es mediante el establecimiento de dicha información que el Estado intenta reducir y/o eliminar la asimetría de información⁸ entre los productores y consumidores; de este modo el Estado toma parte de su responsabilidad, el de garantizar una alimentación nutritiva, al propiciar condiciones favorables para que el consumidor pueda hacer una elección informada.

Los productos preenvasados que sean acreedores a contener sellos de advertencia se estipulan dentro de la NOM-051 en el siguiente recuadro.

	Energía	Azúcares	Grasas saturadas	Grasas trans	Sodio
Sólidos en 100 g de producto	≥ 275 kcal totales	≥ 10 % del total de energía proveniente de azúcares libres	≥ 10 % del total de energía proveniente de grasas saturadas	≥ 1 % del total de energía proveniente de grasas trans	≥ 1 mg de sodio por kcal o ≥ 300 mg
Líquidos en 100 mL de producto	≥ 70 kcal totales o ≥ 8 kcal de azúcares libres				Bebidas sin calorías: ≥ 45 mg de sodio
Leyenda a usar	EXCESO CALORÍAS	EXCESO AZÚCARES	EXCESO GRASAS SATURADAS	EXCESO GRASAS TRANS	EXCESO SODIO

Obtenido de: Norma Oficial Mexicana 051 (Secretaría de Economía, 2020)

⁸ Entendemos la asimetría de información como la disparidad de información entre uno o varios negociantes (parte y contraparte); en este caso productor-consumidor respecto al bien o servicio en transacción.

Aunado a ello, se establece, en el numeral 4.1.5 de la NOM-051, que los productos preenvasados que contienen uno o más sellos de advertencia (estipulado en la NOM-051) no pueden (Secretaría de Economía, 2020):

A.) incluir en la etiqueta personajes infantiles, animaciones, dibujos animados, celebridades, deportistas o mascotas, elementos interactivos, tales como, juegos visual – espaciales o descargas digitales, que, estando dirigidos a niños, inciten, promueven o fomenten el consumo, compra o elección de productos con exceso de nutrimentos críticos o con edulcorantes, y

B. hacer referencia en la etiqueta a elementos ajenos al mismo con las mismas finalidades del párrafo anterior.

Como puede observarse, el etiquetado frontal busca eliminar los elementos que pueden ser atractivos para los niños y que incitan su consumo. De este modo los sellos de advertencia funcionan como “nudge” cuya finalidad es reducir el consumo de alimentos perjudiciales a la salud de los consumidores, en este caso, niños.

En el numeral 4.1.4. Bis de la NOM-051 (destinado a las especificaciones) estipula que los productos que cumplen con un contenido menor a lo estipulado pueden declararlo de la siguiente forma (Secretaría de Economía, 2020):

4.1.4. Bis La etiqueta de los productos preenvasados que no contengan los sellos y leyendas precautorias, puede declararlo únicamente de forma escrita mediante la frase “Este producto no contiene sellos ni leyendas” y no debe utilizar elementos gráficos o descriptivo alusivos a los mismos. La declaración debe ser colocada en la superficie de información y, su tipografía y tamaño debe ser igual o menor al tamaño mínimo cuantitativo del contenido neto conforme a la NOM-030-SCFI-2006.

Por su parte el numeral 4.5.1 establece que “el etiquetado nutrimental es obligatorio en la etiqueta de los productos preenvasados, y comprende la declaración nutrimental y la información nutrimental complementaria” (Secretaría de Economía, 2020).

En el numeral 7.1.3. y 7.1.4. se enlistan las leyendas que deben contener los productos que suponen un daño a la salud de los niños (Secretaría de Economía, 2020).

7.1.3. Si la lista de ingredientes incluye edulcorantes, se debe colocar la leyenda precautoria frontal en letras mayúsculas “CONTIENE EDULCORANTES, NO RECOMENDABLE EN NIÑOS”.

7.1.4. Cuando el producto preenvasado contenga cafeína adicionada dentro de la lista de ingredientes en cualquier cantidad, se debe incluir la leyenda precautoria en letras mayúsculas “CONTIENE CAFEÍNA EVITAR EN NIÑOS”, la cual forma parte del sistema de etiquetado frontal, conforme se establece en el Apéndice A (Normativo).

De estos numerales podemos inferir que hay cierto énfasis por poner sellos de advertencia en los productos que pueden consumir los niños. Datos de la ENSANUT 2018 muestran que, en un rango de cero a cuatro años un porcentaje de 8.2% de la población tienen sobrepeso; mientras que, en un rango de cinco a once años de edad, un porcentaje de 17.5% de la población tiene obesidad y un 18.1% sobrepeso sumando un 35.6% de la población total ubicada en este rango de edad con alguno de estos padecimientos (INEGI, 2018).

Si bien los edulcorantes y la cafeína no son alimentos causales directos de la obesidad y sobrepeso; si fomentan condiciones para que los niños padezcan de ellas.

El objetivo de las leyendas se estipula de manera explícita como (comunicación.social - Secretaría de Salud, 2021):

La leyenda **edulcorantes, no recomendables para niños**, busca alertar a los padres, tutores o encargados de los menores sobre los posibles daños a la salud si se consumen, ya que puede alterar la respuesta hormonal, modificar las sensaciones de apetito y la respuesta metabólica posterior a su consumo, provocando mayor ingesta, ganancia de peso así como la habituación al sabor dulce debido a que su dulzor es mayor a que el del azúcar natural.

En el caso de la leyenda precautoria **contiene cafeína- evitar en niños**, es una sustancia que se puede encontrar en bebidas azucaradas, energéticas y refrescos. La cafeína estimula el sistema nervioso central, alterando patrones de sueño, dificultad para concentrarse, ritmo cardiaco y la presión arterial. Por esta razón su consumo no se recomienda en niñas, niños y adolescentes.

Cifras obtenidas de la ENSANUT 2018 establecen que 83.3% de la población de niños ubicados en un rango de uno a cuatro años de edad consumen “bebidas no lácteas endulzadas”; y un 85.7% de la población de niños ubicados en un rango de cinco a once años de edad también lo hacen. Es decir, en promedio un 84.5% de la población infantil (niños entre uno y once años de edad) consumen bebidas que pueden tener edulcorantes (INEGI, 2018).

Como se ha mencionado en los párrafos anteriores, la modificación a la NOM-051 está dirigida a los productores de los alimentos preenvasados. Donde el etiquetado frontal en forma de advertencia funciona como nudge ya que no prohíben el consumo de alimentos que pueden perjudicar la salud; sino que apela a los consumidores mediante contenido gráfico para la toma de una elección bien informada.

Los numerales 8, 9.2 y 9.6 establecen las entidades responsables y marco jurídico para la vigilancia y cumplimiento de la normatividad, quedando establecida del siguiente modo:

El numeral 8 establece que la verificación y vigilancia de lo estipulado por la norma está a cargo de la Procuraduría Federal del Consumidor y la Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios (Secretaría de Economía, 2020).

Mientras que en el numeral 9.2 se establece que la evaluación de la conformidad⁹ tiene por objetivo (Secretaría de Economía, 2020):

(...) Establecer los requisitos que deben seguir las personas acreditadas y aprobadas en términos de lo dispuesto por la Ley Federal sobre Metrología y Normalización y su Reglamento, para evaluar el cumplimiento de la presente Norma Oficial Mexicana de los productos preenvasados, de fabricación nacional y extranjera, destinados al consumidor final en el territorio nacional.

Y el numeral 9.6 establece (Secretaría de Economía, 2020): “La verificación y vigilancia del presente Procedimiento para la Evaluación de la Conformidad se llevará a cabo de conformidad con lo establecido en la Ley Federal sobre Metrología y Normalización y su Reglamento”.

⁹ La secretaría de economía lo define como “la determinación del grado de cumplimiento con las normas oficiales mexicanas o la conformidad con las normas mexicanas, las normas internacionales u otras especificaciones, prescripciones o características. Comprende, entre otros, los procedimientos de muestreo, prueba, calibración, certificación y verificación (Secretaría de Economía, 2010)

Ley Federal de Protección al Consumidor

Otro documento importante donde se sustenta la implementación del etiquetado frontal es la Ley Federal de Protección al Consumidor (LFPC).

En su artículo primero, párrafo segundo se establece como objetivo (CÁMARA DE DIPUTADOS DEL H. CONGRESO DE LA UNIÓN, 2019):

“promover y proteger los derechos y cultura del consumidor y procurar la equidad, certeza y seguridad jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores.”

Dentro de este mismo artículo se establecen “principios básicos en las relaciones de consumo”. De los cuales el apartado I, II, III y VII giran en torno al establecimiento, acceso y difusión de información dirigida al consumidor (CÁMARA DE DIPUTADOS DEL H. CONGRESO DE LA UNIÓN, 2019):

I. La protección de la vida, salud y seguridad del consumidor contra los riesgos provocados por productos, prácticas en el abastecimiento de productos y servicios considerados peligrosos o nocivos;

II. La educación y divulgación sobre el consumo adecuado de los productos y servicios, que garanticen la libertad para escoger y la equidad en las contrataciones;

III. La información adecuada y clara sobre los diferentes productos y servicios, con especificación correcta de cantidad, características, composición, calidad y precio, así como sobre los riesgos que representen;

VII. La protección contra la publicidad engañosa y abusiva, métodos comerciales coercitivos y desleales, así como contra prácticas y cláusulas abusivas o impuestas en el abastecimiento de productos y servicios.

De los cuales, observamos que está claramente estipulado el garantizar la información adecuada, clara y veraz para los consumidores¹⁰ partiendo de la concepción de que son estos quienes valoran y discriminan entre los productos que adquieren de manera racional. Paralelamente a esto, se establece como responsabilidad Estatal (mediante el conjunto de leyes, normas e instituciones) la garantía de condiciones óptimas para que los consumidores puedan tomar una decisión entre los productos, bienes y servicios que se le presentan.

En el presente artículo, fracción VII se hace explícita la protección contra la publicidad engañosa¹¹, misma que de llevarse a cabo, existen mecanismos para sancionar y reglamentarla presentes dentro de la misma LFPC (CÁMARA DE DIPUTADOS DEL H. CONGRESO DE LA UNIÓN, 2019)

En el artículo 8 bis, se establece la responsabilidad que tiene la Procuraduría Federal del Consumidor por fomentar una adecuada cultura de consumo, actividad que es llevada mediante difusión de información, elaboración de investigaciones, etc. (CÁMARA DE DIPUTADOS DEL H. CONGRESO DE LA UNIÓN, 2019).

ARTÍCULO 8 Bis. La Procuraduría deberá fomentar permanentemente una cultura de consumo responsable e inteligente, entendido como aquel que implica un consumo consciente, informado, crítico, saludable, sustentable, solidario y activo, a fin de que los consumidores estén en la posibilidad de realizar una buena toma de decisiones, suficientemente informada, respecto del consumo de bienes y servicios, los efectos de sus actos de consumo, y los derechos que los asisten.

El artículo 19 hace mención de las facultades que tiene la Secretaría de Economía a fin de promover los intereses y derechos de los consumidores incluyendo como

¹⁰ persona física o moral que adquiere, realiza o disfruta como destinatario final bienes, productos o servicios (LFPC)

¹¹ “se entiende por información o publicidad engañosa o abusiva aquella que refiere características o información relacionadas con algún bien, producto o servicio que pudiendo o no ser verdaderas, inducen a error o confusión al consumidor por la forma inexacta, falsa, exagerada, parcial, artificiosa o tendenciosa en que se presenta.” (LFPC, Artículo 32)

medio para el alcance de sus fines la facultad para expedir Normas Oficiales Mexicanas (NOM) y Normas Mexicanas (NMX)¹²; la fracción primera de dicho artículo establece que se pueden expedir NOM y NMX respecto de (CÁMARA DE DIPUTADOS DEL H. CONGRESO DE LA UNIÓN, 2019):

I. Productos que deban expresar los elementos, substancias o ingredientes de que estén elaborados o integrados así como sus propiedades, características, fecha de caducidad, contenido neto y peso ó masa drenados, y demás datos relevantes en los envases, empaques, envolturas, etiquetas o publicidad, que incluyan los términos y condiciones de los instructivos y advertencias para su uso ordinario y conservación;

Por lo que del artículo 19 de la LFPC y de su párrafo I, se desprende la NOM-051 cuyo fin estriba en estipular y reglamentar la información comercial y sanitaria contenida en los productos preenvasados como se revisó en los párrafos anteriores.

Los artículos 20 y 24 de la LFPC establecen las funciones y administraciones de la Procuraduría Federal del Consumidor. El artículo 20 establece que (CÁMARA DE DIPUTADOS DEL H. CONGRESO DE LA UNIÓN, 2019):

ARTÍCULO 20.- La Procuraduría Federal del Consumidor es un organismo descentralizado de servicio social con personalidad jurídica y patrimonio propio. Tiene funciones de autoridad administrativa y está encargada de promover y proteger los derechos e intereses del consumidor y procurar la

¹² Las Normas Oficiales Mexicanas se diferencian de las Normas Mexicanas por ser de carácter obligatorio; definidas como “regulaciones técnicas de observancia obligatoria expedidas por las dependencias competentes, que tienen como finalidad establecer las características que deben reunir los procesos o servicios cuando estos puedan constituir un riesgo para la seguridad de las personas o dañar la salud humana; así como aquellas relativas a terminología y las que se refieran a su cumplimiento y aplicación” (Secretaría de Salud, 2015).

Mientras que las Normas Mexicanas son recomendaciones de parámetros o procedimientos “de ámbito primordialmente voluntario, promovidas por la Secretaría de Economía y el sector privado, a través de los Organismos Nacionales de Normalización” (Secretaría de Economía, 2016).

equidad y seguridad jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores.

Por su parte el artículo 24 estipula las atribuciones que tiene la Procuraduría Federal del Consumidor; de los cuales, consideramos relevante rescatar los apartados (I, II, IV, VI, VII, IX, X, IX Ter, X, XIV, XVII, XIX) (CÁMARA DE DIPUTADOS DEL H. CONGRESO DE LA UNIÓN, 2019).

ARTÍCULO 24. La procuraduría tiene las siguientes atribuciones:

I. Promover y proteger los derechos del consumidor, así como aplicar las medidas necesarias para propiciar la equidad y seguridad jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores;

II. Procurar y representar los intereses de los consumidores, mediante el ejercicio de las acciones, recursos, trámites o gestiones que procedan

IV. Recopilar, elaborar, procesar y divulgar información objetiva para facilitar al consumidor un mejor conocimiento de los bienes y servicios que se ofrecen en el mercado;

VI. Orientar a la industria y al comercio respecto de las necesidades y problemas de los consumidores;

VII. Realizar y apoyar análisis, estudios e investigaciones en materia de protección al consumidor;

IX Ter. Promover la coordinación entre las autoridades federales, estatales y municipales que corresponda, a fin de asegurar la protección efectiva al consumidor en contra de la información o publicidad engañosa o abusiva;

X. Actuar como perito y consultor en materia de calidad de bienes y servicios y elaborar estudios relativos;

XIV. Vigilar y verificar el cumplimiento de las disposiciones contenidas en esta ley y, en el ámbito de su competencia, las de la Ley Federal sobre Metrología y Normalización, así como de las normas oficiales mexicanas y demás disposiciones aplicables, y en su caso determinar los criterios para la verificación de su cumplimiento;

XVII. Denunciar ante el Ministerio Público los hechos que puedan ser constitutivos de delitos y que sean de su conocimiento y, ante las autoridades competentes, los actos que constituyan violaciones administrativas que afecten la integridad e intereses de las y los consumidores;

XIX. Aplicar y ejecutar las sanciones y demás medidas establecidas en esta ley, en la Ley Federal sobre Metrología y Normalización y demás ordenamientos aplicables;

Las fracciones I, II, IV, VI, VII giran en torno a la relación productor-consumidor; en la que la Procuraduría Federal del Consumidor funciona como mediador y promotor de las condiciones adecuadas para la transacción entre consumidor y productor. Este entre sus atribuciones tiene: promover y proteger los derechos de los consumidores, ser el representante de los intereses de los consumidores, realizar estudios y divulgar información referente a los bienes y servicios a fin de proporcionar mayor y mejor información al consumidor, etc. Estos artículos nos hablan de los riesgos que existen ante una posible asimetría de información, y están enfocados en disminuirla y/o eliminarla.

Mientras que las fracciones IX Ter, X, XIV, XVII, XIX se enfocan a las atribuciones en torno a la verificación de cumplimiento de las leyes y normas establecidas en la LFPC y afines (como lo son las NOM Ley Federal sobre Metrología y Normalización).

Los artículos 25 y 25 Bis de la LFPC establecen las medidas que puede ejecutar la Procuraduría Federal del Consumidor como incentivos negativos; traduciéndose en multas económicas o diferentes cursos de acciones realizados por la procuraduría,

establecidos en el artículo 25 Bis (CÁMARA DE DIPUTADOS DEL H. CONGRESO DE LA UNIÓN, 2019).

ARTÍCULO 25.- La Procuraduría, para el desempeño de las funciones que le atribuye la ley, podrá aplicar previo apercibimiento las siguientes medidas de apremio:

I. Multa de \$336.05 a \$33,605.59;

II. El auxilio de la fuerza pública

III. Ordenar arresto administrativo hasta por 36 horas, y

IV. En caso de que persista la infracción podrán imponerse nuevas multas por cada día que transcurra sin que se obedezca el mandato respectivo, hasta por \$13,442.24, por un período no mayor a 180 días

ARTÍCULO 25 BIS. La Procuraduría podrá aplicar las siguientes medidas precautorias cuando se afecte o pueda afectar la vida, la salud, la seguridad o la economía de una colectividad de consumidores:

I. Inmovilización de envases, bienes, productos y transportes;

II. El aseguramiento de bienes o productos en términos de lo dispuesto por el artículo 98 TER de esta Ley;

III. Suspensión de la comercialización de bienes, productos o servicios;

IV. Ordenar el retiro de bienes o productos del mercado, cuando se haya determinado fehacientemente por la autoridad competente que ponen en riesgo la vida o la salud de los consumidores; V. Colocación de sellos e información de advertencia;

V. Colocación de sellos e información de advertencia;

VI. Ordenar la suspensión de información o publicidad a que se refiere el artículo 35 de esta ley, y

VII. Emitir alertas a los consumidores y dar a conocer las de otras autoridades sobre productos defectuosos o dañinos que pongan en riesgo la vida, la salud, la seguridad o la economía del consumidor, y ordenar el llamado a revisión de bienes o productos cuando presenten defecto o daños que ameriten ser corregidos, reparados o reemplazados, y los proveedores hayan informado esta circunstancia a la Procuraduría.

Las fracciones VI y VII del artículo 25 Bis fueron reformadas en el 2018 y están fuertemente relacionados con la NOM-051. La fracción número VI hace referencia a la información engañosa o abusiva; parte de las atribuciones que tiene la procuraduría, establecidas en el artículo 24 de la LFPC. Aunado a ello en la NOM-051, de manera más específica, dentro del Numeral 4.1.5 (Secretaría de Economía, 2020) se especifica que publicidad puede o no ser incluida a partir de la reglamentación estipulada en la norma como se revisó en el apartado anterior.

Por su parte la fracción VII hace referencia a la coordinación que debe existir entre las instituciones, órganos y autoridades gubernamentales para el cumplimiento del marco jurídico estructurado por las leyes y normas interrelacionadas. Es importante recordar que es la Secretaría de Economía está facultada para expedir NOM y NMX; y dentro de la NOM-051 se dispone que la Procuraduría Federal del Consumidor es la encargada de verificación y vigilancia de lo estipulado dentro de la NOM-051, de ahí la obligación de no solo emitir alertas a los consumidores, sino también a las demás autoridades interrelacionadas en la construcción de este marco jurídico.

El artículo 32 de la LFPC, establece que (CÁMARA DE DIPUTADOS DEL H. CONGRESO DE LA UNIÓN, 2019):

Artículo 32.- La información o publicidad relativa a bienes, productos o servicios que se difundan por cualquier medio o forma, deberán ser veraces, comprobables, claros y exentos de textos, diálogos, sonidos, imágenes, marcas, denominaciones de origen y otras descripciones que induzcan o puedan inducir a error o confusión por engañosas o abusivas.

Dentro de este artículo se adiciona el párrafo cuarto, el cual establece:

Queda prohibido incluir en la información o publicidad en la que se comercialice un producto o servicio, toda leyenda o información que indique que han sido avalados, aprobados, recomendados o certificados por sociedades o asociaciones profesionales, cuando éstas carezcan de la documentación apropiada que soporte con evidencia científica, objetiva y fehaciente, las cualidades o propiedades del producto o servicio, o cualquier otro requisito señalado en las leyes aplicables para acreditar las mismas.

Con la adición del párrafo cuarto al artículo 32, queda delimitado la prohibición de incluir información errónea que pueda afectar de manera negativa la toma de decisiones de los consumidores; esta cuestión es tratada de manera más específica en la NOM-051 en el numeral 4.1.4. cómo se revisó en el apartado anterior.

En el artículo 44 se establece (CÁMARA DE DIPUTADOS DEL H. CONGRESO DE LA UNIÓN, 2019):

ARTÍCULO 44.- La Procuraduría podrá hacer referencia a productos, marcas, servicios o empresas en forma específica, como resultado de investigaciones permanentes, técnicas y objetivas, a efecto de orientar y proteger el interés de los consumidores y publicar periódicamente dichos resultados para conocimiento de éstos.

Esto responde al señalamiento claro de los bienes y servicios de sus características cualitativas (para el desarrollo de esta investigación, son objeto de estudio los productos “preenvasados”); Tal es el caso de los numerales 4.2.1.1 y 4.2.1.1.2 de la NOM-051 los cuales giran en torno a los productos “imitación” y a su prohibición de uso de palabras como “tipo”, “estilo”, o similares que propician el entendimiento erróneo de la información proporcionada por los productores (Secretaría de Economía, 2020).

Ley General de Salud

La Ley General de Salud tiene como fin reglamentar la protección y promoción de la salud. Esta ley parte del artículo constitucional número 4 mencionado en los párrafos de arriba.

Dentro de su artículo número 2 en las fracciones VIII y XII se establece (Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión, 2022):

VIII. La promoción de la salud y la prevención de las enfermedades.

XII. La prevención, orientación, control y vigilancia en materia de nutrición, sobrepeso, obesidad y otros trastornos de la conducta alimentaria, enfermedades respiratorias, enfermedades cardiovasculares y aquellas atribuibles al tabaquismo

La fracción VII de dicho artículo fue reformada en el 2019 y sirve como extensión de la implementación de los sellos de advertencia establecidos en el etiquetado frontal ya que, mediante los sellos de advertencia, que van en conjunto con una serie de medidas gubernamentales (como lo son comerciales, espacios en radio, educación para la salud, etc.) dentro de esta investigación solo abordaremos los sellos de advertencia entendidos como nudge los cuales buscan promocionar el consumo de alimentos preenvasados más saludables y así intentar inferir en el desarrollo de enfermedades de la población.

Por su parte la fracción XII también sirve como sustento legal al establecimiento del etiquetado frontal ya que de esta manera el Estado mediante el gobierno y sus órganos busca orientar y prevenir no solo el sobrepeso y la obesidad que sufre la población; sino el desarrollo de enfermedades atribuibles a esta condición.

El artículo 13 de la presente ley establece (Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión , 2022):

Artículo 13. La competencia entre la Federación y las entidades federativas en materia de salubridad general quedará distribuida conforme a lo siguiente:

I. Dictar las normas oficiales mexicanas a que quedará sujeta la prestación, en todo el territorio nacional, de servicios de salud en las materias de salubridad general y verificar su cumplimiento;

De modo que en la fracción I del apartado A se establece que las normas oficiales mexicanas (NOM) se deben aplicar en toda la república. El caso del etiquetado frontal refleja esta situación ya que es una política pública establecida en todo el territorio nacional cuyo fin es incidir en los problemas de salud causados por el sobrepeso y la obesidad. Como revisamos en el apartado anterior, los problemas de sobrepeso y obesidad se han extendido por todo el territorio nacional, y es un problema que se ha ido acrecentado en los últimos años de manera constante (como se puede observar en los datos proporcionados por la ENSANUT) de este modo la modificación a la NOM-051 busca inferir de manera más eficaz en ese problema público.

El artículo 27 de la presente ley hace mención sobre los servicios básicos de salud (Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión , 2022):

Artículo 27. Para los efectos del derecho a la protección de la salud, se consideran servicios básicos de salud los referentes a:

IX. La promoción de un estilo de vida saludable

La fracción IX hace mención a las diferentes acciones gubernamentales donde se promueven una alimentación sana y actividades físicas por medio de medios de comunicación, jornadas de salud, etc. Como hemos mencionado, el establecimiento del etiquetado frontal ya es por sí mismo una manera de promover una vida saludable ya que se busca inferir en un consumo más saludable de la población ante los productos preenvasados (ultraprocesados); pero estos también han sido acompañados por espacios utilizados en los medios de comunicación que hacen mención explícita de los sellos de advertencia, y estudios realizados por la Procuraduría Federal del Consumidor ante estos alimentos y bebidas, los cuales buscan difundir información y promocionar el consumo de alimentos saludables.

El artículo 115 de la presente ley establece (Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión , 2022):

Artículo 115.- La Secretaría de Salud tendrá a su cargo:

VII. Establecer las necesidades nutrimentales que deban satisfacer los cuadros básicos de alimentos evitando los altos contenidos en azúcares, grasas saturadas, grasas trans y sodio. Tratándose de las harinas industrializadas de trigo y de maíz, se exigirá la fortificación obligatoria de éstas, indicándose los nutrimentos y las cantidades que deberán incluirse;

La fracción VII hace mención de los cuadros básicos de alimentos¹³; el establecimiento del etiquetado frontal advierte sobre los excedentes nutrimentales de los productos preenvasados, de este modo el Estado mediante estas medidas buscan que la información que se le brinda a los consumidores sea clara y accesible. Con el establecimiento de estos sellos de advertencia, los consumidores pueden valorar los alimentos preenvasados que pueden elegir y saber de manera

¹³ Se define como “un instrumento que permite seleccionar insumos para la elaboración de los diferentes tipos de dietas, acorde a los criterios actuales de cantidad (energía) y calidad (contenido nutrimental) con la finalidad de conservar y corregir el estado fisiológico y nutricional en apego a la regulación nacional e internacional” (Gobierno de México, s.f.)

clara, rápida y explícita cuales exceden el contenido nutrimental recomendado ingerir.

Este artículo está relacionado con la reforma realizada en el 2019 a la fracción V del artículo 159, en el que se establecen distintas medidas para la prevención de enfermedades, que en el desarrollo de esta investigación, nos enfocamos en las que son atribuibles al sobrepeso y obesidad (Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión , 2022)

Artículo 159.- El ejercicio de la acción de prevención y control de las enfermedades no transmisibles y sindemias comprenderá una o más de las siguientes medidas, según el caso de que se trate:

V. La difusión permanente de las dietas, hábitos alimenticios y procedimientos que conduzcan al consumo efectivo de los mínimos de nutrimentos por la población general y no exceder los máximos de azúcares, grasas saturadas, grasas trans y sodio, con base en lo recomendado por la propia Secretaría, y

El artículo 212 de la presente ley, establece (Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión , 2022):

Artículo 212.- La naturaleza del producto, la fórmula, la composición, calidad, denominación distintiva o marca, denominación genérica y específica, información de las etiquetas y contra etiquetas, deberán corresponder a las especificaciones establecidas por la Secretaría de Salud, de conformidad con las disposiciones aplicables, y responderán exactamente a la naturaleza del producto que se consume, sin modificarse; para tal efecto se observará lo señalado en la fracción VI del artículo 115.

[...] el etiquetado frontal de advertencia deberá hacerse en forma separada e independiente a la declaración de ingredientes e información nutrimental, para indicar los productos que excedan los límites máximos de contenido energético, azúcares añadidos, grasas saturadas, sodio y los demás

nutrimentos críticos e ingredientes que establezcan las disposiciones normativas competentes.

La Secretaría de Salud podrá ordenar la inclusión de leyendas o pictogramas cuando lo considere necesario.

Los párrafos 3 y 4 fueron adicionados en el 2019 para poder respaldar la implementación del nuevo etiquetado frontal estipulado en la NOM-051. Estos párrafos establecen la facultad de la secretaría por normar las etiquetas y leyendas de que deben contener los productos preenvasados.

Ante la revisión de las leyes y la NOM-051 que se realizó en los párrafos anteriores, se puede observar que el establecimiento del nuevo etiquetado frontal está sustentado de manera armónica con el marco normativo establecido en nuestro país; acerca y promueve una correcta ejecución Estatal para promover y garantizar los derechos establecidos en los documentos revisados de una manera favorable.

Análisis empírico

Se llevó a cabo una encuesta presencial en la Ciudad de México, específicamente en la alcaldía Iztacalco, utilizando la herramienta Google Forms para recopilar información sobre la percepción de las personas con respecto al etiquetado frontal y su impacto en sus hábitos de consumo.

El cuestionario incluyó un total de 13 preguntas y se administró a 100 participantes. En cuanto a la composición de la muestra, el 60% eran mujeres y el 40% eran hombres, con edades que variaban desde los 18 hasta los 63 años. Las encuestas se llevaron a cabo fuera de centros comerciales, y los resultados obtenidos fueron los siguientes:

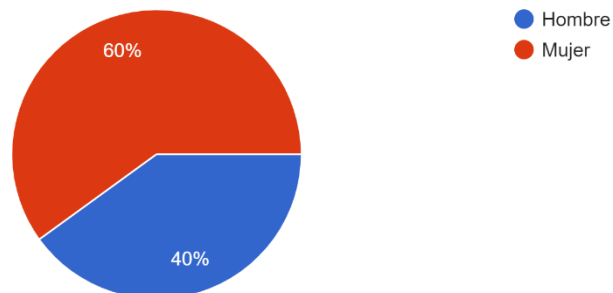
La población entrevistada se conformó del siguiente modo:

Edad de los entrevistados			
mínimo	media	moda	máximo
18 años	32 años	27 años	63 años

Fuente: elaboración propia

Por su parte, la división de la población entrevistada por sexo se estableció del siguiente modo:

Sexo
100 respuestas

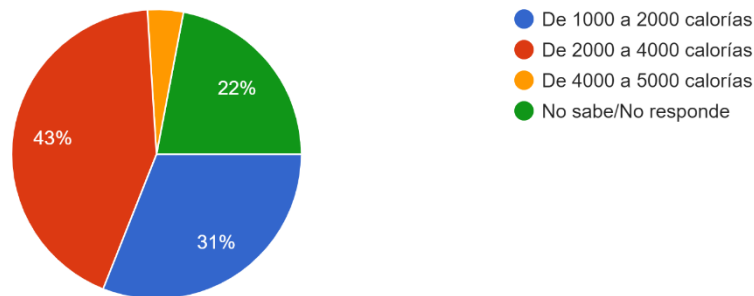


Fuente: elaboración propia

La recolección de los datos anteriores (edad y sexo) respondió a la visualización y establecimiento de tendencias dentro de la población entrevistada. A destacar queda que es una población joven (con una media de 32 años), y que es un grupo poblacional con un ligero predominio de las mujeres (60% de las personas encuestadas es del sexo femenino).

Primera pregunta:

¿Cuántas calorías considera usted que una persona adulta debe consumir en promedio al día?
100 respuestas



Fuente: elaboración propia

De acuerdo con los resultados obtenidos del cuestionario, la mayoría de los participantes tienen una idea acertada acerca del consumo promedio de calorías que debería consumir una persona. Sin embargo, comencemos por definir lo que es una caloría, pues de acuerdo con el sitio web Manual MSD versión para público general, nos menciona que una caloría es una medida de energía, que se encuentra en los alimentos, cuya función principal es dotar al organismo de energía, la cual se libera cuando los alimentos se descomponen en la digestión.

La energía es esencial para que las células realicen sus funciones, incluida la síntesis de proteínas y otras sustancias necesarias en el organismo. Esta energía puede utilizarse de inmediato o almacenarse para un uso posterior. Cuando la cantidad de calorías aportadas por los alimentos supera las necesidades inmediatas del organismo, el exceso se almacena mayormente en forma de grasa, mientras que una parte se

almacena como hidratos de carbono, generalmente en el hígado y los músculos, lo que conduce al aumento de peso corporal. Por otro lado, cuando la ingesta calórica es insuficiente para satisfacer las necesidades del organismo, este comienza a utilizar los hidratos de carbono almacenados en el hígado y los músculos (Youdim, 2021).

Una vez comprendida la importancia de las calorías, surge la pregunta sobre la cantidad diaria estimada que una persona adulta necesita para el adecuado funcionamiento de su organismo. Según la Organización Mundial de la Salud (OMS), las mujeres deben consumir entre 1,600 y 2,000 kcal al día, mientras que los hombres deben ingerir entre 2,000 y 2,500 kcal (Organización Mundial de la Salud, 2018). Estas cifras representan un promedio general, pero el consumo puede variar según el nivel de actividad física y el estilo de vida de cada individuo, ya sea más activo o más sedentario.

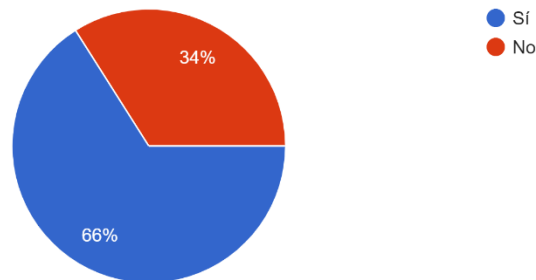
Del total de entrevistados que respondieron a la pregunta “¿Cuántas calorías considera usted que una persona adulta debe consumir en promedio al día?”, 48% respondió que se requieren de 2000 a 4000 calorías diarias, seguido del 29% que respondió de 1000 a 2000 calorías y finalmente 24% respondió que desconocía esa información. No obstante, es curioso apreciar que del 48% que conoce el número de consumo de calorías diario, 29% corresponde a mujeres que son quienes conocen esta información, mientras que 19% está conformado por los varones.

De este modo, se puede observar que esto representa un conjunto de respuestas favorables ya que los encuestados no se encuentran tan sesgados con respecto a la información nutrimental que conocen con respecto al estimado real.

Segunda pregunta:

¿Cree que el etiquetado frontal ha modificado su consumo de alimentos ultraprocesados? El etiquetado frontal se integra por sellos y leyendas ...enido nutrimental a la hora de adquirir un producto.

100 respuestas



Fuente: elaboración propia

En México, se ha experimentado una transición nutricional en la que hemos pasado de consumir alimentos caseros preparados con productos locales y frescos a aumentar el consumo de alimentos ultraprocesados debido a su rapidez en la preparación. Estos alimentos ultraprocesados son ricos en carbohidratos, sal y grasas, pero carecen de vitaminas, minerales y otros micronutrientes esenciales. Además, esta transición se ha visto acompañada de una disminución en la actividad física, en parte debido a trabajos sedentarios, cambios en los patrones de movilidad y el rápido proceso de urbanización. Estos factores han contribuido significativamente al creciente problema de sobrepeso y obesidad en nuestro país. Los resultados obtenidos de la segunda pregunta “¿Cree que el etiquetado frontal ha modificado su consumo de alimentos ultraprocesados?”, “¿por qué?” son interesantes ya que muestran un cambio significativo en cuanto a la influencia positiva que ha tenido el etiquetado frontal, debido a que el 66% de los encuestados mencionan que sí ha modificado su consumo de alimentos ultra procesados, debido principalmente a que las respuestas individuales expresan lo siguiente:

- El tamaño, ubicación e información del etiquetado frontal es claro y mayormente comprensible.
- Visibilizan de una forma más clara el exceso de elementos que dañan a nuestra salud y por ende, regulan su consumo.
- Prevención y regulación de enfermedades: varias de las respuestas de los encuestados apuntan a que desean conservar su salud consumiendo lo menos posible los alimentos chatarra, así como aquellos que ya sufren de enfermedades.
- La visibilización de productos engañosos que se venden como aparentemente “sanos” y no lo son.

Por otro lado, el porcentaje restante que consume con frecuencia productos ultra procesados reporta respuestas igual de interesantes al mencionar por qué siguen consumiéndose a pesar del daño que producen. Las respuestas que se repiten con frecuencia muestran lo siguiente:

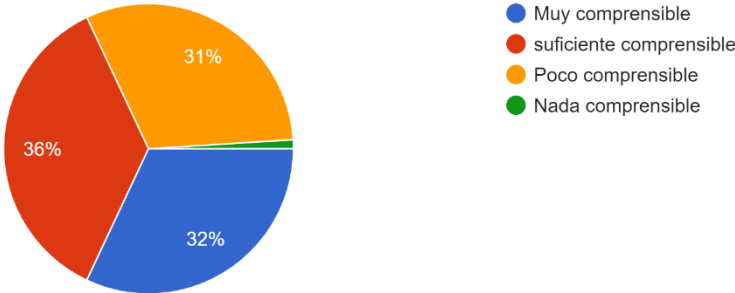
- Los malos hábitos y un paladar acostumbrado al exceso de azúcar, sal, y ingredientes que dañan la salud se volvieron parte de una larga trayectoria de consumo, que al igual que las drogas, se vuelve difícil de dejar.
- Las personas no tienen interés al observar etiquetados cuando tienen la necesidad fisiológica de satisfacer su apetito/sed con productos endulzados o hiper calóricos.
- Las personas exigen alguna distinción extra entre el grado de peligrosidad de los productos con sellos, para así escoger el que les produzca menos daño, ya que no lo van a dejar de consumir.
- A sabiendas del daño que producen, los encuestados concuerdan en que son mucho más fáciles de preparar y algunos casos compiten a nivel de precios al momento de preparar una comida casera.

Como podemos observar, de esta pregunta salen a relucir varios aspectos importantes, tanto de las personas que moderaron su ingesta con los sellos, hasta aquellos que los siguen y afirman, seguirán consumiendo por la trayectoria

alimenticia a la que están acostumbrados o simplemente porque representan parte de una alimentación diaria por las ventajas que tiene consumirlo por su practicidad.

Tercera pregunta:

¿Qué tan comprensible es la información nutrimental en la etiqueta que se encuentra al frente de los empaques?
100 respuestas



Fuente: elaboración propia

Ante la pregunta anterior, podemos observar que 68% de los entrevistados consideran el nuevo etiquetado frontal comprensible o muy comprensible. Si bien los resultados del cuestionario no son representativos, estos nos permiten inferir en la eficacia del etiquetado frontal respecto a su antecesor, el etiquetado GDA.

El promedio de edad de los entrevistados se distribuyó del siguiente modo:

Promedio de edad			
muy comprensible	suficientemente comprensible	poco comprensible	nada comprensible
36	29	29	60

Fuente: elaboración propia

A pesar de que la población entrevistada se estableció con un promedio de edad relativamente joven (32 años); podemos señalar que no existe una diferencia que se deba resaltar entre las edades promedio de las diferentes respuestas señaladas

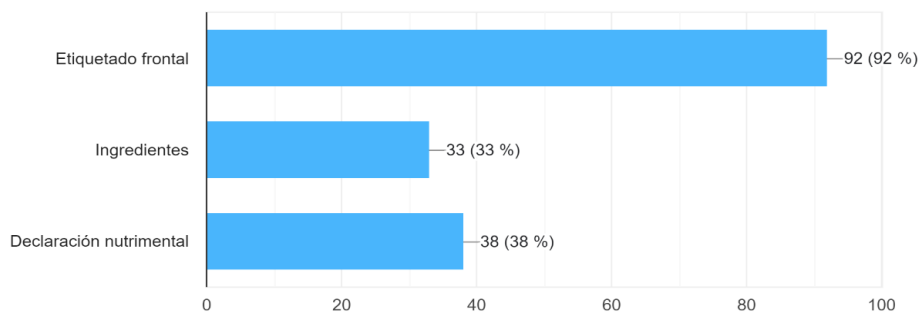
en el recuadro anterior. Inferimos que no existe una limitante en cuanto la comprensión del nuevo etiquetado frontal respecto a la edad de los consumidores¹⁴.

Por su parte, una tercera parte (31%) de la población entrevistada señaló al etiquetado frontal como “poco comprensible”. Si bien el establecimiento del cuestionario no arroja datos representativos (por su propia naturaleza) inferimos que existe una gran mejoría respecto a su antecesor, el etiquetado GDA, como se revisó en los apartados anteriores donde alrededor de 44% de la población identificó al etiquetado GDA entre poco o nada comprensible, pero solo alrededor de 55% de la población leía dicho etiquetado.

Cuarta pregunta:

Seleccione cuál de las siguientes etiquetas suele leer a la hora de adquirir un producto.

100 respuestas



fuentes: elaboración propia

Con respecto a la lectura de la información nutricional, encontramos que 92% de nuestra población entrevistada lee el etiquetado frontal, es decir solo 8 personas no

¹⁴ Resulta importante señalar que solo una persona identificó el etiquetado frontal como “nada comprensible”; el entrevistado cuenta con 60 años de edad y enfatizó en que no sabía si debía evitar el consumo de sodio, azúcares, o grasas por lo que dicho etiquetado le era incomprensible.

lo hacen. Intuimos que esto responde a lo visualmente atractivos que les resulta a los consumidores observarlos y el poco tiempo que requiere leer dicha información.

Aunado a ello, como se revisó en la pregunta anterior, un gran porcentaje de las personas califican al etiquetado frontal como muy comprensible y comprensible; es decir, cerca de 7 de cada 10 personas dentro nuestra población entrevistada evalúa la comprensión del etiquetado frontal de manera positiva. Por lo que podemos concluir que no solo una gran parte de la población entrevistada lee el etiquetado frontal, sino que gran parte de ellos lo entiende (situación imprescindible para evaluar su eficacia).

Otro aspecto a destacar es ¿qué información nutrimental leen los consumidores en conjunto? (declaración nutrimental, etiquetado frontal, e ingredientes). Es por ello que, con los datos obtenidos del cuestionario, se elaboró la siguiente tabla:

Personas que leen información nutrimental contenida en los productos preenvasados		
	número de personas	edad promedio
declaración nutrimental	4	26
etiquetado frontal	49	33
etiquetado frontal/ declaración nutrimental	14	31
etiquetado frontal/ ingredientes	10	30
etiquetado frontal, ingredientes y declaración nutrimental	19	32
ingredientes	3	27
ingredientes, declaración nutrimental	1	27

Fuente: elaboración propia

En la tabla anterior podemos observar que cerca del 50% de la población entrevistada solo lee el etiquetado frontal; esto puede deberse a la buena comprensión que se tiene de dicho etiquetado, por lo que se deja de lado el resto del cumulo de etiquetas que conforman la información nutrimental presentada en los productos preenvasados al considerarse más compleja, inaccesible, poco

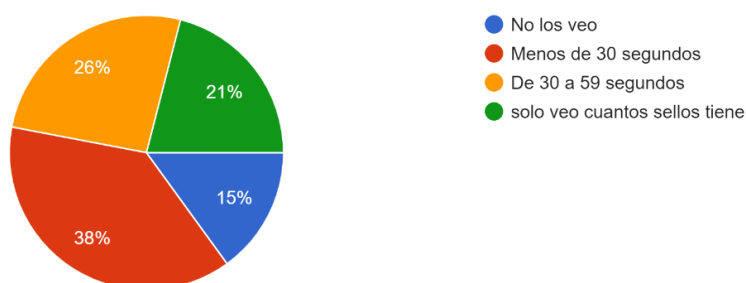
llamativa, etc., por otra parte, el porcentaje más cercano a esta situación es el de la lectura de las tres etiquetas (etiquetado frontal, lista de ingredientes y declaración nutrimental) con 19%, seguido de la lectura del etiquetado frontal en conjunto con la declaración nutrimental con 14%.

Con los datos anteriores podemos concluir que, dentro de la población entrevistada, el etiquetado frontal ha sido eficaz en dos aspectos revisados: los consumidores los leen y los entienden.

Quinta pregunta:

En promedio, ¿Cuánto tiempo destina para leer la información nutrimental que contiene un alimento empacado o bebida embotellada?

100 respuestas



Fuente: elaboración propia

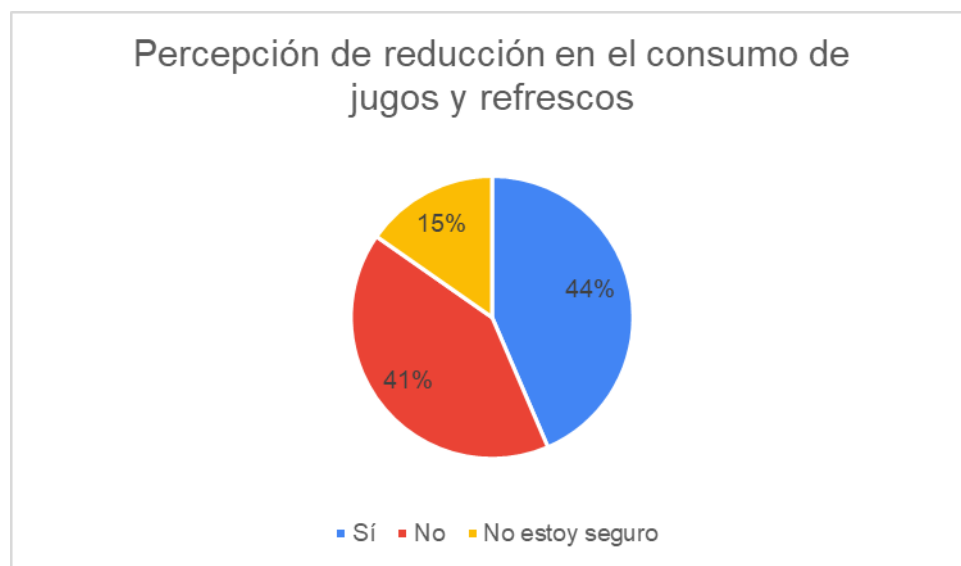
Como revisamos los apartados anteriores, una cuestión fundamental para que los consumidores lean y comprendan la información nutrimental es la accesibilidad con la que se les presenta dicha información; es por ello que un factor fundamental a la hora de leer la información nutrimental de los productos preenvasados es el tiempo necesario para leerlos.

Dentro de nuestra población entrevistada encontramos que 38% de la población destina menos de 30 segundos para leer la información nutrimental contenida en productos preenvasados, 26% de 30 a 59 segundos, 21% solo ve cuantos sellos tienen y 15% no los lee. Esto nos permite observar que gran parte de la población entrevistada destina un tiempo mínimo a la lectura de la información nutrimental de los productos que adquiere, cerca del 60% toma menos de 30 segundos y/o solo ve

superficialmente el número de sellos que contienen los empaques de los productos ultraprocesados, mientras que solo un 26% se detienen un poco más a la lectura de la información nutrimental a la hora de adquirir un producto. Esto nos permite inferir en que para población sigue siguiendo inaccesible la información nutrimental contenida en los empaques y envases de los alimentos y bebidas ultraprocesadas (exceptuando el etiquetado frontal) a pesar de que un número considerable de entrevistados reconoció leer diversa información nutrimental.

Sexta pregunta:

Respecto a la pregunta “¿Ahora que existe el etiquetado frontal, usted disminuyó su consumo de refrescos y jugos?” se observa que el porcentaje de personas que sí han modificado su consumo es de 44% con respecto al 41% que menciona no haber disminuido su consumo, sin embargo, la pregunta contiene una tercera respuesta la cual señala si el encuestado desconoce si su consumo fue en aumento o disminución, siendo solo el 15% quienes señalaron esa respuesta.



Fuente: elaboración propia

Estos datos sugieren que el porcentaje de personas que ha disminuido su consumo todavía no es tan significativo; el consumo en exceso de refrescos y jugos es perjudicial para la salud, ya que contienen altos niveles de azúcar, sodio y calorías.

De acuerdo con el Instituto Nacional de Salud Pública, en nuestro país se ingieren más refrescos y jugos, al cual se le atribuyen a su consumo el 7% de las muertes en adultos mexicanos.

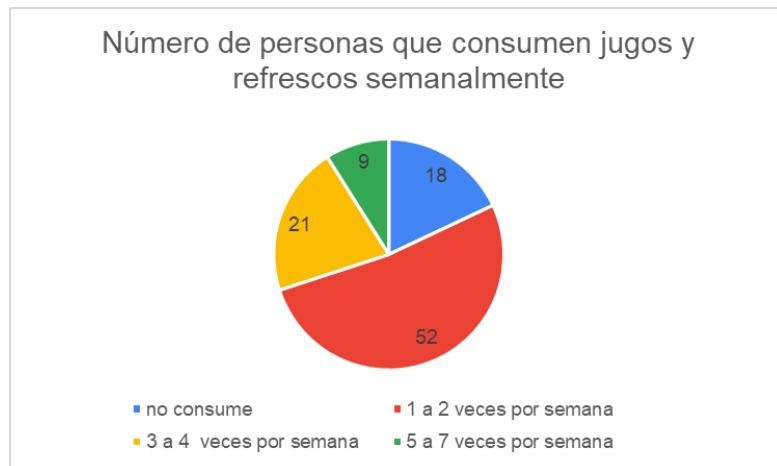
A pesar de estos riesgos, México se encuentra entre los países con una mayor ingesta de bebidas azucaradas por persona, con aproximadamente 163 litros al año por persona. Si se considera que no todos los mexicanos las consumen, se pensaría que quienes toman bebidas azucaradas, ingieren mucho más que el promedio. (Instituto Nacional de Salud Pública, 2020)

El consumo de estas bebidas responde en parte a una costumbre arraigada que tienen las familias mexicanas al consumir estas bebidas a la hora de la comida, una práctica normalizada que a lo largo de los últimos años se ha venido incrementando. De acuerdo con la Dra. Florence L. Théodore Rowlerson, Coordinadora de investigación cualitativa, en la conferencia *La construcción cultural del consumo de los refrescos en México*, en el Instituto de Investigaciones Sociales (IIS), mencionó que “en promedio, una familia mexicana destina 10 %de sus ingresos totales a la compra de refrescos; 24% a otros alimentos y bebidas; y 66% a vivienda, educación y vestimenta, entre otros”.

El consumo de refrescos en México es resultado de procesos económicos, políticos y culturales, con consecuencias alarmantes: “entre 1999 y 2006 se triplicó el consumo de bebidas azucaradas entre los adultos mexicanos, y de este sector, 15 por ciento de los que beben refrescos de manera ocasional son más propenso a padecer obesidad. Otra cifra alarmante es que, en comunidades rurales, siete de cada 10 niños desayunan con refresco”. (Boletín UNAM-DGCS-757, 2019).

Sin embargo, otra variable que hay que tomar en cuenta es observar si su consumo ha disminuido o aumentado. Por ello, la siguiente pregunta refleja el comportamiento de las personas con respecto al número de personas que consumen jugos y refrescos semanalmente teniendo una predominancia con respecto a 52 personas que

consumen estas bebidas de una a dos veces por semana, seguido de 21 personas que las consumen con una frecuencia de tres a cuatro veces por semana, de ahí el número baja a 18 personas, las cuales no consumen estas bebidas, finalmente con una cifra de 9 personas son aquellas cuyo consumo ronda entre cinco y siete veces a la semana, tal y como se puede observar en la imagen.



Fuente:elaboración propia

En conjunto estas cifras muestran que a pesar de que la cantidad de personas que no consumen estas bebidas, con respecto a las que sí, la frecuencia predominante de consumo es menor.

Sin embargo, de acuerdo con la OMS la ingesta de azúcares libres no debe sobrepasar el 5-10% de la energía total consumida al día, es decir, los 25-50 gramos (Organización Mundial de la Salud, 2016). Es por ello, que consumir excesos de azúcar de forma líquida es muy sencillo, logrando rebasar la cantidad de azúcar recomendada.

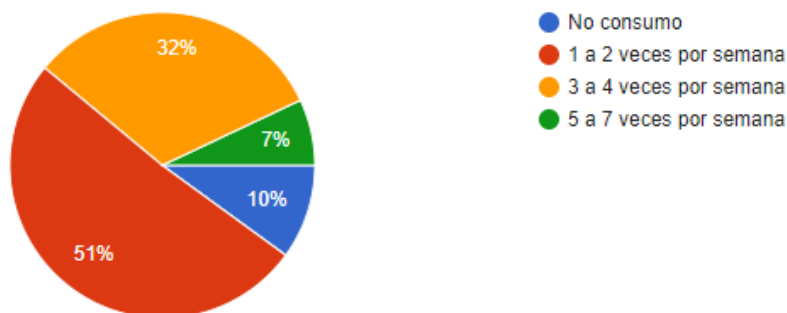
En síntesis, el consumo del refresco en la dieta del mexicano inicia desde temprana edad por lo cual se acostumbra el paladar a este estímulo normalizando su consumo, pues persiste la dificultad y hasta el rechazo a renunciar a estas bebidas, incluso entre personas que padecen diabetes, sobrepeso y obesidad.

En síntesis, el consumo del refresco en la dieta del mexicano inicia desde temprana edad por lo cual se acostumbra el paladar a este estímulo normalizando su consumo, pues persiste la dificultad y hasta el rechazo a renunciar a estas bebidas, incluso entre personas que padecen diabetes, sobrepeso y obesidad.

Séptima pregunta:

Selecciona la frecuencia con la que consumes botanas, dulces, chocolates y postres semanalmente. **(en caso de no consumir por factores ajenos al establecimiento del etiquetado frontal, omitir la pregunta siguiente)**

100 respuestas



Fuente: elaboración propia

Ante la pregunta anterior podemos observar que un porcentaje mínimo de la población entrevistada no consume botanas, es decir, una de cada diez personas no lo hace; mientras que 51% de la población consume estos productos de una a dos veces por semana, 32% de tres a cuatro veces, y solo 7% de cinco a siete veces.

Es importante enfatizar que estos productos (dulces, botanas, chocolates y postres) fueron señalados como los productos que más son consumidos por nuestra población entrevistada, solo 10% del total de la población dijo no consumirlos; la edad promedio con el que se ubicó este sector fue de 43 años, ubicándose como el grupo poblacional más grande con respecto a los que sí consumen.

Consumo de botanas, dulces, chocolates y postres		
Veces por semana	Número de personas	Edad promedio
No consume	10	43
1 a 2 veces por semana	51	32
3 a 4 veces por semana	32	29
5 a 7 veces por semana	7	26

Fuente: elaboración propia

Como podemos observar, puede establecerse una relación entre la edad de los entrevistados y el consumo de estos productos; estableciendo que, a mayor edad, menor es el consumo de estos alimentos.

Con el cuadro anterior, podemos inferir que el consumo de estos alimentos se encuentra más ligado a una población joven e infantil ya que en estos grupos poblacionales se suele consumir en mayor cantidad dichos productos. Aunado a ello, inferimos que la población adulta deja de consumir estos alimentos por el cambio de dieta que tiene que realizar.

Datos de la ENSANUT Continua 2021 establecen que el grupo poblacional con mayor diagnóstico médico previo de obesidad se establece en un rango de 40 a 59 años de edad con un 20.1%, siendo 23.6% en mujeres y 16% en hombres; aunado a ello, el diagnóstico médico previo de diabetes establece que el grupo poblacional con mayor porcentaje se ubica en 60 años y más con un 25.5%, distribuyéndose en 28.1% en mujeres y 22.9% en hombres (Instituto Nacional de Salud Pública, 2022). Por ello, inferimos que la población adulta deja de consumir estos productos por los padecimientos que presentan y las dietas que deben tomar.

Respecto a la pregunta “¿Ahora que existe el etiquetado frontal, usted disminuyó su consumo de botanas, dulces, chocolates y postres?” encontramos que 41% de la población entrevistada señaló que sí redujo su consumo de estos productos. Si bien no es un porcentaje alto respecto al total, y es menor comparado con las personas que no redujeron su consumo (48%), la diferencia entre estos dos no es muy marcada, como se puede observar en la siguiente gráfica:

Percepción de reducción en el consumo de botanas, dulces, chocolates y postres



Fuente: elaboración propia

Con los datos arrojados por la gráfica, inferimos que el alcance del etiquetado frontal como medida para cambiar la conducta de los consumidores a favor de seleccionar productos más saludables puede parecer no ser tan eficaz ante la percepción de los consumidores; sin embargo, consideramos que es un porcentaje significativo y representa un panorama alentador. Aunado a ello, es importante recordar que los nudges funcionan como pequeños empujones y no necesariamente buscan inferir bajo esquemas racionales, sino por medio de hábitos, sesgos cognitivos, rutinas, etc. por lo que es muy probable que los entrevistados no estén del todo conscientes del cambio que ha sufrido su consumo de los alimentos ultraprocesados a raíz del establecimiento del etiquetado frontal. Ante este panorama se abre la posibilidad de que la percepción de los entrevistados sobreestime y/o demerite el cambio en su consumo en dichos alimentos respecto a la realidad¹⁵.

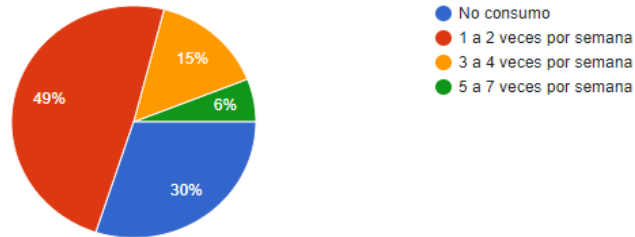
Octava pregunta:

¹⁵ Nos referimos al consumo de alimentos que se puede cuantificar directamente; ya sea por el número de ventas, alimentos en stock, demanda de productos, etc. y no la percepción que tienen los entrevistados sobre su consumo.

Selecciona la frecuencia con la que consumes bebidas lácteas endulzadas semanalmente. (incluye yogurt líquido).

(en caso de no consumir por factores ajenos al establecimiento del etiquetado frontal, omitir la pregunta siguiente)

100 respuestas



Fuente: elaboración propia

Como se puede observar en la gráfica anterior una gran parte de la población entrevistada no consume bebidas lácteas endulzadas, representando un 30%, 49% de los entrevistados consume de una a dos veces por semana, 15% de tres a cuatro veces y solo 6% de cinco a siete veces por semana. La distribución por edad se estableció de la siguiente forma:

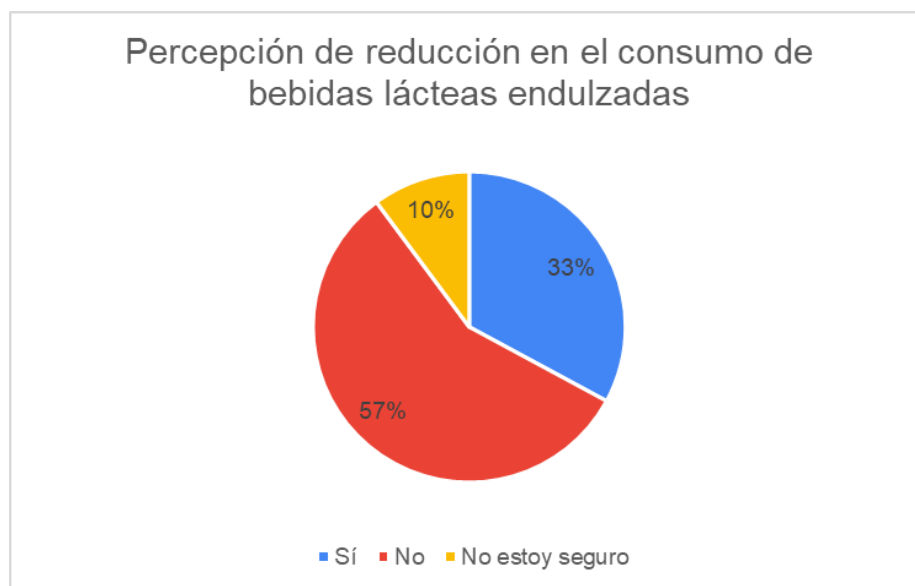
consumo de bebidas lácteas endulzadas		
Veces por semana	Número de personas	Edad promedio
No consume	30	39
1 a 2 veces por semana	49	30
3 a 4 veces por semana	15	26
5 a 7 veces por semana	6	25

Fuente: elaboración propia

Con los datos obtenidos de la tabla anterior podemos observar que el consumo de bebidas lácteas endulzadas dentro de nuestra población entrevistada es mínimo, 79% de la población consume máximo este producto dos veces a la semana, mientras que sólo 6% lo hace de manera frecuente durante la semana (de cinco a siete veces). Aunado a ello, también es importante resaltar, que una vez más se puede establecer una relación entre la edad de los entrevistados y el consumo de dicho producto, siendo que a mayor edad se consume menos. La respuesta a ello, puede volver a responder al cambio en las dietas que suele existir en la población

adulta y en los padecimientos que van desarrollando; pero a esto se le agrega otro factor externo, la intolerancia a la lactosa y la deficiencia de lactasa, condiciones que no permiten consumir estos productos lácteos, y de los cuales inferimos que pueden contribuir al poco consumo de dichos alimentos dentro de nuestra población entrevistada.

Por su parte, ante la pregunta “¿Ahora que existe el etiquetado frontal, usted disminuyó su consumo de bebidas lácteas?” encontramos que solo el 33% de la población entrevistada dijo que la disminución en su consumo responde al establecimiento del etiquetado frontal, mientras que 67% dijo que no o no estaba segura. Por lo que inferimos que el poco consumo de las bebidas lácteas endulzadas puede estar estrechamente relacionado con los temas de salud mencionados en los párrafos anteriores, incluyendo la intolerancia a la lactosa y la deficiencia de lactasa.



Fuente: elaboración propia

Para proporcionar información precisa sobre este tema, según el sitio Medline Plus, una biblioteca de medicina en línea, la lactosa se define como el azúcar predominante en la leche. Sin embargo, la intolerancia a la lactosa es un trastorno común que afecta a muchas personas al consumir productos lácteos debido a la

incapacidad del intestino delgado para producir suficiente cantidad de lactasa. La lactasa es una enzima que descompone la lactosa en azúcares simples, glucosa y galactosa, que luego son absorbidos a través de la mucosa intestinal y pasan al torrente sanguíneo, proporcionando energía al cuerpo humano.

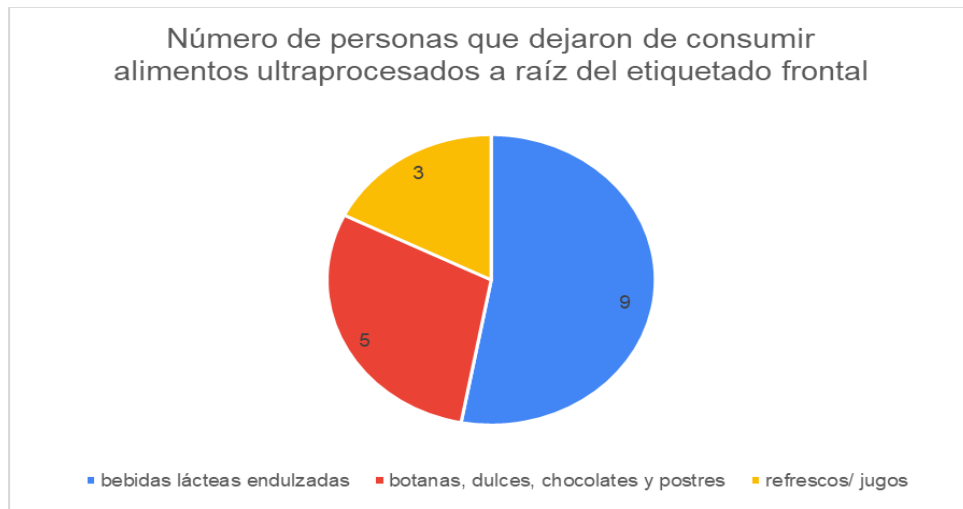
Según un estudio realizado por médicos e investigadores del Centro de Educación Médica e Investigaciones Clínicas de Buenos Aires, Argentina, publicado en el Acta Gastroenterológica Latinoamericana, México se encuentra entre los países con mayor número de personas intolerantes a la lactosa, superado solo por africanos y tailandeses. Este estudio revela que la intolerancia a la lactosa no siempre se debe a la malabsorción de lactosa, sino que también pueden intervenir otros procesos metabólicos relacionados con la fermentación excesiva debido al crecimiento excesivo de bacterias en el intestino.

El estudio resalta que la intolerancia a la lactosa muestra una marcada variabilidad étnica y geográfica, con tasas más altas en poblaciones no tradicionalmente consumidoras de leche. Por ejemplo, la prevalencia de intolerancia a la lactosa es del 1% en suecos, 6% en ingleses, 15% en españoles, 80% en árabes, 83% en esquimales, 83% en mexicanos, 83% en africanos y 98% en tailandeses (Slim, s.f.).

Por lo que podemos inferir que el poco consumo de bebidas lácteas dentro de nuestra población entrevistada puede deberse al gran porcentaje de población mexicana intolerante a la lactosa. Con ello, salen a resaltar los siguientes datos: solo 30% de la población que no consume bebidas lácteas endulzadas lo dejó de hacer debido al establecimiento del etiquetado frontal, y solo 33% de la población dijo haber disminuido su consumo a raíz del etiquetado frontal.

Reflexiones:

A manera de conclusión de este apartado, y una vez revisados el consumo de los productos según los tipos que dividimos en el levantamiento del cuestionario, creemos relevante revisar los alimentos que dijeron haber dejado de consumir los entrevistados a raíz del etiquetado frontal, el cual se estableció del siguiente modo:



Fuente: elaboración propia

Como podemos observar, fueron 17 personas del total de entrevistados las que dejaron de consumir alguno de los alimentos mencionados dentro del cuestionario (17%); creemos que es un porcentaje alentador y que nos hace reflexionar en lo eficaz que puede llegar a ser el establecimiento de dicho etiquetado. Aunado a ello, también consideramos importante mencionar que, en promedio, un porcentaje de 39.3% del total de los entrevistados mencionó que sí había dejado de consumir algún alimento ultra procesado de los que fueron mencionados en el cuestionario.

Pero ¿Cómo podríamos establecer qué tan significativo ha sido el etiquetado frontal para las personas que han dejado de consumir alimentos ultraprocesados dentro de nuestra población entrevistada? La respuesta estriba en la relación porcentual que se puede hacer de las personas que han decidido dejar de consumir estos alimentos a raíz del etiquetado frontal, frente a las que lo han hecho por factores ajenos a este.

Los datos recabados en la elaboración del cuestionario se pueden resumir en la siguiente tabla:

Personas que dejaron de consumir alimentos ultraprocesados a raíz del etiquetado frontal			
	Jugos y refrescos	Botanas, dulces, chocolates y postres	bebidas lácteas endulzadas
Número de personas que dejaron de consumir	3	5	9
Número total de personas que no consumen	18	10	30
Relación porcentual	16.6%	50%	30%

Fuente: elaboración propia

Como podemos observar, los productos que más se han dejado de consumir a raíz del etiquetado frontal son las botanas, dulces, chocolates y postres con un 50% respecto al total de personas que no lo hacen; seguido de las bebidas lácteas endulzadas con un 30%, y por último los jugos y refrescos con un 16.6% respecto al total de personas que no lo consumen. Es importante enfatizar que, como vimos en párrafos anteriores, el consumo de botanas, dulces, chocolates y postres es el producto más consumido dentro de nuestra población entrevistada; solo 10% de la población total entrevistada no lo hace; pero, paralelamente, resulta interesante que 50% de ellos lo haya dejado de consumir a raíz del etiquetado frontal.

Ante los datos revisados durante este análisis empírico, creemos importante resaltar dos aspectos. El primero responde al promedio de personas que dijeron haber reducido y/o dejado de consumir los productos ultraprocesados mencionados en el cuestionario, los cuales representaron un 39.3% del total de entrevistados; ante este porcentaje, nos mostramos entusiastas ya que consideramos que da pie a especular sobre lo eficaz que puede resultar el establecimiento del etiquetado frontal (una política conductual del tipo nudge). Y segundo, tomar con mesura los datos arrojados por el cuestionario por su propia naturaleza y por lo alejado que puede estar la percepción de los consumidores respecto a lo cuantificable de los productos (número de ventas, alimentos en stock, demanda de productos, etc.).

Conclusiones:

En la presente investigación, se exploró la interacción entre consumidores y productores desde la perspectiva de la economía neoclásica, que considera al individuo como un "maximizador de beneficios". Sin embargo, al reconocer las limitaciones a las que se enfrenta este individuo en la toma de decisiones y la necesidad de una intervención por parte de un tercero (el Estado) en la conformación de un problema público, se analizaron las acciones gubernamentales en dos dimensiones: la regulación de los productores a través del establecimiento de un marco legal e institucional y la influencia estatal en los consumidores de alimentos ultraprocesados a través del etiquetado frontal (Nudges).

Al examinar el marco legal para la implementación del etiquetado frontal, se observó que este se ha diseñado de manera coherente y se ha integrado de manera favorable con las leyes existentes. Por ejemplo, el artículo constitucional número cuatro establece la responsabilidad estatal de garantizar el derecho a la alimentación sana, nutritiva y suficiente en su párrafo tercero. Además, la Ley Federal de Protección al Consumidor tiene como objetivo promover y proteger los derechos y la cultura del consumidor, así como garantizar la equidad, la certeza y la seguridad jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores (CÁMARA DE DIPUTADOS DEL H. CONGRESO DE LA UNIÓN, 2019).

Es relevante destacar los párrafos III y VII del artículo primero de esta ley, que establecen la importancia de proporcionar información adecuada y clara sobre productos y servicios, incluyendo su cantidad, características, composición, calidad y precio, así como los riesgos asociados. Además, se enfatiza la protección contra la publicidad engañosa y abusiva, métodos comerciales coercitivos y desleales, así como prácticas y cláusulas abusivas o impuestas en la adquisición de productos y servicios.

Estos párrafos son fundamentales y sirven como base para la efectividad del etiquetado frontal establecido en la NOM-051.

Como se revisó en los apartados anteriores, una gran cantidad de productores ha intentado exceptuarse de la implementación del etiquetado frontal mediante amparos. Sin embargo, ante la revisión del artículo Constitucional cuarto, la Ley General de Salud, Ley Federal de Protección al Consumidor, y Norma Oficial Mexicana 051. Podemos concluir que el establecimiento del etiquetado frontal bajo el marco normativo ha sido de manera pertinente y armónica respecto a las leyes en materia.

Los amparos realizados por los productores atentan directamente con lo estipulado en las leyes revisadas; ejemplo de ello, son los objetivos y fines establecidos en la LFPC tal y como se revisó en los párrafos III y VII del primer artículo de dicha ley. Aunado a ello; estos amparos permean la responsabilidad del Estado por promover y garantizar una alimentación sana, nutritiva y suficiente.

Como se pudo observar a lo largo de la investigación se concuerda que, la preocupación por la salud y la alimentación ha llevado a los consumidores a un aumento en la demanda de información precisa y clara sobre los productos que estamos consumiendo, por ende, el etiquetado frontal se ha convertido en una herramienta decisiva para proporcionar a los consumidores la información necesaria para tomar decisiones saludables y sobre todo conscientes sobre su dieta y estilo de vida.

En México, la implementación del etiquetado frontal ha tenido un impacto significativo en la conciencia y elecciones de los consumidores. El sistema de etiquetado frontal adoptado en el país es conocido como el "Etiquetado de Advertencia" implementado en octubre de 2020.

Si bien los datos arrojados por el cuestionario aplicado no resultan representativos por su propia naturaleza. Se concluyen los siguientes datos dentro de nuestra población entrevistada:

Mayor conciencia sobre la calidad nutricional: El etiquetado frontal ha aumentado la conciencia de los consumidores sobre la calidad nutricional de los alimentos y bebidas que consumen. Al proporcionar información clara y visible sobre el contenido de nutrientes críticos, como azúcares añadidos, grasas saturadas, sodio y calorías, los consumidores son más conscientes de los productos que contienen altos niveles de estos componentes no saludables.

Cambios en las elecciones de compra: El etiquetado frontal ha influido en las decisiones de compra de los consumidores. Los resultados obtenidos del cuestionario nos arrojan que: en promedio 39.3%¹⁶ de la población redujo su consumo a raíz del etiquetado frontal; y 17% de los entrevistados dejaron de consumir alguno de los alimentos mencionados en el cuestionario, siendo las Botanas, dulces, chocolates y postres las que presentaron una mayor reducción (50% de las personas que no consumen estos alimentos fue a raíz del etiquetado frontal).

Resulta relevante mencionar que estudios realizados por instituciones de salud pública arrojan datos donde se establece que, los consumidores están optando por productos con etiquetas de advertencia más bajas y están evitando aquellos con altos contenidos de nutrientes no saludables. Esto ha llevado a cambios en los patrones de compra y una mayor demanda de productos más saludables.

Reducción en el consumo de alimentos no saludables: El etiquetado frontal ha desempeñado un papel fundamental en la reducción del consumo de alimentos y bebidas no saludables en México. Los consumidores están mejor informados sobre los riesgos asociados con el exceso de azúcares, grasas saturadas y sodio, lo que ha llevado a una disminución en la ingesta de estos componentes. Este impacto es especialmente relevante en el contexto de la alta prevalencia de obesidad y enfermedades relacionadas con la dieta en el país.

¹⁶ La percepción en la reducción del consumo se divide en: 44% jugos y refrescos; 41% botanas, dulces, chocolates y postres; y 33% en bebidas lácteas endulzadas.

Cambios en la industria alimentaria: La implementación del etiquetado frontal también ha generado cambios significativos en la industria alimentaria mexicana. Para evitar las etiquetas de advertencia, muchas empresas han reformulado sus productos, reduciendo los niveles de azúcares añadidos, grasas saturadas y sodio. Esto ha resultado en una mayor disponibilidad de productos alimenticios más saludables en el mercado mexicano.

Impulso a políticas de salud pública: El éxito del etiquetado frontal en México ha impulsado aún más la adopción de políticas de salud pública más sólidas. Esto incluye propuestas para ampliar la implementación del etiquetado frontal a otros productos, como bebidas alcohólicas, y fortalecer las regulaciones sobre la publicidad de alimentos no saludables dirigida a niños.

El etiquetado frontal es una herramienta poderosa para promover la elección informada del consumidor y fomentar una alimentación saludable. Al proporcionar información clara y accesible sobre los productos alimenticios, los consumidores pueden evaluar rápidamente la calidad nutricional y tomar decisiones que estén en línea con sus objetivos de salud. Sin embargo, su implementación efectiva requiere estándares claros, flexibilidad y educación del consumidor. Es esencial que los gobiernos, la industria alimentaria y los consumidores colaboren para garantizar que el etiquetado frontal sea una herramienta efectiva y confiable en la búsqueda de un estilo de vida más saludable.

Tal y como menciona Mauricio Olavarría, una de las características de los problemas públicos es su interdependencia. Por lo que resulta necesario tener un panorama general de la situación al intentar inferir en ella (Gambi Olavarría, 2007). De modo que, si bien el etiquetado frontal parece tener buenos resultados. Podría enlazarse de manera más enfática con las demás vertientes del problema, como lo son: económicos, culturales y sociales.

En cuanto a las hipótesis planteadas en la investigación, podemos concluir que se cumplen de manera efectiva. Dentro de nuestra población entrevistada, observamos lo siguiente:

- El 92% de los encuestados lee el etiquetado frontal al adquirir un producto.
- El 68% de la población total califica el etiquetado frontal como "muy comprensible" o "suficientemente comprensible", lo que sugiere que cumple su objetivo de presentar información nutricional de manera clara y veraz a los consumidores.
- El 66% de la población afirma que el etiquetado frontal ha influido en su consumo de alimentos ultraprocesados.
- El 39.3% de los encuestados identificó una reducción en el consumo de productos mencionados en el cuestionario.

En resumen, el etiquetado frontal basado en la NOM 051 ha tenido un impacto positivo al aumentar la conciencia sobre la calidad nutricional de los alimentos, modificar las elecciones de compra de los consumidores, reducir el consumo de alimentos no saludables y promover cambios en la industria alimentaria. Además, respalda la implementación de políticas de salud pública más efectivas.

Anexos.

1. Edad
2. Sexo
3. ¿Cuántas calorías considera usted que una persona adulta debe consumir en promedio al día?
 - a) De 1000 a 2000 calorías
 - b) De 2000 a 4000 calorías
 - c) De 4000 a 5000 calorías
 - d) No sabe/No responde

4. ¿Cree que el etiquetado frontal ha modificado su consumo de alimentos ultraprocesados?

El etiquetado frontal se integra por sellos y leyendas de advertencias dirigida a los consumidores para proporcionar información clara y veraz sobre el contenido nutrimental a la hora de adquirir un producto.

- a) Sí
- b) No

¿Por qué? (respuesta abierta)

5. ¿Qué tan comprensible es la información nutrimental en la etiqueta que se encuentra al frente de los empaques?
 - a) Muy comprensible
 - b) Poco comprensible
 - c) Nada comprensible

6. En promedio, ¿Cuánto tiempo destina para observar la información nutrimental que contiene un alimento empacado o bebida embotellada?
 - a) No los veo
 - b) Menos de 30 segundos
 - c) De 30 a 59 segundos
 - d) solo veo cuántos sellos tiene

7. Seleccione cuál de las siguientes etiquetas suele leer a la hora de adquirir un producto.

Declaración nutrimental	
Por 100 g	
Contenido energético	78 kcal (331 kJ)
Contenido energético por envase	196 kcal (830 kJ)
Proteína	2.5 g
Grasas totales	1.6 g
Grasas saturadas	0.9 g
Grasas trans	0 mg
Hidratos de carbono disponibles	13.5 g
Azúcares	13.5 g
Azúcares añadidos	10.4 g
Fibra dietética	Menos de 1 g
Sodio	46 mg
Calcio	109 mg



Ingredientes: azúcar, manteca de palma, avellanas (13%), cacao desgrasado (7,4%), leche desnatada en polvo (6,6%), suero lácteo en polvo, emulgentes: lecitinas (soja), vainillina.

Ingredientes: azúcar, gordura de palma, avelãs (13%), cacau magro (7,4%), leite desnatado em pó (6,6%), soro lácteo em pó, emulsionantes: lecitinas (soja), vanillina.

8. Selecciona la frecuencia con la que consumes refrescos/jugos. (en caso de no consumir por factores ajenos al establecimiento del etiquetado frontal, omitir la pregunta siguiente).

- a) No consumo
- b) 1 a 2 veces por semana
- c) 3 a 4 veces por semana
- d) 5 a 7 veces por semana

9. ¿Ahora que existe el etiquetado frontal, usted disminuyó su consumo de refrescos y jugos?

- a) Sí
- b) No
- c) No estoy seguro

10. Selecciona la frecuencia con la que consumes botanas, dulces, chocolates y postres semanalmente. (en caso de no consumir por factores ajenos al establecimiento del etiquetado frontal, omita la pregunta siguiente)

- a) No consumo
- b) 1 a 2 veces por semana
- c) 3 a 4 veces por semana
- d) 5 a 7 veces por semana

11. ¿Ahora que existe el etiquetado frontal, usted disminuyó su consumo de botanas, dulces, chocolates y postres?

- a) Sí
- b) No
- c) No estoy seguro

12. Selecciona la frecuencia con la que consumes bebidas lácteas endulzadas semanalmente. (incluye yogurt líquido)

- a) 1 a 2 veces por semana
- b) 3 a 4 veces por semana
- c) 5 a 7 veces por semana

13. ¿Ahora que existe el etiquetado frontal, usted disminuyó su consumo de refrescos y jugos?

- a) Sí
- b) No
- c) No estoy seguro

Bibliografía:

Aguilar, L. (1996). *El estudio de las políticas públicas*. México: Miguel Ángel Porrúa.

Aguilar, Luis, F. *Marco para el análisis de las políticas públicas. Política pública y democracia en América Latina: del análisis a la implementación*. México : Porrúa, 2009.

Alianza por la salud alimentaria. (2020). Etiquetado frontal de advertencia en México: Un paso adelante para combatir la epidemia de obesidad y diabetes y fortalecer nuestro sistema inmune. Obtenido de https://etiquetadosclaros.org/wp-content/uploads/2020/12/Hoja-informativa-_Etiquetado-frontal-de-advertencia-en-Me-xico.-Alianza-por-la-Salud-Alimentaria_Octubre-2020..pdf

Arellano, D., & Barriento, F. (2016). Gobierno conductual: Nudges, cambios de comportamiento (inconsciente y opacidad). *Foro Internacional*, LVI(4), 903-940.

Ávila, M. H., Rivera Dommarco, J., Shamah Levy, T., Cuevas Nasu, L., Gómez Acosta, L. M., et al. (31 de Octubre de 2016). *Encuesta Nacional de Salud y Nutrición de Medio Camino 2016 (ENSANUT MC 2016)*. Obtenido de Informe final de resultados:

<https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/209093/ENSANUT.pdf>

Batie, S. (2008). Wicked Problems and Applied Economics. *American Journal of Agricultural Economics*.

Bonome, M. (2009). La racionalidad en la toma de decisiones. *Análisis de la Teoría de la Decisión de Herbert A. Simon*. España: NETBIBLO.

Boletín UNAM-DGCS-757. (26 de Octubre de 2019). *MÉXICO, PRIMER CONSUMIDOR DE REFRESCOS EN EL MUNDO*. Obtenido de MÉXICO, PRIMER CONSUMIDOR DE REFRESCOS EN EL MUNDO: https://www.dgcs.unam.mx/boletin/bdboletin/2019_757.html#:~:text=Ingerir%20refrescos%20o%20bebidas%20endulzadas,prematureo%20y%20adicci%C3%B3n%20de%20afirm%C3%B3n

deLeon, P. (1988). *Advice and Consent: The Development of the Policy Sciences*. Russell Sage Foundation.

Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión . (16 de Mayo de 2022). *Ley General de Salud*. Obtenido de <https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LGS.pdf>

CÁMARA DE DIPUTADOS DEL H. CONGRESO DE LA UNIÓN. (12 de Abril de 2019). LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR. Obtenido de <https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LFPC.pdf>

Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios. (24 de Mayo de 2021). *COFEPRIS PUBLICA MANUAL SOBRE MODIFICACIÓN A LA NOM-051 Y NUEVAS MEDIDAS QUE ENTRAN EN VIGOR EL 1° DE JUNIO*. Obtenido de <https://www.gob.mx/cofepris/es/articulos/cofepris-publica-manual-sobre-modificacion-a-la-nom-051-y-nuevas-medidas-que-entran-en-vigor-el-1-de-junio?idiom=es#:~:text=La%20segunda%20etapa%20de%20la,1%C2%B0%20de%20junio%20del>

comunicación.social - Secretaría de Salud. (5 de Mayo de 2021). Salud. Obtenido de <https://ssj.jalisco.gob.mx/prensa/noticia/9917>

del Razo, Olvera Fabiola Mabel. *DEFINICIÓN DE UNA DIETA SALUDABLE*. 23 de 11 de 2020. <https://alimentacionysalud.unam.mx/definicion-de-una-dieta-saludable/> (último acceso: 02 de 2023).

Deaton, A., & Cartwright, N. (2018). Understanding and misunderstanding randomized controlled trials. *Social Science & Medicine*, 2-21.

Dunlop, C. (2017). Policy learning and policy failure: definitions, dimensions and intersections. *Policy & Politics*, 03-18.

Echeverría, M. (1 de octubre de 2020). ConMéxico prevé una 'ola de amparos' por el nuevo etiquetado frontal. *Expansión*. Obtenido de <https://expansion.mx/empresas/2020/10/01/conmexico-preve-una-ola-de-amparos-por-el-nuevo-etiquetado-en-frontal>.

Encuesta Nacional de Salud y Nutrición 2020. (2021). *Testimonio del Secretario de Salud en 2020*. Obtenido de Testimonio del Secretario de Salud en 2020: https://ensanut.insp.mx/mensaje_ssalud_2018.php

Expansión. (28 de Agosto de 2020). Coca-Cola Femsa promueve un amparo contra el nuevo etiquetado frontal. *Expansión*. Obtenido de <https://expansion.mx/empresas/2020/08/28/coca-cola-femsa-promueve-un-amparo-contr-el-nuevo-etiquetado-frontal>.

Forbes México. (05 de 11 de 2021). La obesidad le costó a México un 2.1% del PIB en 2019: estudio. Obtenido de La obesidad le costó a México un 2.1% del PIB en 2019: estudio: <https://www.forbes.com.mx/noticias-obesidad-le-costo-a-mexico-un-2-1-del-pib-en-2019-estudio/>

Gambi, M. O. (2007). Conceptos Básicos en el Análisis de . En M. O. Gambi. Eolo Díaz-Tendero.

Gobierno de México. (s.f.). IMSS. Obtenido de Acercando el IMSS al ciudadano: <https://www.imss.gob.mx/profesionales-salud/cuadros-basicos/alimentos#:~:text=El%20Cuadro%20B%C3%A1sico%20de%20Alimentos,nutricional%20en%20apego%20a%20la>

González, W. (2007). Las Ciencias del Diseño: Racionalidad limitada, predicción y prescripción. Madrid: NETBIBLO.

Guerrero, O. (1986). La Teoría de la Administración Pública. México: Harlas.

Hansen, P. G. (2016). *The Definition of Nudge and Libertarian Paternalism*. Obtenido de The Definition of Nudge and Libertarian Paternalism: https://rucforsk.ruc.dk/ws/portalfiles/portal/57294350/ejrr_2016_01_020.pdf

Harguindéguy, J. B. (2015). Análisis de Políticas Públicas (2a ed.). Madrid: Tecnos.

Howlett, M., Ramesh, M., & Capano, G. (2020). Policy-Makers, Policy-Takers and Policy Tools: Dealing with Behavioral issues in Policy Design. *Journal of Comparative Policy Analysis: Research and Practice*, 487-497.

Ibarra, E. (2010). Herbert A. Simon y su monomanía. El comportamiento humano como comportamiento artificial. *Gestión y Política Pública*, XIX(1), 155-170.

INEGI. (2020). Cuéntame INEGI. Obtenido de https://cuentame.inegi.org.mx/monografias/informacion/df/territorio/div_municipal.aspx?tema=me&e=09

INEGI. (2018). *Encuesta Nacional de Salud y Nutrición 2018*. Obtenido de Presentación de resultados: https://ensanut.insp.mx/encuestas/ensanut2018/doctos/informes/ensanut_2018_presentacion_resultados.pdf

Instituto de investigaciones jurídicas . (2023). Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. Obtenido de https://www.google.com.mx/search?q=juridicas+&hl=es-419&sxsrf=AJOqlzV1IYMrf0PJS4wSTmyRgH3cRgLLDA%3A1677114987318&source=hp&ei=a772Y9TIEdfkPIP5daFqAQ&iflsig=AK50M_UAAAAAY_bMeyGPqkpT8-I0OGfnx8wcXMpOFE5R&ved=0ahUKEwiUqsKYvKr9AhXYL0QIHWVrAUUQ4dUDCAg&uact=5&o

Instituto Nacional de Salud Pública. (2022). Encuesta Nacional de Salud y Nutrición 2021 sobre Covid-19. Obtenido de https://ensanut.insp.mx/encuestas/ensanutcontinua2021/doctos/informes/220804_Ensa21_digital_4ago.pdf

Kahneman, D. (2011). *Pensar rápido, pensar despacio* (10a ed.). Barcelona: Penguin Random House.

Kapp, W. (1954). Economics and the Behavioral Sciences. *Kyklos*, 205-225.

Kaufer Horwitz, M., Tolentino Mayo, L., Jáuregu, A., Sánchez Bazán, K., Bourges, H., et al. (2018). *Sistema de etiquetado frontal de alimentos y bebidas para México: una estrategia para la toma de decisiones saludables*. Obtenido de <https://www.scielo.org.mx/pdf/spm/v60n4/0036-3634-spm-60-04-479.pdf>

Lasswell, H. (1992). La orientación hacia las políticas. En *El estudio de las políticas públicas*. México: Miguel Ángel Porrúa.

LICONSA S.A. de C.V. (11 de Febrero de 2021). *Etiquetado, ¡Enfoque en hipertensión!* Obtenido de <https://www.gob.mx/liconsa/es/articulos/etiquetado-enfoque-en-hipertension?idiom=es#:~:text=La%20Organizaci%C3%B3n%20Mundial%20de%20la,2%2C500%20kilocalor%C3%ADas%20para%20los%20hombres>.

Linder, S., & Peters, G. (1993). Instrumentos de gobierno: percepciones y contextos. *Gestión y política pública*, 5-34.

López, G. F. (13 de agosto de 2022). La industria tratará de doblar al Poder Judicial por etiquetas nutrimentales: ONG. *Sinembargo*. Obtenido de <https://www.sinembargo.mx/13-10-2022/4267829>.

Man Medical Institute. (04 de 04 de 2021). Tipos de obesidad y sobrepeso: definición y clasificación. Obtenido de *Tipos de obesidad y sobrepeso: definición y clasificación*: <https://manmedicalinstitute.com/blog/tipos-de-obesidad-y-sobrepeso/>

Mankiw, N. G. (2012). *Principios de economía* .

MedlinePlus . (s.f.). *Intolerancia a la lactosa*. Obtenido de *Intolerancia a la lactosa*: <https://medlineplus.gov/spanish/ency/article/000276.htm>

Méndez, J. L. (2020). *Políticas públicas. Enfoque estratégico para América Latina*. México: Fondo de Cultura Económica.

Mossa, Y. E. (2022). *AMPARO EN REVISIÓN 358/2022*. Obtenido de https://www.scjn.gob.mx/sites/default/files/listas/documento_dos/2022-10/358.pdf

National Institute of Diabetes and Digestive and Kidney Diseases. (Febrero de 2018). Riesgos para la salud por el sobrepeso y la obesidad. Obtenido de Riesgos para la salud por el sobrepeso y la obesidad: <https://www.niddk.nih.gov/health-information/informacion-de-la-salud/control-de-peso/informacion-sobre-sobrepeso-obesidad-adultos/riesgos>

Organización Mundial de la Salud. (09 de junio de 2021). Obesidad y sobrepeso. Obtenido de Obesidad y sobrepeso: [https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/obesity-and-overweight#:~:text=%2Fm2\).](https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/obesity-and-overweight#:~:text=%2Fm2).-) - ,Adultos,igual%20o%20superior%20a%2030.

Organización Mundial de la Salud. (11 de Octubre de 2016). *La OMS recomienda aplicar medidas en todo el mundo para reducir el consumo de bebidas azucaradas y sus consecuencias para la salud*. Obtenido de La OMS recomienda aplicar medidas en todo el mundo para reducir el consumo de bebidas azucaradas y sus consecuencias para la salud: <https://www.lavanguardia.com/comer/tendencias/20220823/8461713/refrescos-tomar-semana-danar-demasiado-nuestra-salud.html>

Olejniczak, K., Leeuw, P., & Śliwowski, F. (2020). Comparing Behavioral Assumptions of Policy Tools: Framework for Policy Designers. *Journal of Comparative Policy Analysis: Research and Practice*, 498-520.

Porta, D. D., & Keating, M. (2008). *Approaches and Methodologies in the Social Sciences. A Pluralist Perspective*. Cambridge: Cambridge University Press.

Ramos, R. (12 de enero de 2023). Pleno de la SCJN analizará amparo sobre el etiquetado de alimentos. *El Economista*. Obtenido de <https://www.economista.com.mx/politica/Pleno-de-la-SCJN-analizara-amparo-sobre-el-etiquetado-de-alimentos-20230111-0098.html>.

Rawat, S. (2016). *Behavioral Studies in Economics and Public Policy Journals: A Bibliometric Analysis*. Pisa, Italy: European Consortium for Political Research.

Robert B. Ekelund, J. (2005). *Historia de la teoría económica y su método*, McGraw-Hill Interamericana.

Scheider, A., & Ingram, H. (1990). Behavioral Assumptions of Policy Tools. *The Journal of Politics*, 510-529.

Scopus. (28 de junio de 2021). Scopus. Obtenido de <https://www-scopus-com.pbidi.unam.mx:2443/term/analyzer.uri?sid=c683c3f412c3a55b52ec70957cba14ef&origin=resultslist&src=s&s=TITLE-ABS-KEY%28%28+%5bbehavioral++AND+economics%5d++OR++%5bnudges%5d+%29%29&sort=plf-f&sdt=b&sot=b&sl=60&count=16582&analyzeResult>

Schubert, C. (2017). Exploring the (behavioral) political economy of nudging. *Journal of Institutional Economics*, 499-522.

Secretaría de Economía. (27 de Marzo de 2020). *Diario Oficial* . Obtenido de MODIFICACIÓN a la Norma Oficial Mexicana NOM-051-SCFI/SSA1-2010, Especificaciones generales de: https://www.dof.gob.mx/2020/SEECO/NOM_051.pdf

Secretaría de Economía. (17 de marzo de 2016). Competitividad y Normatividad/ Normalización. Obtenido de <https://www.gob.mx/se/acciones-y-programas/competitividad-y-normatividad-normalizacion>

Secretaría de Economía. (2010). Evaluación de la Conformidad . Obtenido de <http://www.2006-2012.economia.gob.mx/comunidad-negocios/normalizacion/nacional/evaluacion-de-conformidad>

Secretaría de Gobernación. (14 de Julio de 2014). *Diario Oficial de la Federación*. Obtenido de https://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5356328&fecha=14/08/2014#gsc.tab=0

Secretaría de Gobernación. (25 de Julio de 2014). *Diario Oficial de la Federación* . Obtenido de https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5354030&fecha=25/07/2014#gsc.tab=0

Secretaría de Salud. (22 de 01 de 2013). *NORMA Oficial Mexicana NOM-043-SSA2-2012, Servicios básicos de salud. Promoción y educación para la salud*. Obtenido de NORMA Oficial Mexicana NOM-043-SSA2-2012, Servicios básicos de salud. Promoción y educación para la salud: <https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/138258/NOM-043-servicios-basicos-salud-educacion-alimentaria.pdf>

Secretaría de Salud. (20 de agosto de 2015). Normas Oficiales Mexicanas. Obtenido de <https://www.gob.mx/salud/en/documentos/normas-oficiales-mexicanas-9705>

Secretaría de Salud. (8 de noviembre de 2019). *Diario Oficial de la Federación*. Obtenido de DECRETO por el que se reforman y adicionan diversas disposiciones de la Ley General de Salud, en materia de : https://www.dof.gob.mx/index_111.php?year=2019&month=11&day=08#gsc.tab=0

Shafritz, J., & Hyde, A. (1999). *Clásicos de la Administración Pública*. México: Fondo de Cultura Económica.

Slim, S. D. (s.f.). *Mexicanos, entre los más intolerantes a la lactosa*. Obtenido de Mexicanos, entre los más intolerantes a la lactosa: <https://www.clikisalud.net/mexicanos-entre-los-mas-intolerantes-a-la-lactosa/>

Stern, D., Tolentino, L., & Barquera, S. (2011). *Gobierno de México*. Obtenido de Instituto Nacional de Salud Pública: <https://www.insp.mx/epppo/blog/3225-etiquetado-alimentacion.html>

Straßheim, H. (2020). The rise and spread of behavioral public policy: An opportunity for critical research and self- reflection. *Review of Public Policy*, 115-128.

Thomas, M. (2019). Reapplying behavioral symmetry: public choice and choice architectures. *Public Choice*, 11-25.

Varian, H. R. (2010). *Microeconomía intermedia con un enfoque actual*. Barcelona: antoni Bosch editor.

Vedung, E. (1998). Policy Instruments: Typologies and Theories. En R. C. Rist, M.-L. Bemelmans-Videc, & E. e. Vedung, *Carrots, Sticks and Sermons: Policy Instruments & Their Evaluation* (págs. 21-55). New York: Routledge.

Vega, M. P. (2021). *El “problema” de definir los problemas públicos: un análisis de la política de combate a la pobreza del gobierno federal en México, 2000-2006*. Obtenido de <https://docer.com.ar/doc/xvc81ce>

Wallerstein, I. (2007). *Abrir las ciencias sociales*. México: Siglo XXI Editores.

Whitehead, M., Jones, R., Howell, R., Lilley, R., Pykett, J., (2014). *Nudging All Over the World: Assessing the Global Impact of the Behavioural Sciences on Public Policy*. Report. Economic & Social Research Council.

World Obesity. «World Obesity Atlas 2022.» *World Obesity Atlas 2022*. Marzo de 2022. <https://www.sochob.cl/web1/wp-content/uploads/2022/03/World-Obesity-Atlas-2022.pdf> (último acceso: 02 de 2023).