



FUNDACIÓN H. A.
BARCELÓ
FACULTAD DE MEDICINA



TRABAJO FINAL DE INVESTIGACIÓN CARRERA: LICENCIATURA EN NUTRICIÓN A DISTANCIA

DIRECTOR/A DE LA CARRERA:

Dra. Norma Isabel Guezikaraian

NOMBRE Y APELLIDO DEL AUTOR / LOS AUTORES:

Incaugarat Trinidad - Porta Luciano - Rossi María Emilia

TÍTULO DEL TRABAJO:

Análisis Cualitativo de los lácteos en la Canasta básica de Alimentos y su relación con el Etiquetado Frontal.

SEDE:

Buenos Aires

DIRECTOR/A DE TIF:

Mgr. Santana Esther

ASESOR/ES:

Lic. Navarrete Eduardo

AÑO DE REALIZACIÓN:

2024

Sede Buenos Aires
Av. Las Heras 1907
Tel./Fax: (011) 4800 0200
☎ (011) 1565193479

Sede La Rioja
Benjamin Matienzo 3177
Tel./Fax: (0380) 4422090 / 4438698
☎ (0380) 154811437

Sede Santo Tomé
Centeno 710
Tel./Fax: (03756) 421622
☎ (03756) 15401364

www.barcelo.edu.ar

[f fundacionbarcelo](https://www.facebook.com/fundacionbarcelo)

[Fundbarcelo](https://www.twitter.com/Fundbarcelo)

[fundbarcelo](https://www.instagram.com/fundbarcelo)

Incaugarat Trinidad, Porta Luciano, Rossi María Emilia.

CODIGO DE TESIS 2024-09

INDICE

Resumen	4
Abstract	5
Resumo	7
Introducción	9
Antecedentes	11
MARCO TEÓRICO	13
Canasta básica de alimentos	13
Consumo de calcio en Argentina: Análisis a partir de la Segunda Encuesta Nacional de Nutrición y Salud (ENNYS) 2019	16
Ley N°27.642 de la Promoción de la Alimentación Saludable. Etiquetado Frontal.	18
Modelo definido por la OPS (2016)	20
Análisis de sellos	21
Sellos de Advertencia	21
Análisis de las leyendas precautorias	23
Alimentos Lácteos	25
Lácteos en la Canasta Básica de Alimentos	25
Aspectos nutricionales de los lácteos	28
El Consumo de Lácteos en Argentina	30
Encuesta Alimentaria y Nutricional de la ciudad de Buenos Aires, 2011²⁶	31
Comportamiento del consumidor	32
Factores psicológicos: motivación, percepción, aprendizaje actitud y creencias.	32
OBJETIVOS	34
Objetivo general	34
Objetivos específicos	34
DISEÑO METODOLÓGICO	34
Tipo de estudio y diseño:	34
Población y muestra	34
Técnica de Muestreo	35
Criterios de inclusión y Exclusión:	35
Definición Operacional de las Variables:	35
Tratamiento estadístico propuesto:	41
Procedimientos para la recolección de información, instrumentos a utilizar y métodos para el control de calidad de los datos	41

Procedimientos para garantizar aspectos éticos en las investigaciones con sujetos humanos	42
RESULTADOS	42
DISCUSIÓN	54
CONCLUSIÓN	56
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	58
ANEXOS	61
ANEXO N° 1	61
ANEXO N° 2	62

Resumen

Introducción: El etiquetado frontal de alimentos es una herramienta para promover la alimentación saludable y reducir la carga de enfermedades crónicas no transmisibles en la población, las que actualmente se encuentran en constante aumento.

Objetivos: El principal objetivo del trabajo es analizar cómo la información nutricional brindada a través de los sellos frontales impacta en las decisiones de compra de productos lácteos que se encuentran dentro de la canasta básica de alimentos en consumidores residentes en Argentina.

Metodología: Este estudio, de carácter descriptivo y de diseño transversal, utilizó una muestra definida por 306 adultos mayores de 18 años residentes en Argentina, y que intervengan en las compras de alimentos del hogar. La recolección de dato se obtuvo por medio de una encuesta online.

Resultados: Entre los resultados más destacados del estudio se evidencia que, si bien el 83% de los encuestados dijo conocer los sellos frontales y más del 54% señaló que su información es clara y comprensible, el 74.2% no dejó de comprar ningún producto por la presencia de los sellos frontales.

El 34.1% sigue comprando yogur aun con la presencia de sellos frontales, manteca el 45,1%, dulce de leche el 55.2%, queso untable el 47.1%; queso fresco el 64.7% y quesos duros el 55.2%.

Los sellos frontales que más atención reciben por parte de los consumidores son, “exceso en azúcares”, “exceso en grasas saturadas” y el tercer lugar, la leyenda precautoria de, “contiene edulcorantes”.

Discusión: En concordancia con otros trabajos, el presente estudio ha verificado que la presencia de sellos frontales no ha logrado modificar en una proporción importante los hábitos de consumo de la población que, en su mayoría, mantiene el patrón de consumo previo a la implementación de los sellos. No obstante, la población considera a los sellos frontales son una herramienta importante para lograr una alimentación saludable en la población, dato que se comparte con otros trabajos similares, y que genera una contradicción entre lo declarado y los hábitos reales de la población.

Conclusión: la presencia de los sellos frontales son una herramienta de educación e información para los consumidores, sin embargo, su aplicación aún no ha generado los cambios necesarios para lograr una aceptación por parte de los ciudadanos.

Específicamente en los productos lácteos de la canasta alimentaria, no han tenido injerencias mayores; el principal motivo de compra sigue siendo los gustos y hábitos personales.

Es necesario reforzar la educación sobre los sellos frontales, y también de la lectura de las etiquetas nutricionales para lograr así cambios en la decisión de compra y de esa forma, acercarse a lo que se considera una alimentación saludable y equilibrada.

Abstract

Introduction: Front food labeling is a tool to promote healthy eating and reduce the burden of chronic non-communicable diseases in the population, which are currently constantly increasing.

Objectives: The main objective of the work is to analyze how the nutritional information provided through the front stamps impacts the purchasing decisions of dairy products that are within the basic food basket in consumers residing in Argentina.

Methodology: This study, of a descriptive nature and cross-sectional design, used a sample defined by 306 adults over 18 years of age residing in Argentina, and involved in household food purchases. Data collection was obtained through an online survey.

Results: Among the most notable results of the study, it is evident that, although 83% of those surveyed said they knew the front seals and more than 54% indicated that their information is clear and understandable, 74.2% did not stop buying any product because the presence of the front seals.

34.1% continues to buy yogurt even with the presence of front seals, butter 45.1%, dulce de leche 55.2%, spreadable cheese 47.1%; fresh cheese 64.7% and hard cheeses 55.2%.

The front labels that receive the most attention from consumers are “excess sugars”, “excess saturated fats” and in third place, the cautionary legend “contains sweeteners”.

Discussion: In accordance with other works, the present study has verified that the presence of frontal seals has not managed to modify a significant proportion of the consumption habits of the population, which, for the most part, maintains the consumption pattern prior to the implementation of the stamps. However, the population considers frontal seals to be an important tool to achieve healthy eating in the population, a fact that is shared with other similar works, and which generates a contradiction between what is declared and the real habits of the population.

Conclusion: the presence of front seals is an education and information tool for consumers, however, their application has not yet generated the necessary changes to achieve acceptance by citizens.

Specifically, dairy products in the food basket have not had major interference: the main reason for purchasing continues to be personal tastes and habits.

It is necessary to reinforce education about front seals, and also the reading of nutritional labels to achieve changes in the purchasing decision and, in this way, get closer to what is considered a healthy and balanced diet.

Resumo

Introdução: A rotulagem frontal de alimentos é uma ferramenta para promover a alimentação saudável e reduzir a carga de doenças crônicas não transmissíveis na população, que atualmente estão em constante aumento.

Objetivos: O objetivo principal do trabalho é analisar como a informação nutricional fornecida através dos selos frontais impacta as decisões de compra de produtos lácteos que estão dentro da cesta básica em consumidores residentes na Argentina.

Metodologia: Este estudo, de natureza descritiva e desenho transversal, utilizou uma amostra definida por 306 adultos maiores de 18 anos residentes na Argentina e envolvidos em compras domiciliares de alimentos. A coleta de dados foi obtida por meio de pesquisa online.

Resultados: Entre os resultados mais notáveis do estudo, fica evidente que, embora 83% dos entrevistados tenham afirmado conhecer os selos frontais e mais de 54% tenham indicado que suas informações são claras e compreensíveis, 74,2% não deixaram de comprar nenhum produto. porque a presença dos selos frontais.

\$ 34,1 continua comprando iogurte mesmo com presença de selos frontais, manteiga 45,1%, doce de leite 55,2%, queijo para barrar 47,1%; queijos frescos 64,7% e queijos duros 55,2%.

Os rótulos frontais que mais recebem atenção dos consumidores são “excesso de açúcares”, “excesso de gorduras saturadas” e em terceiro lugar, a legenda de advertência “contém adoçantes”.

Discussão: Em consonância com outros trabalhos, o presente estudo verificou que a presença de selos frontais não conseguiu modificar uma proporção significativa dos hábitos de consumo da população, que, em sua maioria, mantém o padrão de consumo anterior à implementação dos selos. Contudo, a população considera o selo frontal uma importante ferramenta para alcançar uma alimentação saudável na população, fato que é compartilhado com outros

trabalhos semelhantes, e que gera uma contradição entre o que é declarado e os reais hábitos da população.

Conclusão: a presença dos selos frontais é uma ferramenta de educação e informação aos consumidores, porém, sua aplicação ainda não gerou as mudanças necessárias para alcançar a aceitação dos cidadãos.

Especificamente, os laticínios na cesta básica não tiveram grandes interferências: o principal motivo de compra continua sendo os gostos e hábitos pessoais.

É necessário reforçar a educação sobre os selos frontais, e também a leitura dos rótulos nutricionais para conseguir mudanças na decisão de compra e, desta forma, aproximar-se do que é considerado uma alimentação saudável e equilibrada.

Introducción

En Argentina, en los últimos años y luego de la Encuesta Nacional de Nutrición y Salud (ENNyS), la Encuesta Mundial de Salud Escolar (EMSE) y el Programa Nacional de Salud Escolar (PROSANE) quedó demostrada la relevancia de la problemática del sobrepeso y la obesidad.

Según la ENNyS, para el año 2018-2019: en niños menores a 5 años la proporción de sobrepeso fue del 13.6%, y la baja talla del 7.9%; en el grupo de 5 a 17 años el exceso de peso estuvo presente en el 41.1% de la población y la talla baja fue del 3.7%.

La creciente preocupación por la salud pública y la prevención de enfermedades crónicas no transmisibles ha llevado a diversos países a implementar políticas que promuevan una alimentación más saludable. En este contexto, el etiquetado frontal de alimentos se ha consolidado como una herramienta para informar y orientar a los consumidores en sus decisiones de compra. Argentina no es la excepción, y desde la implementación de la Ley de Etiquetado Frontal de Alimentos en 2021, se ha buscado proporcionar información clara y visible sobre el contenido de nutrientes críticos en los productos alimenticios. En este sentido, los lácteos, considerados un grupo de alimentos que son fuente fundamental de nutrientes esenciales como calcio, proteínas y vitaminas, son un grupo de alimentos cuya percepción y consumo pueden verse significativamente influenciados por este tipo de políticas. Dada la dualidad de los lácteos en términos de beneficios nutricionales y, en algunos casos, contenidos elevados de grasas saturadas y azúcares añadidos, el etiquetado frontal puede desempeñar un papel crucial en la modificación de los patrones de consumo en los mismos. Se analizará entonces, la influencia del etiquetado frontal en Argentina, sobre el consumo de lácteos, específicamente, los que forman parte de la canasta básica de alimentos. El objetivo principal es comprender cómo la información nutricional presentada de manera prominente en los envases impacta en las decisiones de compra y consumo de los consumidores argentinos. Para ello se realizaron encuestas para captar la percepción y el comportamiento de los consumidores frente a estos productos. El análisis de esta temática resulta relevante no solo para entender los efectos directos de la política de etiquetado en la salud pública, sino también para contribuir al diseño de estrategias de comunicación y educación alimentaria que

potencien sus beneficios y mitiguen posibles efectos adversos. Al explorar la relación entre el etiquetado frontal y el consumo de lácteos, esta investigación busca aportar evidencia que pueda ser utilizada para mejorar la efectividad de las políticas alimentarias y promover una alimentación más saludable en la población argentina.

Antecedentes

El estudio de la influencia del etiquetado frontal nutricional en las decisiones de compra de alimentos ha sido objeto de numerosas investigaciones a nivel mundial. A continuación, se presentan algunos trabajos relevantes en este campo, con un enfoque particular en estudios relacionados con productos lácteos y otros alimentos básicos, y un énfasis especial en estudios realizados en Argentina después de 2021, año en que fue implementada la ley de etiquetado frontal en Argentina.

1. **“Impacto del etiquetado frontal en la elección de alimentos procesados y ultra procesados”**, realizado por De La Cruz Canela y Rolls Villaud Micaela, durante el año 2023 en Concepción del Uruguay, Argentina. Esta investigación examinó cómo el etiquetado frontal influye en la elección de alimentos procesados y ultra procesados, evaluando cambios en las preferencias de los consumidores a partir de la implementación de la ley de etiquetado frontal. Los hallazgos sugieren una significativa alteración en las decisiones de compra, destacando una tendencia hacia la elección de productos con menos advertencias nutricionales negativas. ¹
2. **“Impacto del etiquetado frontal en la elección de compra de alimentos ultra procesados destinados a niños/as en edad preescolar y escolar”**, realizado por Luarschi Sol, en el año 2022, en la ciudad de Rosario, Argentina. En este trabajo se investigó específicamente el efecto del etiquetado frontal en productos dirigidos a niños en edad preescolar y escolar. La investigación concluyó que el etiquetado frontal nutricional tiene un impacto positivo en la reducción de la compra de alimentos ultra procesados, especialmente aquellos altos en azúcares y grasas, que son comúnmente consumidos por niños. Esta evidencia sugiere que los padres están más dispuestos a evitar productos con etiquetados negativos cuando compran alimentos para sus hijos. ²
3. **“Evaluating the impact of Chile’s marketing regulation of unhealthy foods and beverages”** El estudio, realizado en Chile, mostró una reducción

en la compra de bebidas azucaradas y snacks altos en calorías tras la implementación del etiquetado frontal.³

MARCO TEÓRICO

Canasta básica de alimentos

La canasta básica alimentaria (CBA) puede definirse como el conjunto de alimentos y bebidas que satisfacen requerimientos nutricionales, proteicos y de kilocalorías que reflejan el consumo de la población. La misma no tiene como objetivo sugerir consumo o recomendaciones de alimentos o dieta, sino que es una construcción en base a información procedente de las encuestas y está lejos de representar patrones de consumo.⁴

Se trata de un valor estimado de los alimentos, definidos por un estudio conjunto de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) y el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD).

En cada país se define una CBA para un individuo promedio (o para un individuo promedio en cada hogar).

A esta canasta se le puede incluir otro tipo de servicios -que no son alimentos- para conformar la llamada Canasta Básica Total (CBT) la cual puede ser utilizada en conjunto con la CBA, multiplicando factores que corresponden a cada persona y así, estimar línea de pobreza o indigencia per cápita en proporción del gasto.⁵

Para la composición de la CBA, se determinan patrones observados de consumo de una población referente. Se establece que, para estos fines, el conjunto de hogares cuya compra satisface el requerimiento energético de los miembros del hogar, satisfacen sus necesidades en un marco que no es de severa escasez de fondos, y tampoco de abundancia.

En Argentina se seleccionaron áreas geográficas determinadas por la Encuesta Nacional de Gastos de Hogares (ENGHo) realizada por Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC) en 1996/97, sobre una muestra de 38.760 viviendas con información representativa a nivel de seis regiones: metropolitana, pampeana, noroeste, noreste, cuyo y sur.

Para determinar la población de referencia, se ordenaron a los hogares de acuerdo con sus gastos de consumo (o ingresos) per cápita, y se identificó, el grupo o tramo de hogares que alcanzó el requerimiento energético justo de sus miembros, de acuerdo a los valores explicitados previamente.

Es necesario que cada grupo de hogares considerado en este procedimiento de identificación, sea de un tamaño suficiente como para que el patrón de consumo promedio del grupo sea representativo, ya que el período de registro del gasto en alimentos utilizado en la ENGHo fue de una semana. A tal efecto, se consideró que un grupo decílico de hogares (10%) es de tamaño suficiente para ello, y que por lo tanto el proceso de búsqueda (“screening”) o identificación puede realizarse observando el consumo de energía por adulto equivalente implícito en el gasto en alimentos de deciles superpuestos de hogares, diferenciados entre sí por un percentil. Se identificó así, un grupo decílico de hogares cuyo gasto en alimentos implica una ingesta en torno a 2.750 calorías diarias.⁶

En Argentina, a partir de los estudios del INDEC y la ENGHo, se tomó como población de referencia los requerimientos de un varón adulto entre 30 y 60 años, con actividad moderada, y la cantidad necesaria para cubrir, durante un mes, las necesidades nutricionales (como alimentarias) correspondientes a 2.700 kcal por día, denominando a esto, “adulto equivalente”.

Para determinar las necesidades energéticas que debería tener la población según su edad sexo y actividad se utiliza un múltiplo equivalente (tabla 1).

Tabla N°1: Determinación de necesidades energéticas según adulto equivalente.

Edad	Mujeres	Varones
Menor de 1 año	0,35	0,35
1 año	0,37	0,37
2 año	0,46	0,46
3 año	0,51	0,51
4 año	0,55	0,55
5 año	0,6	0,6
6 año	0,64	0,64
7 año	0,66	0,66
8 año	0,68	0,68
9 año	0,69	0,69
10 año	0,7	0,79
11 años	0,72	0,82
12 años	0,74	0,85
13 años	0,76	0,9
14 años	0,76	0,96
15 años	0,77	1
16 años	0,77	1,03
17 años	0,77	1,04
18 a 29 años	0,76	1,02
30 a 45 años	0,77	1
46 a 60 años	0,76	1
61 a 75 años	0,67	0,83

Fuente: INDEC.⁴

La cantidad de alimentos es seleccionada a partir de información provista por la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares (ENIGH) y se valoriza cada mes con las variaciones de precios relevados por el Índice de Precios al Consumidor (IPC).⁷(tabla 2).

Tabla N°2: Alimentos de la Canasta Básica en Argentina.

Componentes	Unidades	Productos que se incluyen
Pan	6750 g	
Galletitas de agua	420 g	
Galletitas dulces	210 g	
Arroz	1200 g	
Harina de trigo	1080 g	
Otras harinas de maíz	210 g	
Fideos	1740 g	
Papa	6510 g	
Batata	510 g	
Azúcar	1230 g	
Dulce	330 g	Dulce de batata, mermelada, dulce de leche
Legumbres secas	240 g	Lentejas, arvejas
Hortalizas	5730 g	Acelga, cebolla, lechuga, tomate perita, zanahoria, zapallo, tomate envasado
Frutas	4950 g	Manzana, mandarina, naranja, banana, pera
Carnes	6270 g	Asado, camaza común, espinazo, paleta, carne picada, nalga, pollo, carne de pescado
Menudencias	270 g	Hígado
Fiambres	60 g	Paleta cocida, salame
Huevos	600 g	
Leche	9270 g	
Queso	330 g	Queso crema, queso cuartirolo, queso de rallar
Yogur	570 g	
Manteca	60 g	
Aceite	1200 g	
Bebidas no alcohólicas	3450 cc	Gaseosas, jugos concentrados, soda
Bebidas alcohólicas	1080 cc	Cerveza, vino
Sal fina	120 g	
Condimentos	120 g	Mayonesa, caldos concentrados
Vinagre	60 g	
Café	30 g	
Yerba	510 g	

Fuente: INDEC ⁴

Consumo de calcio en Argentina: Análisis a partir de la Segunda Encuesta Nacional de Nutrición y Salud (ENNYS) 2019

El consumo de calcio es esencial para la salud ósea y general, y en Argentina, los lácteos son la principal fuente de este nutriente, además de la vitamina D. La Segunda Encuesta Nacional de Nutrición y Salud (ENNYS)⁸, realizada en 2019, proporciona datos sobre la frecuencia de consumo de productos lácteos en la población argentina.

Frecuencia de Consumo de Lácteos: Según los resultados de la ENNYS, se observó que solo el 40% de los individuos reportaron haber consumido leche, yogur y/o queso al menos una vez al día, en los tres meses previos a la encuesta. Este porcentaje es indicativo de que una gran parte de la población no está

alcanzando la ingesta diaria recomendada de lácteos, lo cual puede tener implicaciones significativas para su salud ósea y general.

Consumo por Grupos Etarios: El análisis por grupos etarios revela diferencias en los hábitos de consumo. En el grupo de niños de 2 a 12 años, el consumo de leche, yogur y/o queso al menos una vez al día, alcanzó al 60%, mostrando una mayor adherencia a las recomendaciones nutricionales en comparación con adolescentes y adultos, donde este hábito solo se observó en el 40% de los individuos.

Consumo y Nivel Socioeconómico: La ENNYS también revela disparidades significativas en el consumo de lácteos según los niveles socioeconómicos. En los hogares pertenecientes al quinto quintil de ingresos, el 56.7% de los individuos consumió leche, yogur y/o queso al menos una vez al día, en comparación con el 34.6% en el primer quintil.

Implicaciones para el Etiquetado Nutricional: La información recabada en la ENNYS subraya la importancia de iniciativas de etiquetado nutricional claras y accesibles que puedan ayudar a mejorar la educación y las decisiones de compra en todos los niveles socioeconómicos. Dado que los lácteos son una fuente crucial de calcio, el etiquetado puede jugar un papel fundamental en incentivar su consumo, especialmente en los grupos más vulnerables que presentan un menor consumo de estos productos.

En conclusión, los datos de la ENNYS 2019 muestran que, aunque una parte significativa de la población infantil está alcanzando la ingesta diaria recomendada de lácteos, existen desafíos importantes en el consumo entre adolescentes, adultos y personas de bajos ingresos. Las políticas públicas y estrategias de etiquetado nutricional deben enfocarse en reducir estas disparidades para asegurar una mejor salud nutricional a nivel nacional.

Ley N°27.642 de la Promoción de la Alimentación Saludable. Etiquetado Frontal.

Los patrones de consumo de alimentos a lo largo de los últimos años han cambiado: frente a una amplia oferta de alimentos y bebidas el nivel de consumo de alimentos procesados ha aumentado.

Se puede afirmar que el consumo excesivo de azúcares, grasas y sodio es un problema de salud pública que se asocia a las enfermedades no transmisibles que más afectan a la población: el sobrepeso u obesidad, la diabetes, la hipertensión arterial, y las enfermedades vasculares, cardíacas, cerebrales y renales.⁹

En Argentina, la Ley 27.642 de Promoción de la Alimentación Saludable, también conocida popularmente como Ley de Etiquetado Frontal, fue sancionada en noviembre de 2021¹⁰.

La ley define a la alimentación saludable como: la basada en criterios de equilibrio y variedad y de acuerdo a las pautas culturales de la población. Aporta una cantidad suficiente de nutrientes esenciales y una cantidad limitada de los nutrientes que aportan riesgo de enfermedades crónicas no transmisibles.

El objetivo principal que busca la ley, es brindar información y orientación nutricional conveniente y fácil de entender en los envases de los alimentos, para ayudar a los consumidores a comprar alimentos con conocimiento de causa, y a tomar decisiones alimentarias más saludables. Asimismo, un beneficio adicional es que las industrias se vean estimuladas a lograr cambios favorables en la composición de los productos alimenticios (reformulación).¹⁰

Es una medida de salud pública que permite limitar la oferta de los productos que contengan al menos un sello de advertencia en su envase en instituciones educativas y en las compras públicas de los organismos nacionales de gobierno.¹¹

La ley establece la obligación de colocar sellos de advertencia en la cara frontal de los alimentos envasados y bebidas analcohólicas que presenten exceso de nutrientes críticos.

Se entiende por nutriente crítico a los azúcares, sodio, grasas saturadas y grasas totales.

Estas leyendas pueden expresarse como: “Exceso de sodio”, “Exceso de azúcares”, “Exceso de grasas saturadas”, “Exceso de grasas totales” y/o “Exceso de calorías”. A su vez, aquellos productos que contengan edulcorantes y/o cafeína

deberán contener una leyenda precautoria que indique: “Contiene edulcorantes, no recomendable en niños/as” y/o “Contiene cafeína, evitar en niños/as”. (Figura 1).

Figura N°1: Leyenda de sellos frontales.



El sello de advertencias debe tener las siguientes disposiciones:

- forma de octógonos de color negro con borde y letras de color blanco en mayúsculas;
- tamaño no inferior al (5%) de la superficie de la cara principal del envase;
- no estar cubierto de forma parcial o total por ningún otro elemento.

Asimismo, define prohibiciones en los envases de aquellos alimentos que contengan al menos un sello de advertencia. Estos no pueden incorporar en el envase información nutricional complementaria, logos o frases con el patrocinio de sociedad científica o asociaciones civiles; personajes infantiles, animaciones, celebridades, regalos, concursos, etcétera.

Se exceptúa de los sellos a:

- azúcar común.
- yerbas.
- aceites vegetales.
- frutos secos.
- sal común de mesa.

A su vez, se exceptúan productos sin agregado de azúcares, grasas y/o sodio que no contengan edulcorantes y/o cafeína; suplementos dietarios; alimentos para propósito médico específico; fórmulas para lactantes de hasta 36 meses de edad; y productos fraccionados en boca de expendio y comercialización al detalle a la vista del consumidor.¹⁰

Los umbrales (valores máximos para no llevar sellos) de azúcares, grasas totales, grasas saturadas, grasas trans y sodio establecidos, deben cumplir con los límites del Perfil de Nutrientes de la Organización Panamericana de Salud OPS (2016)¹². La reglamentación de la Ley establece, además, el límite del valor energético.

Modelo definido por la OPS (2016)

Este modelo fue definido en OPS (2016)¹² para clasificar los productos procesados y ultraprocesados:

- Con una **cantidad excesiva de sodio**, si la razón entre la cantidad de sodio (mg) en cualquier cantidad dada del producto y la energía (kcal) es igual o mayor a 1:1.
- Con una **cantidad excesiva de azúcares libres**, si en cualquier cantidad dada del producto, la cantidad de energía (kcal) proveniente de los azúcares libres (gramos de azúcares libres x 4 kcal) es igual o mayor a 10% del total de energía (kcal).
- Contiene **otros edulcorantes**, si la lista de ingredientes incluye edulcorantes artificiales o naturales no calóricos o edulcorantes calóricos (polialcoholes).
- Con una **cantidad excesiva de grasas totales**, si en cualquier cantidad dada del producto, la cantidad de energía (kcal) proveniente del total de grasas (gramos de grasas totales x 9 kcal) es igual o mayor a 30% del total de energía (kcal).
- Con una **cantidad excesiva de grasas saturadas**, si en cualquier cantidad dada del producto, la cantidad de energía (kcal) proveniente de grasas saturadas (gramos de grasas saturadas x 9 kcal) es igual o mayor a 10% del total de energía (kcal).

En Argentina, desde el año 2008, la cantidad de grasas trans se encuentra regulada por medio de la modificación del Código Alimentario Argentino (CAA)¹³ el Art. 155 tris, por el cual se disponía que el contenido de AGT de producción industrial en diseños comestibles, no debía ser mayor al 2% del total de grasas en aceites vegetales y margarinas destinadas al consumo directo y 5% del total de grasas en el resto de los productos, excluyéndose de estos límites a las grasas provenientes de rumiantes y a la láctea.

La aplicación de la ley de etiquetado frontal se dispuso por medio de dos etapas desde su creación y aprobación, para que las industrias, en especial las Pymes,

adecuen sus productos y la forma de implementación. Hoy, la ley se cumple en su totalidad inclusive con sus prórrogas.

Análisis de sellos

Sellos de Advertencia

Exceso en calorías. ¹⁴⁻¹⁵

La caloría es la unidad en que se mide la energía que aportan los alimentos; no son consideradas un nutriente crítico.

La aplicación de este sello solo corresponde cuando el límite del valor energético sea igual o mayor a 275 kcal / 100 gr de alimento sólido y 25 kcal/10 ml de bebidas; además debe presentar al menos 1 sello de exceso en azúcares y/o grasas totales y/o grasas saturadas. (Figura N°2).

Figura N°2: Exceso en calorías.



Exceso en azúcares. ¹⁴⁻¹⁵

Los azúcares son considerados un nutriente crítico. Para su cálculo se toman las calorías provenientes del azúcar en el total de las calorías del producto, cada 100 gr de producto.

Los productos van a tener el sello “Exceso en azucares” cuando la cantidad de azúcar sea mayor o igual al 10% de las calorías totales del producto.

En el caso **de la leche y productos lácteos** la lactosa no se considerará aporte de azúcares añadidos.

Por otra parte, cuando se agregan lactosa o grasa para reconstituir ingredientes naturales de la leche, siempre y cuando guarden su proporción con la composición original, no se consideran agregado de nutriente; por ejemplo, la adición de lactosa

para ajustar el contenido de proteína de la leche en polvo, de acuerdo a los establecido por el reglamento específico. (figura N°3)

Figura N°3: Exceso en azúcares



Exceso en grasas totales. ¹⁴⁻¹⁵

Las grasas también son consideradas como nutrientes críticos. Para el cálculo del sello se calcula las calorías provenientes de las grasas en el total de calorías del producto.

Se coloca la etiqueta "Exceso en grasas totales" cuando es mayor o igual al 30% de las calorías totales del producto. (Figura N°4)

En el caso de productos lácteos la presencia de grasa está dada por la grasa propia de la leche.

Figura N°4: Exceso en grasas totales.



Exceso en Grasas Saturadas. ¹⁴⁻¹⁵

El sello de exceso en grasas saturadas corresponde cuando la composición final del producto sea igual o supere los valores determinados por 10% o más de las calorías del alimento provienen de las grasas saturadas.

En general todos los lácteos enteros y concentrados, como la leche entera, los quesos, manteca y crema, tienen grasas saturadas. (Figura N°5)

Figura N°5: Exceso en grasas saturadas.



Exceso en sodio. ¹⁴⁻¹⁵

Agregado de sodio: se refiere al agregado de sodio durante el proceso de elaboración, o de cualquier sal que contenga sodio, o cualquier ingrediente que contenga sales de sodio agregadas, incluso cuando el uso fuera como aditivo alimentario

Se coloca la etiqueta cuando:

- a) el alimento contiene 1 mg o más de sodio por cada kcal del producto o
- b) el alimento contiene 300 mg o más de sodio cada 100 g o ml de producto, independientemente de su contenido energético.

La condición que se cumpla primero establece que el alimento supera los valores máximos establecidos para el sodio.

- c) Bebidas analcohólicas sin aporte energético: cuando la bebida contenga 40 mg o más de sodio cada 100 ml.

En lácteos por lo general se añade sodio a los quesos en su proceso de elaboración. (Figura N°6)

Figura N°6: Exceso en sodio.



Análisis de las leyendas precautorias

“Contiene Edulcorantes. No recomendables en niños/as.” ¹⁴⁻¹⁵

En los alimentos y bebidas analcohólicas que en su lista de ingredientes detallen un aditivo con función edulcorante, independientemente de que se lo haya añadido o no por su función tecnológica de endulzar, deberá declararse en una leyenda precautoria.

Dicha leyenda busca advertir sobre la presencia del edulcorante, y no está asociada a la cantidad de edulcorante que contiene el producto. (Figura N°7)

Figura N°7: Contiene Edulcorantes.



“Contiene cafeína. Evitar en niños/as.” ¹⁴⁻¹⁵

Los alimentos y bebidas analcohólicas que en su lista de ingredientes detallen “cafeína”, deberán declarar la leyenda precautoria, independientemente de la cantidad adicionada al alimento.

Asimismo, para las bebidas analcohólicas o polvos para prepararlas que contengan cafeína aportada por extractos, infusiones, maceraciones y/o percolaciones, deberá declararse la leyenda precautoria de cafeína independientemente del contenido de esta. (Figura N°8)

Figura N°8: Contiene cafeína.



Sobre la evaluación del perfil de nutrientes, pueden constatarse los cálculos utilizando la herramienta de la **Calculadora de sellos** ¹² de la Aplicación de Sellos y Advertencias Nutricionales del SIFeGA.

A modo de ejemplo se puede ver el ANEXO 1, donde se analiza el alimento: yogur con crema con preparado de miel, y su análisis para la incorporación de los sellos.

Alimentos Lácteos

El Código Alimentario Argentino (CCA), en su artículo 553 del Capítulo VIII, define a los lácteos: “Con la designación de Alimentos Lácteos, se entiende la leche obtenida de vacunos o de otros mamíferos, sus derivados o subproductos, simples o elaborados, destinados a la alimentación humana.”

La diversidad de productos lácteos varía considerablemente de región a región y entre países de la misma región, según los hábitos alimentarios, las tecnologías disponibles de elaboración de la leche, la demanda de mercado y las circunstancias sociales y culturales. ¹⁶

Los lácteos pueden ser una parte integral de una dieta equilibrada y variada, especialmente para quienes siguen una dieta omnívora.

Son una categoría de alimentos de gran importancia en la alimentación humana debido a su alto contenido en nutrientes esenciales. Son reconocidos como una fuente significativa de calcio. Además, los lácteos son una excelente fuente de proteínas de alta calidad.

Además del calcio y las proteínas, los lácteos también contienen otros nutrientes importantes, como vitaminas del complejo B, vitamina D (en productos fortificados) y minerales como fósforo, potasio y magnesio.

Los lácteos son una categoría amplia de alimentos que incluye productos como leche, yogur, queso, crema, manteca y dulce de leche, entre otros. Cada uno de estos productos puede variar en su contenido nutricional y en su producción.

Lácteos en la Canasta Básica de Alimentos

Los lácteos presentes en la canasta básica de alimentos en Argentina, incluyen leche, yogur, queso, manteca y dulce de leche. Cada producto tiene requisitos específicos de producción y está sujeto a regulaciones sanitarias.

Según el CCA: "Con la denominación de Leche sin calificativo alguno, se entiende el producto obtenido por el ordeño total e ininterrumpido, en condiciones de higiene, de la vaca lechera en buen estado de salud y alimentación, proveniente de tambos inscriptos y habilitados por la Autoridad Sanitaria Bromatológica Jurisdiccional y sin aditivos de ninguna especie. La leche proveniente de otros animales, deberá denominarse con el nombre de la especie productora".

La leche puede tener diferentes formas de presentación¹⁷:

- Leche fluida:

- Leche entera: "Se entiende por Leche entera esterilizada, la leche que cumpla con el Artículo 556 que haya sido envasada y posteriormente sometida a un proceso de esterilización industrial que asegure la ausencia de gérmenes patógenos, toxicogénicos y de microorganismos capaces de proliferar en ella, pudiendo ser previamente homogeneizada y estandarizada en su contenido graso. (Artículo 561, CAA, pág. 22)

- Leche descremada: "Leche que ha sido sometida a un proceso mecánico autorizado por la autoridad sanitaria competente, con el objeto de reducir a un mínimo su contenido de materia grasa" (Artículo 562, CAA, pág. 23).

- Leche parcialmente descremada: "La leche que luego de su higienización y previo a su homogeneización optativa, pasteurización, tratamiento térmico de Ultra Alta Temperatura (UAT), esterilización o ultra pasteurización, ha sido sometida a un proceso autorizado por la autoridad sanitaria competente, con el objeto de reducir en parte su contenido de materia grasa.(Artículo 562, CAA, pág. 23)

- Leche chocolatada: "Producto elaborado con no menos de 85% de leche o leche reconstituida, entera, descremada o parcialmente descremada, apta para el consumo, que responda a las exigencias del presente, adicionada de cacao en polvo o cacao en polvo desengrasado y/o chocolate y sometida a tratamiento térmico adecuado." (Artículo 562 ris, CAA, pág. 25)¹⁷

- Leche en polvo: "Se entiende por leche en polvo al producto que se obtiene

por deshidratación de la leche de la vaca, entera, descremada o parcialmente descremada y apta para la alimentación humana, mediante procesos tecnológicamente adecuados.” Clasificada en; entera, parcialmente descremada, descremada, por contenido de materia grasa. (Artículo 567, CAA, pág. 28) ¹⁷

- Leche fermentada: “Productos, adicionados o no de otras sustancias alimenticias, obtenidos por coagulación y disminución del pH de la leche o leche reconstituida, adicionada o no de otros productos lácteos, por fermentación láctica mediante la acción de cultivos de microorganismos específicos. Estos microorganismos específicos deben ser viables, activos y abundantes en el producto final durante su período de validez.” (Artículo 576, CAA, pág. 43) ¹⁷

El CCA en su artículo 576, define al yogur como: “Leche cuya fermentación se realiza con cultivos proto simbióticos de *Lactobacillus delbrueckii* subsp. *bulgaricus* y *Streptococcus salivarius* subsp. *thermophilus* a los que en forma complementaria pueden acompañar otras bacterias ácido-lácticas que, por su actividad, contribuyen a la determinación de las características del producto terminado.

El artículo 605 del CCA define al queso: “Se entiende por Queso el producto fresco o madurado que se obtiene por separación parcial del suero de la leche o leche reconstituida (entera, parcial o totalmente descremada), o de sueros lácteos, coagulados por la acción física, del cuajo, de enzimas específicas, de bacterias específicas, de ácidos orgánicos, solos o combinados, todos de calidad apta para uso alimentario; con o sin el agregado de sustancias alimenticias y/o especias y/o condimentos, aditivos específicamente indicados, sustancias aromatizantes y materiales colorantes.”

Los quesos pueden clasificarse en:

- Queso fresco: Listo para el consumo poco después de su fabricación. ¹⁷
- Queso maduro: Ha experimentado los cambios bioquímicos y físicos necesarios y característicos de la variedad de queso. ¹⁷

Los quesos se pueden clasificar según distintos criterios:

- De acuerdo con el contenido de materia grasa del extracto seco, se clasifican en: extra graso o doble crema; grasos; semigrasos; magros y descremados.

- De acuerdo con el contenido de humedad, se clasifican en: quesos de baja humedad (generalmente conocidos como de pasta dura), quesos de mediana humedad (pasta semidura), quesos de alta humedad (pasta blanda), quesos de muy alta humedad (pasta muy blanda), quesos de muy alta humedad, que a su vez se clasificarán en quesos de muy alta humedad tratados térmicamente y quesos de muy mala humedad (según si han recibido o no, tratamiento térmico luego de la fermentación).

El artículo 596 del CCA define a la manteca como: "producto graso obtenido exclusivamente por el batido y amasado, con o sin modificación biológica, de la crema pasteurizada derivada exclusivamente de la leche, por procesos tecnológicamente adecuados. La materia grasa de la manteca deberá estar compuesta exclusivamente de grasa láctea."¹⁷

Por último, el artículo 592 del CAA define al dulce de leche: "Con el nombre de Dulce de Leche se entiende el producto obtenido por concentración y acción del calor a presión normal o reducida de la leche o leche reconstituida, con o sin adición de sólidos de origen lácteo y/o crema, y adicionado de sacarosa (parcialmente sustituida o no por monosacáridos y/u otros disacáridos), con o sin adición de otras sustancias alimenticias."¹⁷

Existen otros lácteos considerados en el CCA, pero no se detallan en este trabajo, ya que no forman parte de la canasta básica de alimentos.

Aspectos nutricionales de los lácteos

Los lácteos son alimentos muy importantes desde el punto de vista nutricional, ya que aportan una variedad de nutrientes de calidad y se los consideran como principal fuente de calcio y riboflavina de la dieta.¹⁸⁻¹⁹

Proteínas: aportan proteínas de alto valor biológico. La proteína que predomina en la leche en un 80%, es la caseína. Está se encuentra en suspensión formando micelas. El 20% restante son las proteínas del suero, lactoalbúminas y lactoglobulinas, que tienen importantes funciones inmunológicas.

Lípidos: En la leche, los lípidos vehiculizan las vitaminas liposolubles (A, E y K) y se absorben conjuntamente. Algunos de estos lípidos incluyen ácidos grasos que el ser humano no puede sintetizar, como los ácidos linoleico y linolénico. Estos ácidos

grasos se consideran nutrientes esenciales.. En los productos lácteos hay diversos componentes bioactivos dentro de su materia grasa, como la esfingomiélin y el ácido linoléico conjugado, este último, cardioprotector y antitumoral. Además, dentro de los ácidos grasos de la leche hay una proporción de ácidos grasos trans de origen natural.

La cantidad de grasa en los productos lácteos varía según el producto: ²⁰

- El yogur, las leches fermentadas o la cuajada, contienen del 1 al 5% de grasa.
- Los quesos contienen del 10-30% de grasa.
- La leche, en función de su contenido graso, se clasifica en:
 - Entera: contenido en grasa mayor o igual al 3,5%.
 - Semidesnatada: entre el 1,5 y el 1,8% de materia grasa.
 - Desnatada/ Descremada: contenido en grasa menor o igual al 0,5%.

Hidratos de carbono: El azúcar mayoritario de la leche es la lactosa. Al ser un azúcar exclusivo de la leche, los mamíferos (principalmente los neonatos) cuentan con la enzima β -galactosidasa, capaz de hidrolizar la lactosa para poder ser metabolizada. Sin embargo, con la edad se pueden observar deficiencias en la producción de β -galactosidasa. Por este motivo la intolerancia a la lactosa ha motivado el desarrollo de diversos procesos para obtener productos deslactosados o aptos para personas intolerantes a la misma.²¹

Minerales: los lácteos aportan minerales como fósforo, magnesio, potasio, zinc. El calcio el principal mineral aportado por los lácteos, ya que no es aportado por otros alimentos en la misma proporción.²²

El calcio es un mineral esencial para el ser humano, ya que participa en diversos procesos biológicos, como la constitución y mantenimiento del esqueleto, la transmisión neuromuscular de los estímulos electroquímicos, la mitosis y división celular, la fertilización y la coagulación sanguínea. El 99% del calcio se encuentra en el esqueleto, donde es fundamental para su formación, rigidez y mantenimiento. Para la mujer adulta, la ingesta de calcio recomendada (RDA) es de 1000 mg/d, y el requerimiento promedio (EAR) es de 800 mg/d.

El calcio es un nutriente con limitadas fuentes alimentarias, tanto por el bajo contenido de gran parte de los alimentos, como por la baja biodisponibilidad de la

mayoría de las fuentes de origen vegetal. Los lácteos tienen un elevado contenido de calcio de buena absorción. Por este motivo, son considerados la fuente más importante de calcio en la dieta, y resulta difícil cubrir las ingestas recomendadas en aquellos individuos que los consumen en poca cantidad.²²

Vitaminas: La leche es una fuente importante de vitaminas. Las cantidades de vitaminas A y D son proporcionales a la cantidad de grasa presente en la leche. Por este motivo, las leches semidesnatadas y desnatadas son alimentos ideales para enriquecer con dichas vitaminas. Con respecto a los yogures y a otras leches fermentadas, los niveles de vitaminas son superiores a los de la leche. La vitamina A presente en la leche y derivados, es muy importante, ya que contribuye a mantener las mucosas, la piel y la visión en condiciones normales. Por otra parte, la vitamina D, contribuye a la absorción y utilización normal del calcio y fósforo, además de mantener los niveles normales de calcio en sangre. La vitamina D también contribuye al mantenimiento de los huesos y dientes .²²

El Consumo de Lácteos en Argentina

En Argentina, los lácteos representan un componente esencial de la dieta cotidiana para muchos individuos y familias. Desde la leche fresca hasta una amplia variedad de productos lácteos, estos alimentos se integran de diversas maneras en la alimentación diaria, ya sea como complemento de platos, ingredientes en recetas culinarias, o como opciones para meriendas y refrigerios. Sin embargo, el consumo de lácteos está influenciado por una serie de factores económicos, sociales y culturales, así como por las preferencias individuales y la disponibilidad de productos.

El sector lácteo argentino ha experimentado un crecimiento significativo en las últimas décadas, convirtiéndose en uno de los principales impulsores de la expansión en la industria de alimentos y bebidas durante los años 90. Durante este período, la producción primaria de lácteos creció a una tasa anual cercana al 6%, alcanzando aproximadamente los 9.800 millones de litros en el año 2000. Este crecimiento posicionó a Argentina entre los principales productores mundiales de lácteos.

A pesar de los desafíos enfrentados por el sector, como las fluctuaciones en los precios internacionales y las condiciones climáticas adversas, el consumo interno

de lácteos ha mantenido una tendencia estable, siendo la leche de vaca y sus derivados, los productos más consumidos en el país. La disponibilidad de productos lácteos en los supermercados y mercados locales garantiza un acceso relativamente fácil para la población.

El consumidor argentino muestra una preferencia por una amplia gama de productos lácteos, desde la leche entera hasta los quesos de distintas variedades y los yogures. Aunque la leche entera sigue siendo una opción popular, también se consumen versiones descremadas y semidescremadas, especialmente entre aquellos que buscan reducir la ingesta de grasas saturadas. Además, los hábitos de consumo están influenciados por las tendencias alimentarias y de salud, lo que ha llevado a un aumento en la demanda de productos lácteos fortificados con vitaminas y minerales, así como opciones sin lactosa o enriquecidas con proteínas. El panorama del consumo de lácteos en Argentina ha experimentado una transición significativa, caracterizada por cambios en los hábitos alimenticios y la influencia de factores culturales y sociales. Los datos muestran una baja en el consumo recomendado, lo que sugiere una necesidad de concienciación sobre la importancia de estos alimentos en la dieta diaria. La promoción de hábitos alimenticios saludables y la educación nutricional son aspectos clave para abordar estos desafíos y fomentar un mayor consumo de lácteos en la población argentina.

[23](#)

De acuerdo a una encuesta de la consultora Kantar, realizada en octubre 2023 sobre 1.001 personas mayores de 18 años de todo el país, sólo el 10 por ciento de los argentinos consume al día la porción recomendada de lácteos. Según el Ministerio de Salud, se deberían ingerir tres porciones de lácteos por día (200 ml de leche, 200 cc de yogur y 30 gramos de queso) para obtener los 1.200 mg de calcio que requiere una persona de cualquier edad.²⁴

- El trabajo realizado por CESNI²⁵, titulado “La alimentación en la Argentina” CAPA II. Consumo aparente de alimentos y nutrientes a nivel hogar”, del año 2021, señala ciertos cambios producidos en el consumo de productos lácteos: el consumo de leche descendió un 51% entre 1996 y 2018.
- el lácteo de mayor consumo es la leche común entera.

- el grupo de los quesos no muestra variaciones importantes en los últimos 20 años.
- el consumo total de lácteos aumenta a medida que incrementan los ingresos del hogar

Encuesta Alimentaria y Nutricional de la ciudad de Buenos Aires, 2011²⁶

Según esta encuesta, el consumo de leche, yogur y quesos mostró una clara tendencia decreciente al aumentar la edad, pasando de cerca de 700 ml diarios de leches a los 6 a 9 meses, a menos de 200 ml en la edad adulta.

En los niños de 6 a 9 meses predominó el consumo de leche materna y fórmulas infantiles, con una menor participación de la leche de vaca.

Luego del año de vida, la leche de vaca fue el principal lácteo consumido, observándose un descenso en la leche materna y las fórmulas infantiles.

La leche más consumida hasta la adolescencia y en las madres de niños de 0 a 6 meses fue la entera, mientras que en las mujeres en edad fértil y los adultos mayores, predominó la leche parcialmente descremada.

El consumo de quesos aumentó con la edad, estabilizándose a partir de la adolescencia

El consumo de yogures mostró una tendencia creciente en la primera infancia, llegando a 90 g/d a los 2 años, y su consumo disminuyó hasta la edad adulta, aumentando ligeramente en los adultos mayores.

Comportamiento del consumidor

Los factores que influyen en la decisión de compra de un producto, son variados y no se pueden establecer relaciones de causalidad lineales.

Según Kotler (2002)²⁷, las variables que afectan el comportamiento de los consumidores pueden dividirse en grupos:

Factores culturales: conocimientos, creencias, arte, rituales, normas morales, costumbres y cualquier otra habilidad adquirida por pertenecer a un grupo social. También incluye la clase social de pertenencia.

Factores sociales: todos los grupos sociales que influyen en el comportamiento de un individuo: grupos de referencia, familia, función que se ocupa en una sociedad.

Factores personales: edad y etapa en el ciclo de vida, ocupación, circunstancias económicas, estilo de vida, personalidad.

Factores psicológicos: motivación, percepción, aprendizaje actitud y creencias.

Cuando se analizan los patrones de consumo y alimentación en la población, se puede observar que, durante la última mitad del siglo XX, se han producido cambios significativos en los patrones de consumo de alimentos en todo el mundo, y la Argentina no es ajeno a ellos. Estos cambios pueden observarse por medio de la Encuesta Nacional de Gastos de los Hogares.

En la Argentina, el consumo aparente de alimentos y bebidas se ha modificado en las dos últimas décadas, destacándose la disminución en el consumo frutas y vegetales, harina de trigo, legumbres, carne vacuna y leche; y el aumento en el consumo de masas de tartas y empanadas, carne porcina, productos cárnicos semielaborados, yogur, gaseosas, jugos y comidas listas para consumir. Ese cambio se refleja en cambios en la ingesta de nutrientes críticos como grasas saturadas, trans, sodio, azúcares, fibra, vitamina A y C. El cambio más sorprendente en los sistemas alimentarios de los países de ingresos altos, y ahora también de los países de ingresos medianos y bajos, es el desplazamiento de los patrones de alimentación basados en comidas y platos preparados a partir de alimentos sin procesar o mínimamente procesados, por otros que se basan cada vez más en productos ultra procesados. La alimentación evoluciona con el tiempo bajo la influencia de muchos factores y de interacciones complejas. Los ingresos, los precios, las preferencias individuales, las creencias y las tradiciones culturales, las estrategias de marketing y la masificación de los productos alimentarios, así como factores geográficos, ambientales, sociales y económicos, conforman en su compleja interacción las características del consumo de alimentos. Los procesos demográficos, tecnológicos, económicos y ambientales que ocurren simultáneamente en todo el mundo, tienen un gran efecto en el suministro de alimentos. Estas fuerzas, junto con la rápida urbanización y las fronteras internacionales cada vez más fluidas, están teniendo efecto en la disponibilidad de

alimentos, con una tendencia general hacia un mayor grado de elaboración de los mismos al momento de adquirirlos. ²⁸

OBJETIVOS

Objetivo general

Evaluar el impacto del sistema de etiquetado frontal en las decisiones de consumo de productos lácteos de la canasta básica de alimentos, en adultos, durante julio de 2024, en Argentina.

Objetivos específicos

1. Recopilar datos sobre el consumo de productos lácteos de la canasta básica de alimentos.
2. Analizar el impacto del etiquetado frontal en los productos lácteos de la canasta básica de alimentos, sobre las decisiones de compra de los consumidores.
3. Evaluar los cambios en las preferencias y hábitos de consumo, en la compra de lácteos de la canasta básica de alimentos en Argentina, tras la implementación del sistema de etiquetado frontal.
4. Evaluar como los consumidores interpretan y comprendan la información presente en los etiquetados frontales de los productos lácteos de la canasta básica alimentaria.
5. Analizar la variación en la percepción y utilización del etiquetado frontal de productos lácteos entre diferentes grupos socioeconómicos en Argentina

DISEÑO METODOLÓGICO

Tipo de estudio y diseño:

El presente estudio es transversal y descriptivo.

Población y muestra

La población está formada por todos los habitantes adultos mayores de 18 años, que residen actualmente en Argentina.

La muestra está definida por 306 adultos mayores de 18 años que tengan residencia en Argentina, y que intervengan en las compras de alimentos del hogar.

Técnica de Muestreo

El tipo de muestreo fue probabilístico estratificado.

Criterios de inclusión y Exclusión:

Criterios de Inclusión:

- Adultos mayores de 18 años.
- Saber leer y escribir
- Contar con residencia en Argentina actualmente.
- Participar en la compra de alimentos del hogar

Criterios de Exclusión:

- Personas que por alguna patología o por motivos personales, no consumen ningún tipo de lácteo.
- Personas que no saben leer o escribir o que no comprendan las preguntas realizadas.

Definición Operacional de las Variables:

<u>Variable</u>	<u>Definición</u>	<u>Indicador</u>	<u>Instrumento</u>
Edad	Cantidad de años vividos por una persona, contados desde el momento de su nacimiento hasta la fecha actual.	18 a 25 26 a 35 36 a 45 46 a 55 56 a 65 más de 65	Encuesta cerrada

Género	Identidad sexual de una persona, masculino, femenino u otras categorías que incluyan diversidades de género	Mujer Hombre Prefiere no decirlo	Encuesta cerrada
Nivel educativo	Grado máximo de instrucción o formación académica alcanzada por una persona	Primario Secundario Terciario Universitario Posgrado	Encuesta cerrada
Situación económica	Condición financiera de una persona o grupo familiar, determinada por el ingreso mensual o anual, y su capacidad para cubrir las necesidades básicas, tomando como referencia el valor de la canasta básica que decide INDEC.	Ingreso mensual menor a la canasta básica de alimentos Ingreso mensual mayor a la canasta básica de alimentos Ingreso mensual igual a la canasta básica de alimentos No recibe ingresos	Encuesta cerrada

Responsable de realizar las compras del hogar	Persona encargada de realizar las compras de alimentos y bebidas para su hogar	Si No Algunas veces	Encuesta cerrada
Frecuencia de consumo de lácteos: leche, yogur, queso untable, queso fresco, quesos duros, dulce de leche, manteca.	Cantidad de veces que una persona consume lácteos	1 vez por semana 2 veces por semana 3 veces por semana Todos los días No consume	Encuesta cerrada
Importancia del consumo de lácteos	Opinión sobre la importancia del consumo de lácteos en la alimentación personal diaria.	Si No No sabe	Encuesta cerrada
Conocimiento sobre los sellos frontales en productos lácteos	Grado de conocimiento sobre la presencia de sellos frontales en productos lácteos	Si No No le había prestado atención	Encuesta cerrada
Modificación de compra de productos lácteos por sellos frontales	Cambios en la compra de productos lácteos desde la implementación de sellos frontales	Si No	Encuesta cerrada
Sello frontal que influye en la decisión	Identifica los sellos frontales de	Exceso de grasas saturadas	Encuesta cerrada

<p>de no comprar productos lácteos</p>	<p>advertencia en productos lácteos (leche y derivados) que podrían influir en la decisión del consumidor de dejar de comprarlos</p>	<p>Exceso de grasas totales Exceso de azúcares Exceso de sodio Exceso de calorías Contiene edulcorantes</p>	
<p>Decisión de compra de lácteos (yogur, queso untable, queso fresco, quesos duros, dulce de leche y manteca) en función del sello frontal</p>	<p>Describe cómo la presencia de sellos frontales en productos lácteos influye en el compartimiento de compra del consumidor</p>	<p>Ahora busca una marca que no tenga un sello frontal</p> <p>Lo compró con menos frecuencia que antes desde que tienen sello frontal</p> <p>Lo dejó de comprar desde que tiene el sello frontal</p> <p>Lo sigue comprando aunque tenga el sello frontal</p>	<p>Encuesta cerrada</p>

		No consume este producto ni similares	
Frecuencia de lectura de etiquetas nutricionales	Frecuencia con la que se consulta la información nutricional de los productos antes de la compra	Siempre Frecuentemente A veces Rara vez Nunca	Encuesta cerrada
Impacto de los sellos frontales	Sensación que provoca la presencia de sellos frontales en productos alimenticios.	Advertencia Información Rechazo Confusión No le causa ninguna sensación Otros.	Encuesta cerrada
Motivo principal de compra de lácteos	Razón principal que motiva la compra de productos lácteos.	Elegir el más barato Elegir el de mejor calidad nutricional Elegir el de la marca más conocida Elegir el que no tenga sello frontal Otros motivos	Encuesta cerrada

<p>Cambio en hábitos de consumo de lácteos</p>	<p>Modificación en el consumo de productos lácteos desde la implementación de los sellos frontales</p>	<p>Si, totalmente Si, pero de forma moderada No han variado No podría reconocer si han cambiado o no</p>	<p>Encuesta cerrada</p>
<p>Opinión sobre la utilidad de los sellos frontales</p>	<p>Percepción sobre la utilidad de los sellos frontales para mejorar la salud alimentaria de los consumidores.</p>	<p>Ayuda a mejorar la salud general de los consumidores</p> <p>Colabora en la prevención de enfermedades</p> <p>Ayuda a fomentar hábitos alimenticios más saludables</p> <p>Ayuda a reducir el riesgo de obesidad</p> <p>No considera que sean una herramienta útil</p>	<p>Encuesta cerrada</p>
<p>Percepción sobre la claridad y</p>	<p>Opinión del encuestado sobre si considera que la</p>	<p>Si No A veces</p>	<p>Encuesta cerrada</p>

comprensibilidad del sello frontal	información presentada en los sellos frontales es clara y comprensible.		
Forma preferida de recibir información sobre los sellos frontales	Preferencia del encuestado respecto al medio por el cual le gustaría recibir información adicional sobre los sellos frontales en productos.	Con qr. en el producto Con qr. en un folleto Por folletos informativos Con publicidad Por medio de redes sociales No esta interesado en recibir este tipo de información	Encuesta cerrada

Tratamiento estadístico propuesto:

Se realizó un análisis de datos a través de tablas de contingencia en Excel y se presentan en gráficos para una mejor apreciación. Se calcularon las frecuencias absolutas, porcentajes y promedio del consumo de lácteos de la canasta básica total (leche, yogur, quesos, manteca, etc.).

Procedimientos para la recolección de información, instrumentos a utilizar y métodos para el control de calidad de los datos

Para la recolección de datos, se utilizó un cuestionario en línea, cerrado y anónimo. Además, para garantizar aspectos éticos en la investigación con sujetos humanos, se aplicaron los principios del consentimiento informado.

A los participantes se les otorgó la información pertinente en cuanto a los objetivos del trabajo.

Se les informó además, que los resultados del estudio serían de carácter estrictamente confidencial, y la participación en esta encuesta es absolutamente libre, anónima y de forma voluntaria.

RESULTADOS

A continuación, se presentan los resultados obtenidos de las encuestas realizadas con modalidad online a través de la plataforma “google forms”. La misma fue realizada en distintas regiones de Argentina en diferentes días y horarios, para garantizar una muestra heterogénea.

La muestra estuvo compuesta por 306 personas.

Edad: En cuanto a la edad un 13,4% tiene entre 18 y 25 años; un 26,8% tiene entre 26 y 35 años; un 39,2% tiene entre 36 y 45 años, un 14,1% tiene entre 46 y 55 años, mientras que el resto tiene más de 56 años (Figura 9).

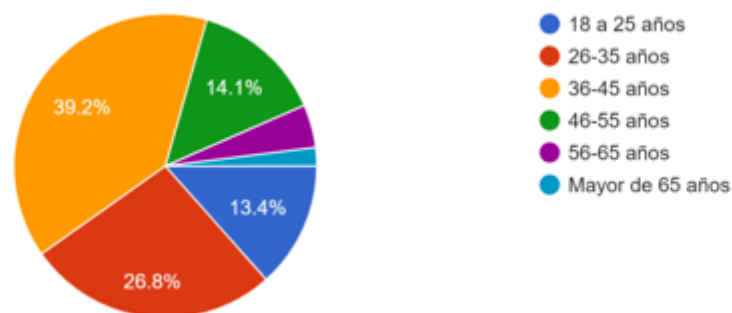


Figura 9. Edad

Sexo: Como se puede ver en la figura 10, el 73,2% era de sexo femenino, mientras que un 26,5% era de sexo masculino y 0,3% prefiere no especificarlo.

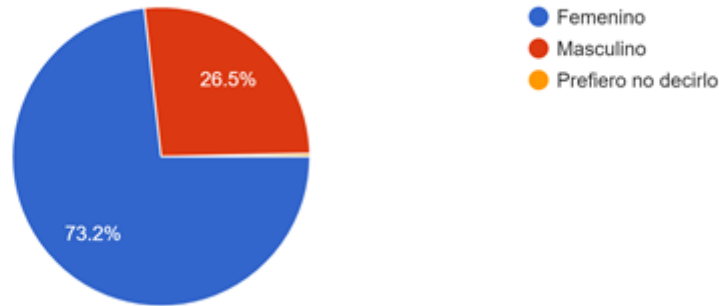


Figura 10. Sexo

Nivel educativo (máximo alcanzado): Un 40,8% de la muestra refirió tener el terciario o universitario completo; mientras que un 32,4% lo tiene incompleto. Un 15,7% dijo tener un posgrado, y un 8,5% el secundario completo. El resto cuenta con secundario o primario incompleto (figura 11).

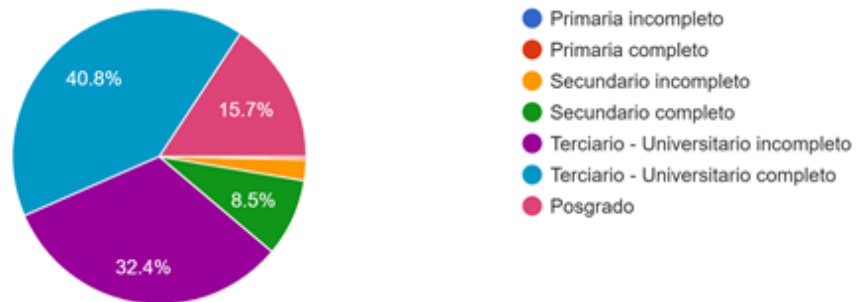


Figura 11. Nivel educativo

Situación económica (según canasta básica alimentaria): Se consideró el valor de la canasta básica total de alimentos según el INDEC para el periodo de agosto de 2024, que fue de \$900.647. La muestra reveló que el 55,2% tenía un ingreso mensual superior a la canasta básica, un 29,4% indicó tener un ingreso mensual menor al valor de la canasta básica total de alimentos, 10% señaló tener un ingreso mensual igual al valor de la canasta básica y por último, 4,9% de los encuestados indicó no recibir ingresos (figura 12).

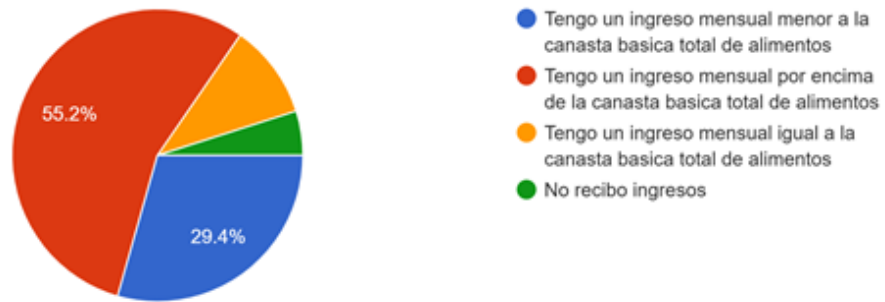


Figura 12. Situación económica.

Responsable de la compra de alimentos: Según la figura 13, el 74.2% se encarga de realizar las compras para el hogar y el 21.2% algunas veces.

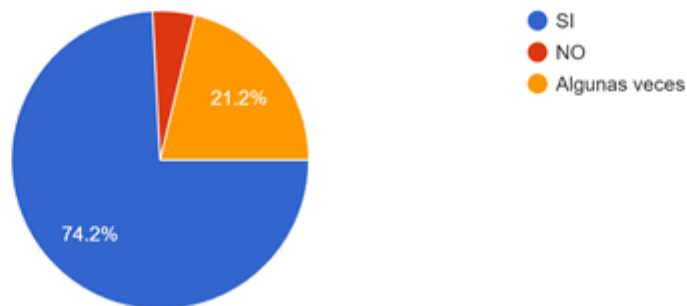


Figura 13. Encargado de compras

Hábitos de consumo lácteos y preferencias respecto del uso de etiquetado en alimentos.

Dentro de los productos lácteos de la canasta básica de alimentos, se consultó por leche, yogur, queso untable, quesos duros, quesos frescos, manteca y dulce de leche. Los resultados obtenidos fueron los siguientes:

La manteca y el yogur resultaron ser los productos lácteos de menor consumo, según lo indican la figura 17 y la figura 14, seguidos por el dulce de leche (figura 19). En cuanto al yogur, se observó que el 31,4% de los encuestados continúa comprándolo a pesar de la presencia de sellos frontales (figura 15).

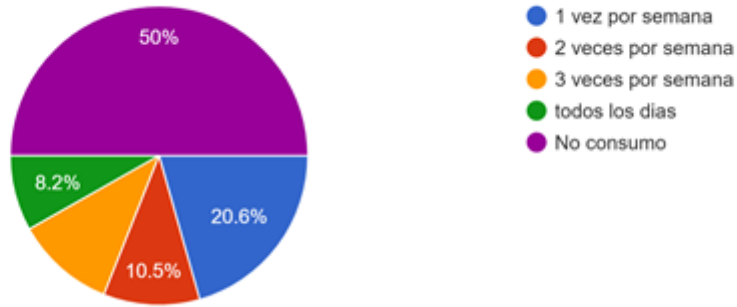


Figura 14. Frecuencia consumo de yogur

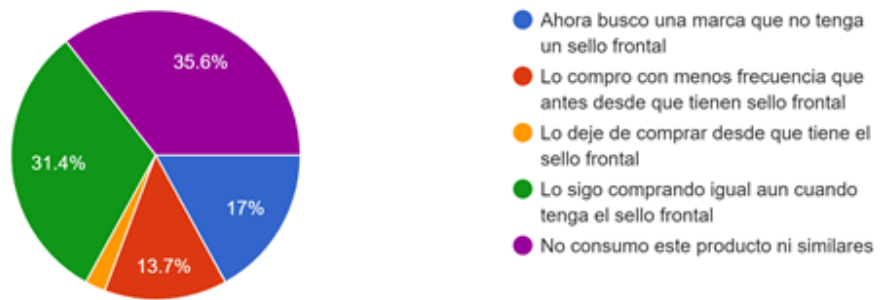


Figura 15. Yogurt

De la manteca el 45.1% de los encuestados la sigue comprando igual aunque tenga los sellos frontales (figura 16).



Figura 16. Elección de compra de manteca según sellos frontales.

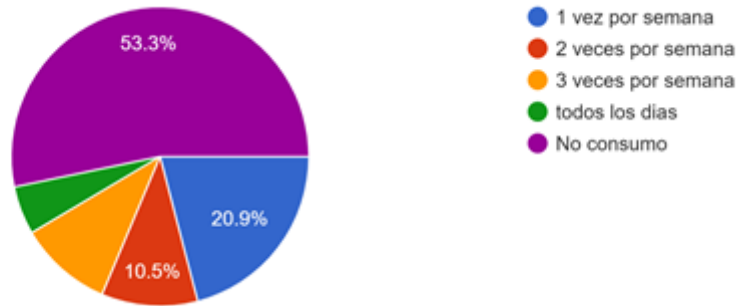


Figura 17. Frecuencia de consumo de manteca

Para el dulce de leche sucede un fenómeno similar: el 55.2% lo sigue comprando, aunque tenga sellos frontales (figura 18).

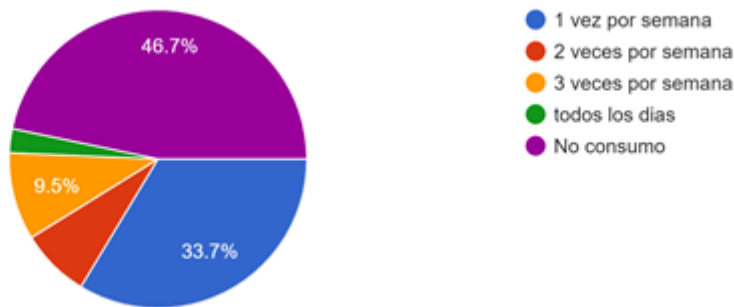


Figura 18. Frecuencia de consumo de dulce de leche



Figura 19. Elección de compra de dulce de leche según sellos frontales

El 38.9% de los encuestados afirma que consume algún tipo de leche todos los días siendo el lácteo más consumido de la muestra (figura 20). La leche no tiene sellos frontales por lo que no se incluyó en el cuestionario.

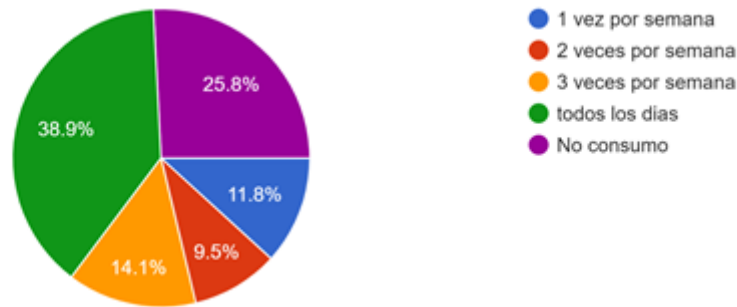


Figura 20. Frecuencia de consumo de Leche

En cuanto a los quesos, el 31.4% no consume queso untado, mientras que el 21.9% lo consume todos los días (figura 21). Se observa que la presencia de sellos no es un impedimento para su compra ya que el 47.1% lo sigue comprando (figura 22).

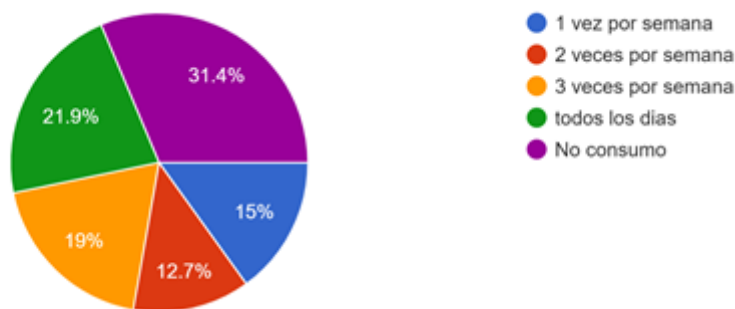


Figura 21. Frecuencia de consumo de queso untado



Figura 22. Elección de compra de queso untado según sellos frontales

Con respecto a los quesos frescos- blandos, el 35.9% lo consume 3 veces por semana y el 22.2% lo consume todos los días (figura 23). El 64.7% lo sigue comprando, aunque tenga los sellos frontales (figura 24) y por último, dentro de los quesos duros, el 35.6% los consume 1 vez por semana y el 22.5% los consume 2 veces por semana (figura 25). Se observa que el 55.2% lo sigue comprando, aunque tenga sellos frontales (figura 26).

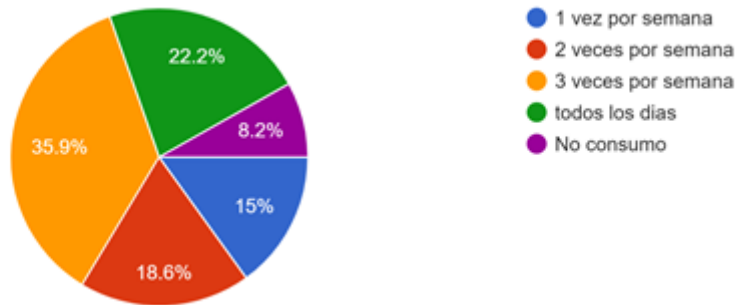


Figura 23. Frecuencia de consumo de queso fresco

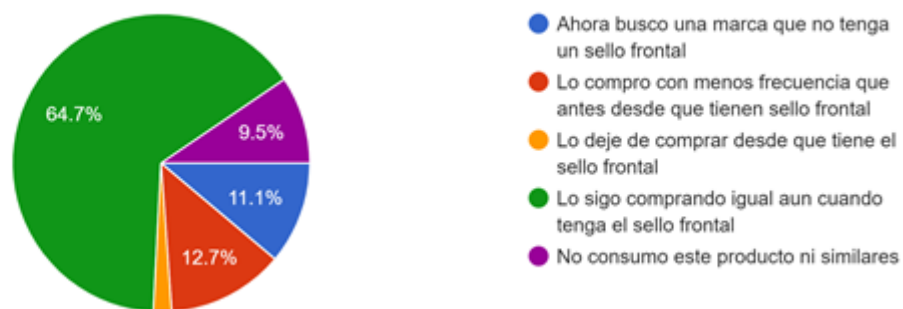


Figura 24. Elección de compra de quesos blandos según sellos frontales

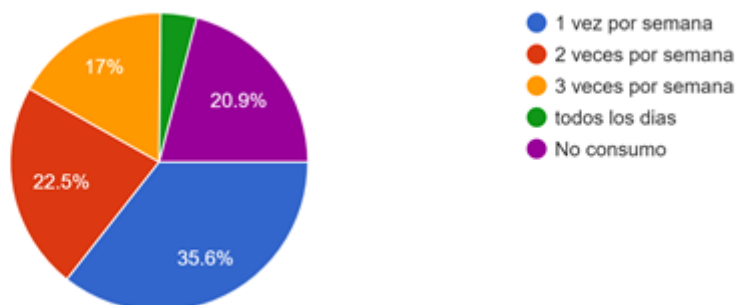


Figura 25. Frecuencia de consumo: Quesos duros



Figura 26. Elección de compra de quesos duros según sellos frontales.

Cuando se les consultó cual es el principal motivo a la hora de comprar un producto lácteo, el 36.6% aduce que es por la calidad nutricional de los alimentos y casi el mismo porcentaje (30.1%) lo hace porque es de su agrado. (figura 27)

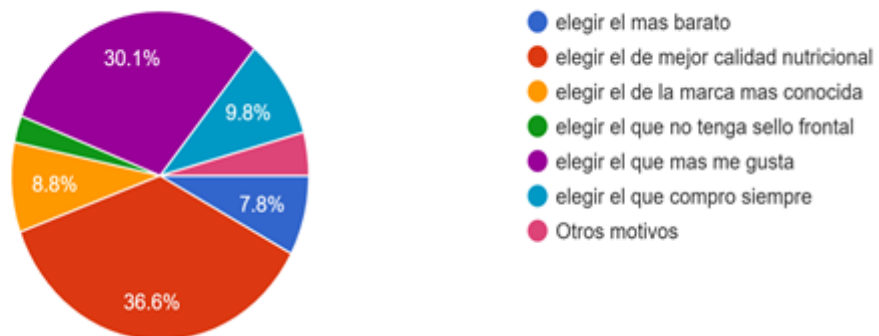


Figura 27. Motivo de compra de lácteos

Cuando se les consulto a los participantes si considera que el consumo de lácteos es importante el 75.8% respondió afirmativamente. (figura 28)

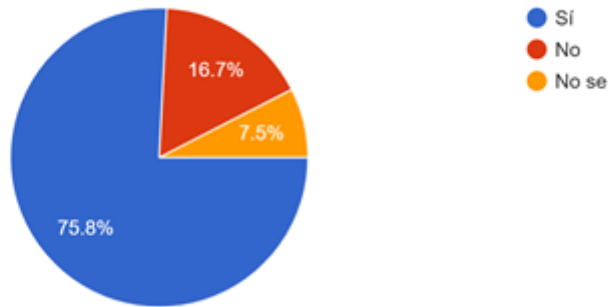


Figura 28. Importancia de consumo

Se les consulto a los participantes si sabían que los productos tenían sellos frontales. El 83.3% de los encuestados sabia de su presencia; el 4.6% la desconocía y el 12.1% no le había prestado atención a dicha información (figura 29).

El 74.2% de los encuestados sigue comprando productos lácteos aun con la presencia de los sellos frontales (figura 30).

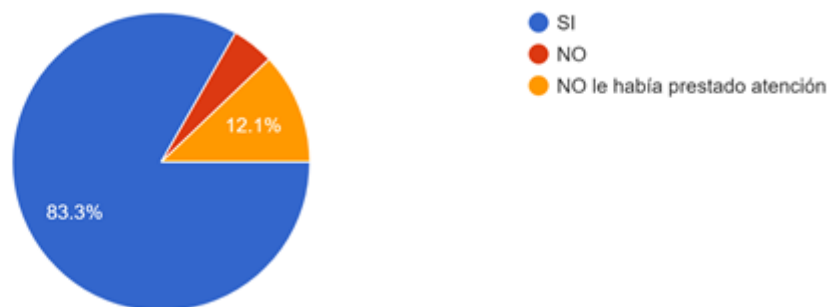


Figura 29. Conocimiento sobre la presencia de sellos frontales.

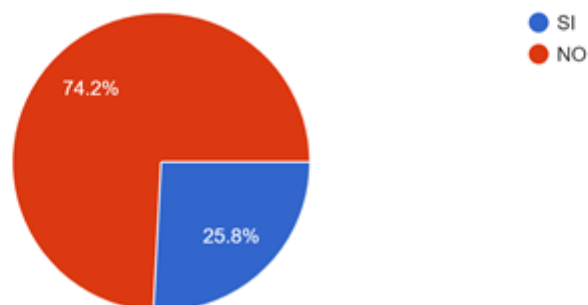


Figura 30. Decisión de compras.

El 25.8% de los encuestados dijo haber dejado de comprar algunos productos lácteos por la presencia de sellos frontales (figura 30). Los reemplazos por los

que optaron fueron variados y no se observó una tendencia marcada hacia un tipo de producto en particular: el 31.9% siguió comprando el mismo producto pero con menos sellos frontales; 27.7% lo reemplazó por otro producto diferente pero sin sellos; 21.3% compra el mismo producto pero sin sellos y por último, el 19.1% dejó de comprar el producto y tampoco lo reemplazó (figura 31).

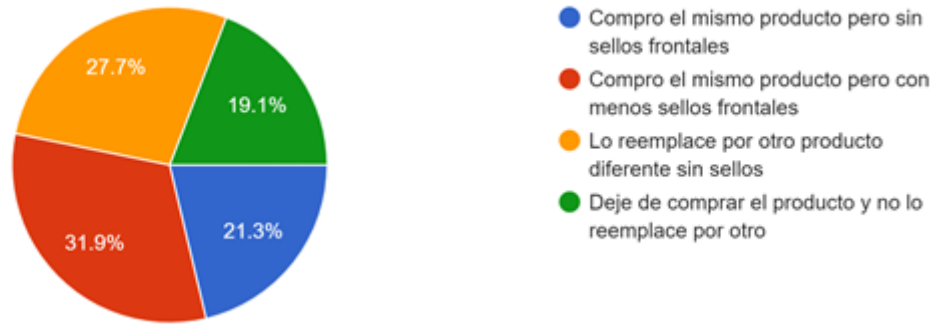


Figura 31. Reemplazo de productos

Frente a la pregunta sobre el sello al que más importancia le dan si tuvieran que reemplazar un producto, el principal fue el de “exceso en azúcares” (63.4%) le sigue “exceso en grasas saturadas” (55.6%) en tercer lugar la advertencia de “contiene edulcorantes” (42.8%), “exceso en sodio” (37.9%) y “exceso en grasas totales” (33%). Por ultimo y con similar porcentaje, “exceso en calorías” (20.3%) (figura 32).

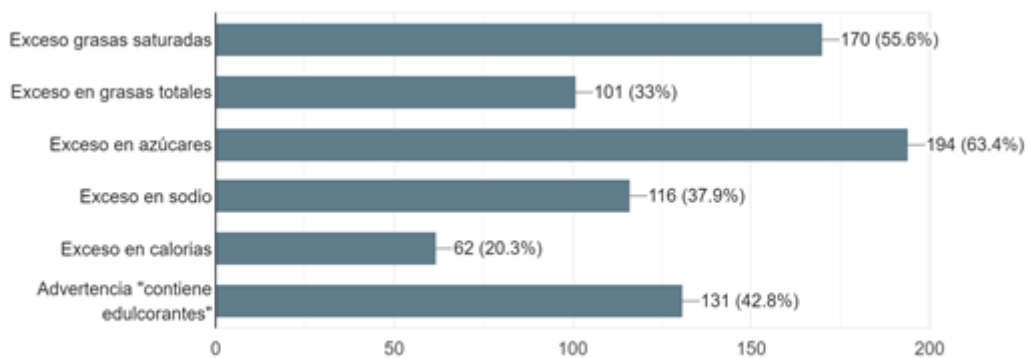


Figura 32. Sellos relevantes para el consumidor

Impacto en la decisión de compra del consumidor y preferencias en la compra basada en el etiquetado frontal.

Para el 41.5% de los encuestados los sellos frontales brindan información, mientras que el 35.9% lo toma como advertencia (figura 33).

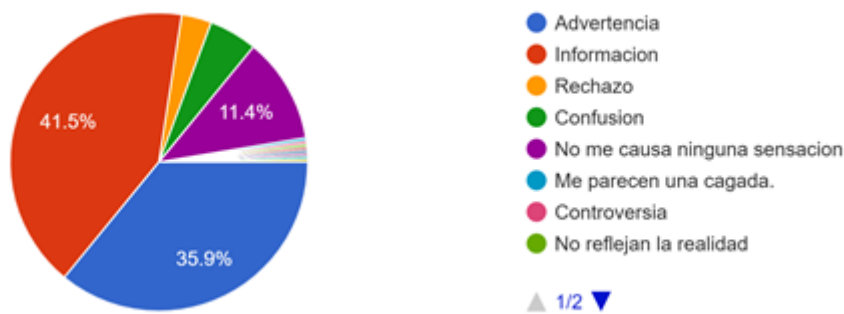


Figura 33. Sensaciones sobre los sellos

El 54.6% de los consumidores no ha modificado sus hábitos alimentarios por la presencia de sellos frontales y el 33% reconoce que cambiaron, pero de manera moderada (figura 34).

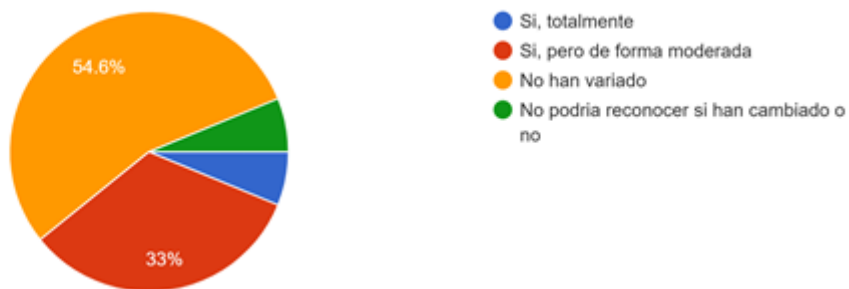


Figura 34. Cambios en el consumo de alimentos por la presencia de sellos frontales

Cuando se les consultó sobre la lectura del etiquetado nutricional, las respuestas fueron más heterogéneas: 22.9% lo lee frecuentemente, 21.9% rara vez, 20.9% lo lee siempre, el 20.9% lo lee rara vez y el 13.4% nunca lee la información nutricional del etiquetado. (figura 35).

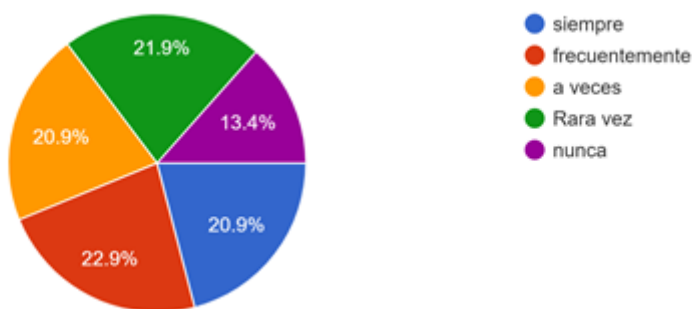


Figura 35. Etiquetado nutricional

Los sellos frontales brindan información clara y comprensible para el 54.9% de los encuestados, mientras que el 32% a veces la comprende y a veces no; mientras que el 13.1% considera que la información no es clara (figura 36).

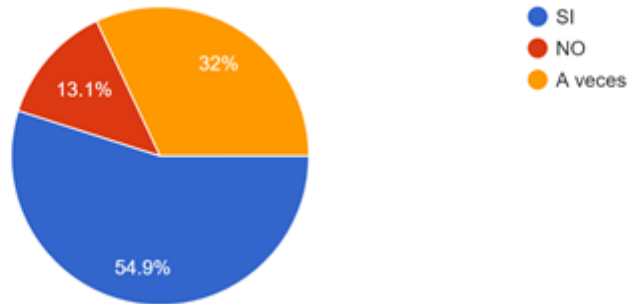


Figura 36. Información de sellos

Ante las eventuales ventajas de los sellos frontales, el 68.3% de los encuestados considera que estos ayudan a fomentar hábitos alimentarios más saludables (figura 37).

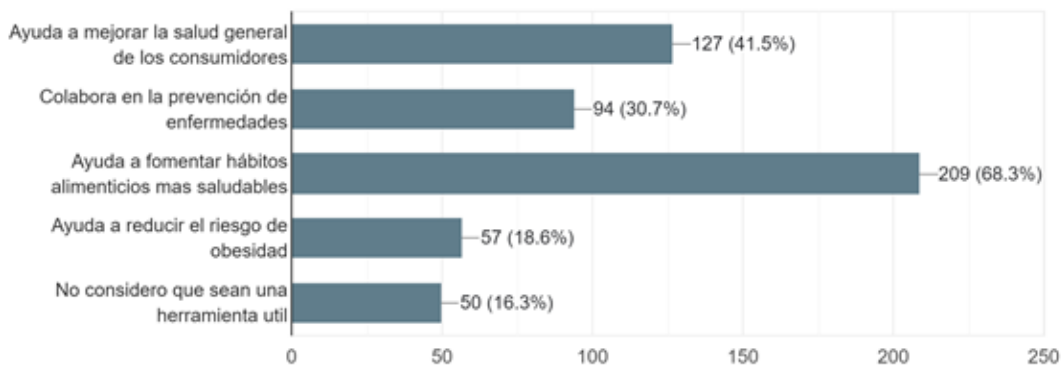


Figura 37. Ventajas del uso de sellos

Por último, al 45.4% le gustaría que la información sobre sellos frontales y etiquetado fuera por medio de un QR en los productos (figura 38).

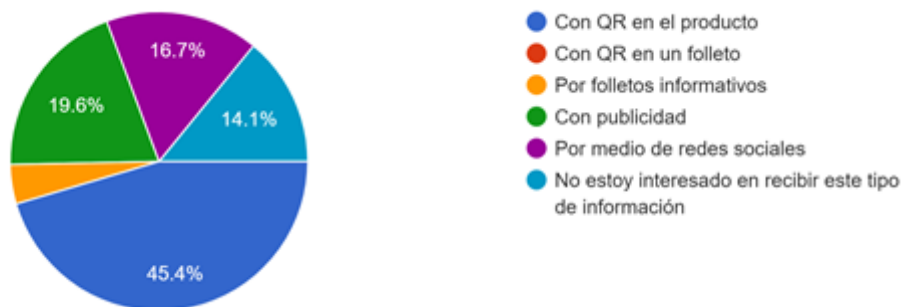


Figura 38. Formas de recibir información.

DISCUSIÓN

Con respecto a la importancia del etiquetado en la toma de decisiones de compra, el presente estudio reveló que un 68,3% de los encuestados considera que el uso de sellos frontales es una herramienta crucial para mejorar la alimentación de los consumidores, ya que fomenta hábitos alimenticios más saludables. Resultados similares se observaron en el trabajo titulado *“Impacto del etiquetado frontal en la elección de alimentos procesados y ultraprocesados”*, realizado por De La Cruz Canela y Rolls Villaud Micaela, durante el año 2023 en Concepción del Uruguay, Argentina¹. El mismo estudio mostró que el 61% de la población encuestada señaló que contar con un etiquetado más detallado, es de vital importancia para las decisiones de compra saludables de la población.

En relación con la modificación de los hábitos de compra luego de la implementación del etiquetado frontal, se observó que un 54,6% de los encuestados considera no haber cambiado sus hábitos de compra, mientras que un 33% lo ha hecho de manera moderada.

Un 14,4% mencionó que no ha modificado sus hábitos de compra o que no puede identificar si lo ha hecho, a pesar de la implementación de la medida. Un estudio similar, titulado *“Impacto del etiquetado frontal en la elección de compra de alimentos ultraprocesados destinados a niños/as en edad preescolar y escolar”*, realizado por Luarschi Sol, en el año 2022 en la ciudad de Rosario, Argentina², encontró que el 38,9% de los encuestados declaró no haber modificado sus hábitos de compra. Asimismo, el 35,2% afirmó que ha reducido la compra de productos con sellos frontales, mientras que el 25,9% informó haber aumentado la compra de frutas y verduras.

En cuanto a la reducción en el consumo de productos con sellos frontales, el presente estudio mostró que el 25,8% de los encuestados ha dejado de comprar algunos productos lácteos (leche, o sus derivados), desde que estos comenzaron a mostrar sellos frontales. Estos resultados son similares a los obtenidos en el estudio *“Evaluating the impact of Chile’s marketing regulation of unhealthy foods and beverages”*, realizado en Chile y publicado en *Public*

Health Nutrition en 2020³, que mostró una disminución en la compra de bebidas azucaradas y snacks altos en calorías tras la implementación del etiquetado frontal.

Finalmente, con respecto a los productos lácteos específicos, se destacó que el yogur es uno de los productos cuyos hábitos de compra más se han modificado. Un 51,2% de los encuestados que consumen yogur declaró haber dejado de comprarlos, y optar por marcas alternativas sin sellos; o haber reducido la frecuencia.

CONCLUSIÓN

Los resultados de las encuestas realizadas permiten concluir que la implementación del etiquetado frontal no ha causado modificaciones, en más de la mitad de los encuestados, en las decisiones de compra de productos lácteos de la canasta básica de alimentos en los consumidores de Argentina, que mantienen su patrón de consumo. A pesar de que una parte de los encuestados reporta un aumento en la conciencia respecto a la composición nutricional de los productos, muchos de ellos continúan comprando los mismos productos que antes de la implementación de la normativa. Esto sugiere que existen factores como el poder adquisitivo, las preferencias organolépticas, los hábitos de consumo o la influencia de la publicidad o marketing de los alimentos, que siguen siendo los principales determinantes en la decisión de compra, superando el efecto potencial del etiquetado frontal.

A partir de los datos obtenidos en el presente estudio, se concluye que la implementación del sistema de etiquetado frontal en Argentina no ha producido modificaciones significativas en las preferencias ni en los hábitos de consumo de los productos lácteos de la canasta básica de alimentos, por parte de los consumidores. Aunque el objetivo del etiquetado frontal es proporcionar información clara al consumidor, para fomentar elecciones de compra más saludables, los resultados evidencian que esta estrategia por sí sola, no es suficiente para inducir cambios estructurales en los comportamientos de compra de la población respecto al consumo de lácteos de la canasta básica. Esto sugiere que, para lograr una modificación efectiva de los patrones de consumo, es menester abordar en forma conjunta, otros factores determinantes.

Los resultados del presente estudio permiten concluir que los consumidores son, en general, conscientes de la implementación del sistema de etiquetado frontal en los productos lácteos de la canasta básica. La mayoría percibe que esta herramienta brinda información clara y comprensible, destacando su potencial para promover hábitos alimentarios saludables en la población. Asimismo, los encuestados interpretan al etiquetado frontal no solo como una

fuentes de información nutricional relevante, sino también como un sistema de advertencias que facilita la toma de decisiones de compra mejor informadas. Los resultados del presente estudio también revelan que, si bien los consumidores valoran la claridad del actual sistema de información, la mayor parte de los encuestados exigen medios complementarios de información, a través del uso de códigos QR o afines, con información nutricional más detallada y personalizada mediante el uso de estos recursos digitales, ampliando y profundizando el alcance del sistema de etiquetado, facilitando aún más las decisiones de compra.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. De La Cruz, Canela. Rolls Villaud, Micaela. Impacto del etiquetado frontal en la elección de alimentos procesados y ultraprocesados. Buenos Aires, 2023. Disponible en: <http://repositorio.ucu.edu.ar/xmlui/handle/522/635>.
2. Ver
3. Dillman Carpentier FR, Correa T, Reyes M, Taillie LS. Evaluating the impact of Chile's marketing regulation of unhealthy foods and beverages: pre-school and adolescent children's changes in exposure to food advertising on television. Public Health Nutr. 2020 Mar;23(4):747-755. doi: 10.1017/S1368980019003355. Epub 2019 Dec 11. PMID: 31822317; PMCID: PMC7060093.
4. INDEC (instituto nacional de estadísticas y censos de argentina). Canasta básica alimentaria, Canasta básica total: preguntas frecuentes. Buenos aires; junio de 2020. Disponible en: https://www.indec.gob.ar/ftp/cuadros/sociedad/preguntas_frecuentes_cba_cbt.pdf se accedió el [24/04/2024].
5. CLACSO (Consejo latinoamericano de Ciencias Sociales). Pobreza, un glosario internacional. Buenos aires, agosto 2009. Disponible en: <https://biblioteca-repositorio.clacso.edu.ar/bitstream/CLACSO/13083/1/glosario.pdf> Consultado [24/04/2024].
6. Sergio Britos. Elaboración de las canastas basicas de alimentos de seis regiones de argentina. Argentina 2009. Disponible en: https://cesni-biblioteca.org/archivos/117-canastas_basicas_de_alimentos_de_argentina.pdf Consultado [20/04/2024].
7. Larrainzar, MM.. Diferencias de costo, alimentarias, nutricionales entre las canastas básicas de alimentos de los países que integran el MERCOSUR en 2023 Licenciatura en Nutrición. Universidad ISALUD. Buenos Aires; 2023 Disponible en: <http://repositorio.isalud.edu.ar/xmlui/bitstream/handle/123456789/564/TFN363.83%20L323.pdf?sequence=1&isAllowed=y> Consultado [20/04/2024].
8. Ministerio de Salud y Desarrollo Social de Argentina. 2º Encuesta Nacional de Nutrición Salud. Buenos Aires, 2019. Disponible: <https://cesni-biblioteca.org/2-encuesta-nacional-de-nutricion-y-salud-ennys-2-resumen-ejecutivo/>
9. Organización Panamericana de la Salud (OPS). Jornada sobre etiquetado frontal advertencias en Argentina. Aporte de la experiencia y la evidencia internacional. Argentina 2021. Disponible en <https://www.paho.org/es/documentos/documento-resumen-ejecutivo-jornada-legislacion-sobre-etiquetado-frontal-advertencias> Consultado [19/04/2024].
10. Secretaria de Industria y Desarrollo productivo. Ley 27.642 de Promoción de la Alimentación Saludable. Argentina; agosto 2022. Disponible en: https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/2021/03/35_-_ley_de_promocion_de_alimentacion_saludable_-_arg_productiva.pdf Consultado [04/04/2024]

11. Ministerio de Salud de la República Argentina. Ley de Promoción de la Alimentación Saludable. <https://www.argentina.gob.ar/salud/ley-de-promocion-de-la-alimentacion-saludable#:~:text=Porque%20ayuda%20a%20la%20poblaci%C3%B3n.persona%20elige%20comprar%20y%20consumir> Consultado [29 de abril de 2024]
12. Organización Panamericana de la Salud (OPS). Modelo de perfil de nutrientes de la organización panamericana de salud. Washington, DC. 2016. Disponible en: https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/18622/9789275318737_spa.pdf?sequence=9&isAllowed=y Consultado [25/03/2024].
13. Poder Ejecutivo Nacional. Código Alimentario Argentino. Buenos Aires, julio 1969. Disponible: <https://www.argentina.gob.ar/normativa/nacional/ley-18284-21841/texto>.
14. ANMAT (Administración Nacional de Medicamentos, Alimentos y Tecnología Médica). Manual de Aplicación Rotulado Nutricional Frontal: Aplicación de la Ley N°27642 y el Decreto N°151/22. Disponible en: https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/anmat_manual_rotulado_nutricional_frontal.pdf Consultado [29/04/2024].
15. La Serenísima. ¿Sabes qué estás comiendo? <https://www.laserenisima.com.ar/sabes-que-estas-comiendo.php#sellos> Consultado [29/04/2024].
16. Resolución Conjunta SPRyRS N° 33/2006 y SAGPyA N° 563/2006. Capítulo VIII: Lácteos, Código Alimentario Argentino, abril de 2023, Artículo 553. Disponible en: <https://www.argentina.gob.ar/anmat/codigoalimentario>
17. Resolución Conjunta SPRyRS N° 33/2006 y SAGPyA N° 563/2006. Capítulo VIII: Lácteos, Código Alimentario Argentino, abril de 2023. Disponible en: https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/capitulo_viii_lacteosactualiz_2023-04.pdf
18. Ortega RM, Jiménez Ortega AI, Perea Sánchez JM, Cuadrado Soto E, Aparicio Vizueté A, López-Sobaler AM. Nutritional value of dairy products and recommended daily consumption. Nutr Hosp. 2019 Aug 27;36(Spec No3):25-29. doi: 10.20960/nh.02803. PMID: 31368335. [Article in Spanish] Disponible en: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/31368335/>
19. Zurita B. Libro Blanco De Los Lácteos. 2015;110. Disponible en: <https://es.scribd.com/document/367434255/Libro-Blanco-Lacteos>
20. Lípidos en los lácteos. 18 de junio de 2022. Disponible en: <https://fenil.org/lipidos-en-los-lacteos/>
21. Valenzuela B R, Fuentes B C, Avilés A H, Koch V R. Lácteos, Nutrición y Salud. Primera edición. Chile: Corporación Consorcio Lechero; 2020. Disponible en: https://www.laserenisima.com.ar/20210603/Libro_LacteosNutricionysalud.pdf
22. Bartolome sonet Serra. Libro Blanco De Los Lácteos. 2015;110. <https://es.scribd.com/document/367434255/Libro-Blanco-Lacteos>
23. Los lácteos se consumen menos de lo recomendado por los argentinos. Clarín, 31 de mayo de 2022. Actualizado al 10 de junio de 2022. Disponible en: https://www.clarin.com/sociedad/dato-preocupante-lacteos-consumen-argentinos_0_csaH17ixqU.html

24. Kantar. Impacto social e inflación: El mercado lácteo en América Latina. Disponible en: <https://www.kantar.com/latin-america/inspiracion/consumidor/latam-wp-2023-impacto-social-inflacion-lacteos>
25. Zapata, María Elisa La alimentación en la Argentina: una mirada desde distintas aproximaciones : CAPA II : Consumo aparente de alimentos y nutrientes a nivel hogar / María Elisa Zapata ; Alicia Roviroso. - 1a ed. - Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Centro de Estudios sobre Nutrición Infantil - CESNI, 2021. Libro digital, PDF
26. chrome-extension://efaidnbnmnnibpcajpcglclefindmkaj/<https://observatorio.cesni-biblioteca.org/wp-content/uploads/2018/09/IN49CA.pdf>
27. KOTLER, PHILIP Y KELLER, KEVIN Dirección de Marketing Decimocuarta edición PEARSON EDUCACIÓN, México, 2012.
28. Zapata, María Elisa La mesa Argentina en las últimas dos décadas: cambios en el patrón de consumo de alimentos y nutrientes 1996-2013 / María Elisa Zapata ; Alicia Roviroso ; Esteban Carmuega. - 1a ed. - Ciudad Autónoma de Buenos Aires : Centro de Estudios sobre Nutrición Infantil - CESNI, 2016

ANEXOS

ANEXO N° 1

Denominación	yogur con crema con preparado de miel	
Contenido Neto	100 g	
Envase	pote sin inscripciones (4,3 cm de alto) y tapa rectangular (8.7 cm x 5 cm); la información de rotulado se consigna en la tapa.	
Ingredientes	Leche descremada y/o leche descremada reconstituida, preparado de miel (jarabe de azúcar, agua, almidón modificado, miel, CONS: Sorbato de Potasio (INS 202)), crema de leche, leche descremada en polvo, almidón modificado, fermentos lácteos.	
Información nutricional	Porción	100 g
	Valor Energético	134 kcal
	Azúcares totales	15 g
	Azúcares añadidos	11 g
	Grasas totales	6,7 g
	Grasas Saturadas	4,0 g
	Sodio	53 mg
Análisis	El producto está formulado por la combinación de varios ingredientes y tiene agregado de nutrientes críticos, entre ellos se extrae de su composición:	
	Agregado de Azúcar	jarabe de azúcar y miel provenientes del preparado.
	Agregado de Grasa	crema de leche.
Cálculo del perfil de Nutrientes	De acuerdo a los criterios establecidos, se trata de un alimento que se encuentra alcanzado, por lo que aplica la evaluación del perfil de nutrientes.	
	$Azúcares\ añadidos \times 4 \times 100 \div Calorías = (\%)$	$11 \times 4 \times 100 \div 134 = \mathbf{32,8\%}$
	$Grasa\ totales \times 9 \times 100 \div Calorías = (\%)$.	$6,7 \times 9 \times 100 \div 134 = \mathbf{45\%}$
	$Grasas\ saturadas \times 9 \times 100 \div Calorías = (\%)$	$4 \times 9 \times 100 \div 134 = \mathbf{26,9\%}$
	$Sodio \div Calorías = (mg/kcal)$ $Sodio \times 100 \div Porción = (mg/100g)$	$53 \div 134 = 0,4\ mg/Kcal$ $53 \times 100 \div 100 = 53\ mg/100g$
	$Calorías \times 100 \div Porción$	$134 \times 100 \div 100 = 134\ kcal/100g$

ANEXO N° 2

ENCUESTA FORMULARIO ON-LINE

Análisis Cualitativo de los lácteos en la Canasta Básica de Alimentos y su relación con los sellos frontales.

Si sos argentina/o mayor de 18 años, te invitamos a participar de una encuesta online para la realización de nuestro Trabajo Final de Grado, que tiene como objetivo conocer el impacto de la implementación de los sellos frontales en la decisiones de consumo de lácteos de la canasta básica de alimentos de Argentina.

Entendiendo por lácteos a la leche y sus derivados.

La encuesta es anónima y voluntaria y está dirigida a personas residentes en Argentina y que participen de las compras del hogar, y tiene una duración de aproximadamente 10 minutos.

Al hacer clic en "Acepto" estarás dando tu consentimiento de participación.

Agradecemos de antemano por tu tiempo.

* Indica que la pregunta es obligatoria

DATOS DEMOGRAFICOS

Edad*

18 a 25 años

26-35 años

36-45 años

46-55 años

56-65 años

Mayor de 65 años

Genero*

Femenino

Masculino

Prefiero no decirlo

Nivel Educativo (marcar el máximo nivel alcanzado)*

Primaria incompleto

Primaria completo

Secundario incompleto

Secundario completo

Terciario - Universitario incompleto

Terciario - Universitario completo

Posgrado

Como definiría su situación económica

(Valor de la canasta básica total de alimentos según INDEC para periodo agosto 2024:

\$900.647)

*

Tengo un ingreso mensual menor a la canasta básica total de alimentos

Tengo un ingreso mensual por encima de la canasta básica total de alimentos

Tengo un ingreso mensual igual a la canasta básica total de alimentos

No recibo ingresos

En general, usted se encarga de realizar las compras de alimentos y bebidas para su hogar*

SI

NO

Algunas veces

HABITOS DE CONSUMO DE LACTEOS

¿Con qué frecuencia consume leche (descremada / entera líquida o en polvo)?*

1 vez por semana

2 veces por semana

3 veces por semana

todos los días

No consumo

¿Con qué frecuencia consume Yogur?*

1 vez por semana

2 veces por semana

3 veces por semana

todos los días

No consumo

¿Con que frecuencia consume queso untable?*

1 vez por semana

2 veces por semana

3 veces por semana

todos los días

No consumo

¿Con qué frecuencia consume queso fresco?*

1 vez por semana

2 veces por semana

3 veces por semana

todos los días

No consumo

¿Con qué frecuencia consume quesos duros?*

1 vez por semana

2 veces por semana

3 veces por semana

todos los días

No consumo

¿Con qué frecuencia consume Dulce de leche?*

1 vez por semana

2 veces por semana

3 veces por semana

todos los días

No consumo

¿Con qué frecuencia consume manteca?*

1 vez por semana

2 veces por semana

3 veces por semana

todos los días

No consumo

¿Considera importante el consumo de lácteos (leche y derivados) para su alimentación?*

Sí

No

No se

¿Tenías conocimiento sobre la presencia de los sellos frontales en los productos lácteos (leche y derivados)?*

SI

NO

NO le había prestado atención

¿Has dejado de comprar algunos productos lácteos (leche y derivados) desde que tienen sellos frontales?*

SI

NO

Si la respuesta anterior fue SI, al producto que dejó de comprar ¿Lo reemplazó por otro?

Compro el mismo producto pero sin sellos frontales

Compro el mismo producto pero con menos sellos frontales

Lo reemplace por otro producto diferente sin sellos

Deje de comprar el producto y no lo reemplace por otro

Si dejo de comprar los productos lácteos (leche y derivados) o en el caso que tuviera que dejar de comprar esos productos por los sellos frontales ¿Cuál considera que es/son los sello/s frontal/es que priorizaría para NO efectuar la compra?*



Exceso grasas saturadas



Exceso en grasas totales



Exceso en azúcares



Exceso en sodio



Exceso en calorías



Advertencia "contiene edulcorantes"

ETIQUETADO NUTRICIONAL Y SELLOS FRONTALES

En relacion al siguiente producto: Yogur (foto alusiva, puede ser otra marca y/o otro tipo yogur)*



Ahora busco una marca que no tenga un sello frontal

Lo compro con menos frecuencia que antes desde que tienen sello frontal

Lo deje de comprar desde que tiene el sello frontal

Lo sigo comprando igual aun cuando tenga el sello frontal

No consumo este producto ni similares

En relacion al producto: dulce de leche

(foto alusiva puede ser otra marca)

*



Ahora busco una marca que no tenga un sello frontal
Lo compro con menos frecuencia que antes desde que tienen sello frontal
Lo deje de comprar desde que tiene el sello frontal
Lo sigo comprando igual aun cuando tenga el sello frontal
No consumo este producto ni similares
En relacion al producto: queso untable
(foto alusiva, puede ser otra marca)

*



Ahora busco una marca que no tenga un sello frontal
Lo compro con menos frecuencia que antes desde que tienen sello frontal
Lo deje de comprar desde que tiene el sello frontal
Lo sigo comprando igual aun cuando tenga el sello frontal
No consumo este producto ni similares
En relacion a este producto: quesos duros.
(foto alusiva, hace referencia a todos los quesos duros: tipo parmesano, reggianito, gruyere)

*



Ahora busco una marca que no tenga un sello frontal
Lo compro con menos frecuencia que antes desde que tienen sello frontal
Lo deje de comprar desde que tiene el sello frontal
Lo sigo comprando igual aun cuando tenga el sello frontal
No consumo este producto ni similares
En relacion a este producto: quesos blandos.
(foto alusiva, hace referencia a todos los quesos blandos: tipo tybo, cremoso, port salut, mozzarella).

*



Ahora busco una marca que no tenga un sello frontal
Lo compro con menos frecuencia que antes desde que tienen sello frontal
Lo deje de comprar desde que tiene el sello frontal
Lo sigo comprando igual aun cuando tenga el sello frontal
No consumo este producto ni similares
En relacion a este producto: manteca.
(foto alusiva, puede ser otra marca)

*



Manteca

200 g

Ahora busco una marca que no tenga un sello frontal

Lo compro con menos frecuencia que antes desde que tienen sello frontal

Lo deje de comprar desde que tiene el sello frontal

Lo sigo comprando igual aun cuando tenga el sello frontal

No consumo este producto ni similares

Sueles leer el etiquetado nutricional de los productos antes de comprarlos*

INFORMACIÓN NUTRICIONAL			
Porción 200 ml (1vaso)			
	Por 100 ml	Por porción	%VD (*)
Valor energético	59 kcal=247 kJ	117 kcal = 490kJ	6
Carbohidratos de los cuales:	4,8 g	9,6 g	3
Azúcares totales (**)	4,8 g	9,6 g	-
Proteínas	3,1 g	6,1 g	8
Grasas totales	3,0 g	6,0 g	11
Grasas saturadas	1,9 g	3,8 g	17
Grasas trans	0 g	0 g	-
Fibra Alimentaria	0 g	0 g	0
Calcio	115 mg	230 mg	23
Sodio	78 mg	156 mg	6
Vitamina A	75 µg	150 µg	25
Vitamina D	0,65 µg	1,3 µg	26

(*) % Valores Diarios con base a una dieta de 2.000 kcal u 8.400 kJ. Sus valores diarios pueden ser mayores o menores dependiendo de sus necesidades energéticas. (**) Los azúcares presentes en el producto son propios de la leche.

siempre

frecuentemente

a veces

Rara vez

nunca

¿Qué sensación le genera la presencia de un sello frontal en algunos productos?*

Advertencia

Información

Rechazo

Confusión

No me causa ninguna sensación

Otros:



IMPACTO DE LOS SELLOS FRONTALES EN LA DECISION DE COMPRA

Cuál es el principal motivo a la hora de comprar un producto lácteo*

elegir el más barato

elegir el de mejor calidad nutricional

elegir el de la marca más conocida

elegir el que no tenga sello frontal

elegir el que más me gusta

elegir el que compro siempre

Otros motivos

Considera que sus hábitos en el consumo de productos lácteos (leche y derivados) han cambiado desde la implementación de los sellos frontales*

Si, totalmente

Si, pero de forma moderada

No han variado

No podría reconocer si han cambiado o no

Que ventaja/ s encuentra al uso de los sellos frontales para mejorar la alimentación de los consumidores. (puede marcar más de una)*

Ayuda a mejorar la salud general de los consumidores

Colabora en la prevención de enfermedades

Ayuda a fomentar hábitos alimenticios más saludables

Ayuda a reducir el riesgo de obesidad

No considero que sean una herramienta útil

¿Considera que la información que brinda el sello frontal es clara y comprensible cuando la ve?*

SI

NO

A veces

Como considera que es la forma que le gustaría recibir más información con respecto a los sellos frontales de los productos*

Con QR en el producto

Con QR en un folleto

Por folletos informativos

Con publicidad

Por medio de redes sociales

No estoy interesado en recibir este tipo de información