

# Educación nutricional como eje transversal en las políticas de alimentación saludable

## Importance of nutritional education to promote healthy eating policies

<sup>1</sup>Juan Camilo Mesa  

**Forma de citar:** Mesa JC. Educación nutricional como eje transversal en las políticas de alimentación saludable. Salud UIS. 2023; 55: e23079. doi: <https://doi.org/10.18273/saluduis.55.e:23079> 

El pasado 1 de noviembre entraron en vigencia los impuestos saludables a productos ultraprocesados. Es una apuesta del gobierno de Gustavo Petro que ha sido catalogada como la más “ambiciosa” de la región por algunos expertos en salud pública. Estos impuestos, en este caso, tendrán doble función: 1) recaudar dinero que podría ser inyectado al sector salud y 2) mejorar los hábitos alimentarios de los colombianos al desestimular la compra y consumo de ultraprocesados. Ciertamente, y según ha explicado el propio presidente, la función principal de estos impuestos sería la segunda, que es la de contribuir a la salud de la población. Sin embargo, y aunque como nutricionista aplaudo de pie la medida, hay algo que no se ha contemplado hasta ahora y que podría reducir el impacto de los impuestos. Me refiero puntualmente al componente educativo. Y es un tema que hay que poner sobre la mesa, porque pasamos de ser un país sin políticas enfocadas a una alimentación saludable, a tener etiquetado octagonal de advertencias e impuestos saludables.

Estas medidas son, según la ciencia, dos de las más poderosas herramientas que tenemos para atajar las crecientes cifras de obesidad y enfermedades crónicas relacionadas con la dieta<sup>1</sup>. Sin embargo, así como la gente aún tiene muchas preguntas acerca de ese etiquetado frontal de advertencias que ya se ve hace unos meses en los empaques, se perciben muchas dudas sobre la eficacia y razón de ser de los impuestos, no solo entre los ciudadanos de a pie, sino en el mundo virtual de las redes sociales. Incluso, en la literatura se identifican estudios hechos en Estados Unidos, donde se ha puesto en evidencia, por medio de encuestas semiestructuradas, que las personas no están muy familiarizadas con este tipo de medidas públicas<sup>2</sup>. Pese al rechazo que suelen generar nuevos impuestos, las personas también coinciden en que un uso “aceptable” del dinero recaudado podría ser en programas de educación nutricional, especialmente aquellos dirigidos a niños. Y es que, aunque el Gobierno actual aprobó ese paquete de medidas (que incluye los sellos de advertencias y los impuestos saludables), poco o nada ha hecho para educar a los colombianos. Nada es más contraproducente que decirle a la gente qué productos debería evitar sin sugerirle a la vez alternativas saludables.

Países como México, que tienen políticas similares a las aprobadas en nuestro país, cuentan con campañas educativas en diferentes frentes<sup>3</sup>. Explican por qué el exceso de sodio, grasas saturadas y trans, azúcares y edulcorantes provocan ganancia de peso y aumentan el riesgo de enfermedad. Es más, hasta tienen cuentas en redes sociales donde se enfocan en destacar alternativas saludables hechas con alimentos autóctonos como el maíz.

<sup>1</sup> Research advisor for the Hispanic Dental Association.

La aprobación de la Ley Comida Chatarra en Colombia, que incluía los sellos de advertencias, parecía poner la primera piedra para lograr una política pública sólida que contribuyera a la alimentación de los colombianos. En ella, se propone la creación de la Comisión Intersectorial de Seguridad Alimentaria y Nutricional (CISAN)<sup>4</sup>. Esta entidad estaría a cargo de las campañas educativas en medios de comunicación y de políticas que favorezcan hábitos y entornos saludables. Y aprovecho para reiterar que este tipo de medidas efectivamente deberían considerarse en conjunto, ya que por sí solas no generan el impacto en la escala deseada, y no sólo eso, cada medida debería ser explicada y justificada, de manera tal que cualquier persona, sin importar su nivel socioeconómico, pueda entender el cómo, el por qué, el cuándo y el para qué del paquete de medidas.

Hago énfasis en esto porque se ha observado que son las personas de bajos recursos quienes peor se alimentan, un fenómeno visto en diferentes países del mundo<sup>5</sup>. En Colombia también se ha visto la misma relación y, teniendo en cuenta esto, y que se espera que los sellos y los impuestos generen una reducción del consumo de ultraprocesados a escala poblacional, hay que apostarle a promover hábitos saludables en todos los estratos socioeconómicos<sup>6</sup>. Esta es entonces la oportunidad de oro para impulsar alimentos reales producidos en nuestro país. Es un gana-gana que debería servir como motivación para el gobierno actual, que podría articular el sector salud con el agrícola.

Pero, ¿Por qué tenemos etiquetado octagonal de advertencias e impuestos saludables? ¿Por qué la educación sobre estas medidas es fundamental y debe fortalecerse?

### **El mejor etiquetado frontal de advertencias**

Colombia adoptó el modelo chileno de advertencias para los productos ultraprocesados que se comercializan en el territorio. Entre tantos modelos se eligió el que, afortunadamente, cuenta con la mejor evidencia científica libre de conflictos de interés<sup>7,8</sup>. El camino no fue fácil, porque ciertamente, cuando se discutieron los impuestos, hubo interferencia y “lobby” de parte de la industria que intentó modificar o frenar el avance de las medidas en el Congreso de la República.

Incluso, antes de aprobar el etiquetado octagonal, que es obligatorio en este momento, en las góndolas del supermercado alcanzamos a ver productos con sellos redondos que, según estudios, no tienen el impacto que ha demostrado tener los sellos octogonales que sí son de advertencias<sup>9</sup>. Estos sellos redondos fueron impulsados por el gobierno anterior y, afortunadamente, fueron reemplazados por los actuales.

### **Los impuestos a ultraprocesados y bebidas azucaradas**

La segunda gran medida aprobada recientemente consiste simplemente en los mencionados impuestos a esos productos ultraprocesados y bebidas azucaradas con sellos de advertencias (con algunas excepciones).

Estas dos medidas, combinadas, le permitirán a la ciudadanía no sólo enterarse de qué productos son altos en esos nutrientes críticos que mencionamos antes, sino que desestimularán su compra, ya que ahora valen unos pesos de más. Este impuesto aumentará gradualmente, hasta alcanzar el 20 % sobre el precio del ultraprocesado en el año 2025. En el caso de las bebidas azucaradas, el impuesto se fija desde los 18 pesos y aumentaría dependiendo la cantidad de azúcar de las mismas.

### **La educación como eje transversal en las políticas públicas**

Vamos al punto principal de este texto. Chile y México, años después de implementar las medidas que Colombia aprobó, pueden decir con total certeza que estas han impactado positivamente en sus ciudadanos<sup>9,10</sup>. Esperamos que Colombia también empiece a reportar una reducción en el consumo de ultraprocesados y bebidas azucaradas. Sin embargo, es difícil pensar que se logrará el mayor impacto posible sin educación nutricional.

Las políticas públicas en salud se deberían acompañar de ambiciosas campañas educativas que pongan en contexto a la ciudadanía y les brinde las herramientas necesarias para tomar mejores decisiones para su salud. Por ejemplo, muchos países han gravado los cigarrillos en un intento desesperado por reducir el uso del tabaco en la población.

En Estados Unidos, específicamente en el estado de Florida, las campañas educativas han sido efectivas a la hora de aumentar el número de intentos por dejar de fumar, todo en el marco de la campaña “Florida Libre de Tabaco”<sup>12</sup>.

Pero miremos qué ha pasado con las políticas de alimentación en el mundo. Estudios llevados a cabo, nuevamente, en Estados Unidos, muestran que el nivel de comprensión y conciencia de los ciudadanos sobre los impuestos a las bebidas azucaradas era bajo en general<sup>13</sup>. En ese sentido, es posible que a escala poblacional no se comprenda con certeza por qué se aprueba este tipo de gravámenes cuando no hay educación antes y después de su aprobación.

En el caso específico de los impuestos a las bebidas azucaradas, las campañas de educación nutricional tendrían un efecto positivo a la hora de concientizar sobre las razones por las cuales hay productos que suben su precio<sup>14</sup>. Estas razones, por supuesto, tienen que ver con los efectos negativos de estos productos sobre la salud. Aún no hay evidencia respecto a los ultraprocesados y la necesidad de campañas educativas en Colombia, no porque no sean necesarias campañas en ese sentido, sino porque la apuesta de Colombia es pionera en el mundo y por eso no tenemos registro en la literatura de posibles análisis y resultados. Estos datos los veremos, probablemente, varios meses o años después de haberse implementado el impuesto.

Nos queda potenciar la CISAN, darle protagonismo al nutricionista dietista que trabaja en nutrición comunitaria e invertir en campañas diseñadas por expertos en nutrición, educación y salud pública, no sólo contribuiría a reducir las cifras crecientes de exceso de peso y enfermedades crónicas en Colombia, sino que favorecería el agro y promovería la reformulación de productos por parte de la industria<sup>15</sup>. Ya se dio el primer gran paso (se aprobaron las medidas). Ahora se debe dar el salto hacia estrategias que impacten positivamente sobre la salud de los colombianos. Y para eso, repito, necesitamos educación nutricional.

¡Defendamos los impuestos saludables y el etiquetado frontal de advertencias! Ah, y exijamos que la Ley Comida Chatarra se cumpla en su totalidad. Aún hay que proteger a los más pequeños de la publicidad voraz de la industria alimentaria.

### Referencias

1. Acton RB, Jones AC, Kirkpatrick SI, Roberto CA, Hammond D. Taxes and front-of-package labels improve the healthiness of beverage and snack purchases: a randomized experimental marketplace. *Int J Behav Nutr Phys Act.* 2019; 16(1): 46. doi: <https://doi.org/10.1186/s12966-019-0799-0>
2. Bombak AE, Colotti TE, Raji D, Riediger ND. Exploring attitudes toward taxation of sugar-sweetened beverages in rural Michigan. *J Health Popul Nutr.* 2021; 40(1): 36. doi: <https://doi.org/10.1186/s41043-021-00259-6>
3. Vilar-Compte, M. Using sugar-sweetened beverage taxes and advertising regulations to combat obesity in Mexico. Global delivery initiative. Washington D. C: World Bank Group; 2018. 22 p. Available at: <https://www.effectivecooperation.org/system/files/2021-06/GDI%20Case%20Study%20Combating%20Obesity%20in%20Mexico.pdf>
4. Resolución 2492 de 2022. Ministerio de Salud y Protección Social de Colombia. "Por la cual se modifican los artículos 2, 3, 16, 25, 32, 37 y 40 de la Resolución 810 de 2021 que establece el reglamento técnico sobre los requisitos de etiquetado nutricional y frontal que deben cumplir los alimentos envasados y empacados para consumo humano". Diario Oficial No. 52248 del 14 de diciembre de 2022. [https://www.minsalud.gov.co/Normatividad\\_Nuevo/Resoluci%C3%B3n%20No.%202492de%202022.pdf](https://www.minsalud.gov.co/Normatividad_Nuevo/Resoluci%C3%B3n%20No.%202492de%202022.pdf).
5. French SA, Tangney CC, Crane MM, Wang Y. Nutrition quality of food purchases varies by household income: the SHoPPER study. *BMC Public Health.* 2019; 19(231). doi: <https://doi.org/10.1186/s12889-019-6546-2>
6. Quiroga-Padilla PJ, Gaete PV, Nieves-Barreto LD, Montaña A, Betancourt EC, Mendivil CO. Social inequalities shape diet composition among urban Colombians: The Colombian Nutritional Profiles cross-sectional study. *Public Health Nutr.* 2021; 25(10): 1-30. doi: <https://doi.org/10.1017/S1368980021004778>
7. Mora-Plazas M, Aida Higgins IC, Gomez LF, Hall M, Parra MF, Bercholz M, et al. Impact of nutrient warning labels on choice of ultra-processed food and drinks high in sugar, sodium, and saturated fat in Colombia: A randomized controlled trial. *PloS one.* 2022; 17(2). <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0263324>
8. Taillie LS, Reyes M, Colchero MA, Popkin B, Corvalán C. An evaluation of Chile's Law of Food Labeling and

- Advertising on sugar-sweetened beverage purchases from 2015 to 2017: A before-and-after study. *PLoS Med.* 2020; 17(2). doi: <https://doi.org/10.1371/journal.pmed.1003015>
9. Reyes M, Garmendia ML, Olivares S, Aqueveque C, Zacarías I, Corvalán C. Development of the Chilean front-of-package food warning label. *BMC Public Health.* 2019; 906(19). <https://doi.org/10.1186/s12889-019-7118-1>
  10. Andreyeva T, Marple K, Marinello S, Moore TE, Powell LM. Outcomes following taxation of sugar-sweetened beverages: A systematic review and meta-analysis. *JAMA Netw Open.* 2022; 5(6). doi: [10.1001/jamanetworkopen.2022.15276](https://doi.org/10.1001/jamanetworkopen.2022.15276)
  11. Paraje G, Montes de Oca D, Wlasiuk JM, Canales M, Popkin BM. Front-of-pack labeling in Chile: Effects on employment, real wages, and firms' profits after three years of its implementation. *Nutrients.* 2022; 14(2): 295. doi: <https://doi.org/10.3390/nu14020295>
  12. Duke JC, Woodlea R, Arnold KY, MacMonegle AJ, Nonnemaker JM, Porter, L. Effect of a statewide media campaign on smoking cessation among Florida adults. *Prev Chronic Dis.* 2020; 17: 190271. doi: <http://dx.doi.org/10.5888/pcd17.190271>
  13. Altman EA, Madsen KA, Schmidt LA. Missed Opportunities: The need to promote public knowledge and awareness of sugar-sweetened beverage taxes. *Int J Environ Res Public Health.* 2021; 18(9), 4607. doi: <http://dx.doi.org/10.3390/ijerph18094607>
  14. Vanderlee L, Adams J, Kirkpatrick SI, Pedraza LS, Sacks G, White CM, et al. Perceived cost of sugar-sweetened beverages, tax awareness, and changes in beverage purchasing: A cross-country comparison. *Int J Behav Nutr Phys Act.* 2022; 19(1): 38. doi: <https://doi.org/10.1186/s12966-022-01277-1>
  15. Roberto CA, Ng SW, Ganderats-Fuentes M, Hammond D, Barquera S, Jauregui A, et al. The Influence of front-of-package nutrition labeling on consumer behavior and product reformulation. *Ann Rev Nutr.* 2021; 41: 529-550. doi: <https://doi.org/10.1146/annurev-nutr-111120-094932>