



Ley de Promoción de Alimentación Saludable: percepciones y experiencias de cuidadores de niños y niñas

Dirección editorial

Javier Quesada, Especialista en Desarrollo Infantil Temprano de UNICEF
Gabriela Lozano, Directora Institucional de FIC Argentina

Coordinación general

Veronica Risso Patron, Oficial de Salud y Nutrición de UNICEF
Luciana Castronuovo, Directora de Proyectos de FIC Argentina

Autoría

María Victoria Tiscornia, Luciana Castronuovo, Clara Trebucq, Mariel Rubin,
Florencia Cámara, Leila Guarnieri - Equipo de investigación de FIC Argentina

Revisión general y supervisión de contenidos

Camila Chidiak y Carolina Delgado - Equipo de comunicación de FIC Argentina

Diseño editorial

Valeria Goldsztein

© Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF) y FIC Argentina.

Ley de Promoción de Alimentación Saludable: percepciones y experiencias de cuidadores de niños y niñas, diciembre de 2023.

Primera edición

Diciembre de 2023

Se autoriza la reproducción total o parcial de los textos aquí publicados, siempre y cuando no sean alterados, se asignen los créditos correspondientes y no sean utilizados con fines comerciales.

Cita sugerida

UNICEF/FIC Argentina (2023). Ley de Promoción de Alimentación Saludable: percepciones y experiencias de cuidadores de niños y niñas, diciembre de 2023, UNICEF/FIC Argentina.

Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF)

www.unicef.org.ar

@UNICEFArgentina

Fundación Interamericana del Corazón Argentina (FIC Argentina)

www.ficargentina.org

@ficargentina



Índice

1. Introducción	5
2. Objetivo	7
3. Metodología	9
4. Resultados	11
Conocimiento y valoración de la Ley de Promoción de la Alimentación Saludable	12
Comprensión del etiquetado	19
Elección de alimentos: cambios a partir del etiquetado	21
Obstáculos y estrategias para comprar productos libres de sellos	26
5. Discusión de resultados y recomendaciones políticas	31
6. Bibliografía	35

1

Introducción



La doble carga de malnutrición caracterizada por la coexistencia de malnutrición por déficit (desnutrición y carencia de nutrientes) junto con malnutrición por exceso (sobrepeso, obesidad o enfermedades no transmisibles relacionadas con la dieta)(1) representa uno de los retos más importantes en Argentina. Diversos estudios recientes vinculan la doble carga de malnutrición con el patrón de consumo inadecuado, caracterizado por un alto consumo de ultraprocesados con contenido excesivo de grasas, sodio y azúcares y carentes de nutrientes esenciales (2,3). Este patrón de consumo se encuentra impulsado por el sistema alimentario y el entorno poco saludable (4).

Para dar respuesta a esta situación, en Argentina se ha aprobado la **Ley N° 27.642 de Promoción de la Alimentación Saludable (PAS)** (5), una medida clave para garantizar el derecho a la salud y a la alimentación adecuada de las infancias. La misma contempla no solo el etiquetado frontal de advertencias, sino también la prohibición de la publicidad dirigida a niños, niñas y adolescentes (NNyA) y de la oferta de productos alimenticios con nutrientes críticos en exceso en los entornos escolares. La Ley se reglamentó en marzo de 2022 y su primera etapa de implementación, correspondiente a los productos elaborados por grandes empresas entró en vigencia el 20 de agosto de 2022, mientras que la segunda etapa comenzó el 20 de febrero 2023 para los productos elaborados por las pequeñas y medianas empresas.

La efectividad de la política de etiquetado frontal encuentra su sustento teórico en el marco conceptual desarrollado por Grunert et al en el año 2010 donde se describen las etapas que deben cumplirse para que el etiquetado frontal logre el efecto deseado. En el marco teórico se señala, en primer lugar, que es necesario que los consumidores tengan conocimiento de su existencia y lo vean en los productos al momento de realizar las compras. Una vez que conocen el sistema y lo visualizan, deben entender la información que se intenta comunicar para poder utilizarla para tomar sus decisiones. Por último, se espera que genere cambios en la selección de alimentos, desmotivando la compra de productos con excesivo contenido de nutrientes críticos(6). Es por eso que evaluar la percepción y experiencias de los consumidores frente a la ley PAS, es sumamente relevante para comprender la influencia de una política integral en las etapas iniciales de su implementación, especialmente en NNyA.

Por lo tanto, el propósito de este estudio es analizar el conocimiento, la comprensión, las percepciones y los comportamientos de los cuidadores de niños y niñas asociados a la regulación de etiquetado frontal. Los hallazgos representan un insu- mo clave para evaluar los efectos iniciales de la ley y contribuir a que los gobiernos, nacional y provinciales, puedan tomar decisiones e impulsar medidas complementarias para fortalecer la implementación de la política actual.

2

Objetivos



Analizar el conocimiento, la comprensión, las percepciones y los comportamientos de los cuidadores de niños y niñas asociados a la regulación de etiquetado frontal.



3

Metodología



Diseño cualitativo

Se llevaron adelante 7 grupos focales durante el mes de junio 2023 con cuidadores de niños y niñas de hasta 13 años de diversos niveles socioeconómicos (NSE). El número de participantes no fue mayor a 10, ni menor a 6, tal como es recomendado por la literatura(7). Se realizó una muestra intencional a fines de reclutar cuidadores con características sociodemográficas diferentes.

Se diseñó una guía preliminar sobre la base de la revisión de la literatura y los objetivos de investigación. A fin de analizar la claridad, comprensión y pertinencia de las preguntas, se realizó un estudio piloto con un grupo focal con la población objetivo (cuidadores de niños y niñas de hasta 13 años de edad).

El contenido de los grupos focales fue grabado y transcripto *verbatim*. Los datos transcritos se analizaron junto con las notas de campo tomadas por el moderador y el asistente. Para analizar los datos se utilizó principalmente el análisis comparativo constante y el análisis temático. El software Atlas.ti 7.0.77 se utilizó para el análisis de los datos. Los códigos inductivos se desarrollaron durante el proceso de codificación para permitir conceptos emergentes, que luego fueron agrupados en dimensiones y categorías. La codificación fue desarrollada por una de las investigadoras y fue discutida con otras dos investigadoras del equipo con el propósito de analizar la consistencia y coherencia interna de los códigos y categorías generadas.

El estudio fue aprobado por el Comité de ética de investigación “Iniciativa y Reflexión Bioética (IRB)” (Código de registro: 7637).



4

Resultados



Se realizaron 7 grupos focales con padres y madres de niños y niñas de hasta 13 años de diferentes niveles socioeconómicos. Todos los participantes pertenecían a la zona del Área Metropolitana de Buenos Aires (AMBA). Se entrevistaron a un total de 50 padres y madres.

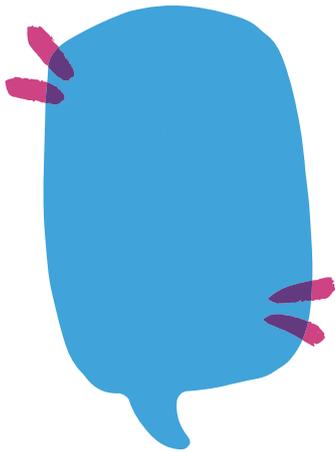
Conocimiento y valoración de la Ley de Promoción de la Alimentación Saludable

A. Regulación de sellos de advertencia

Todos los participantes de diferentes NSE están al tanto de la implementación de los sellos de advertencia porque se han encontrado con ellos al momento de hacer las compras. Asimismo, en los distintos grupos, algunos participantes afirman que habían tomado conocimiento de la ley antes de su implementación a través de medios de comunicación y redes sociales.

El haber percibido los sellos en su experiencia de compra no implica necesariamente un conocimiento completo de todos los componentes de la normativa. Se reconoce que los sellos son colocados en el marco de una ley que obliga a las empresas a presentar a este etiquetado, pero se desconocen otros aspectos regulados por la ley como la promoción de entornos escolares más saludables y la regulación de las técnicas de marketing dirigidas a niños, niñas y adolescentes (NNyA).

Al indagar sobre la valoración general con relación a los sellos, la mayoría de los participantes de diferentes NSE consideran que los sellos son “útiles”. Se percibe que brindan información a la población y promueven la toma de decisiones conscientes. Se valora positivamente que se brinde información y que a partir de esta se pueda tomar una decisión informada no prohibiendo el acceso, sino que cada quien decide qué hacer con esa información.



S: Todo lo que sea para informar me parece bien. (Asienten todos) (GF N°7- NSE medio y alto)

Ce: El fin no está en prohibir sino en informar (GF N°7- NSE medio y alto)

Ca: si, yo le presto atención al que dice exceso en sodio y exceso en azúcares. Y el que dice prohibido en niños que yo a mis hijas les re daba jugo en polvo. y empecé a ver qué decía y dije “no, ¿qué les estoy dando?”. Si dice prohibido en niños, ¿qué les estoy dando? (..) (GF N°1 - NSE bajo)

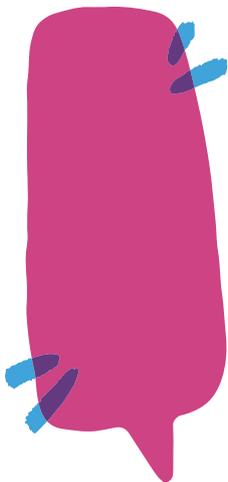
M: es como sacarte la venda y después vos decidís si querés comer esto o que te estalle el corazón en dos años, pero sos consciente. (GF N°2 - NSE bajo)

P: le da la opción a la gente de elegir. (GF N°2 - NSE bajo)

M: y estar informada realmente, tengas la educación que tengas. (GF N°2 - NSE bajo)



La ley también se considera útil porque es especialmente relevante para poblaciones puntuales: las personas mayores, que no pueden leer la letra pequeña en los envases, y las personas con enfermedades como diabetes o hipertensión que poseen dietas donde se debe restringir el consumo de distintos alimentos.



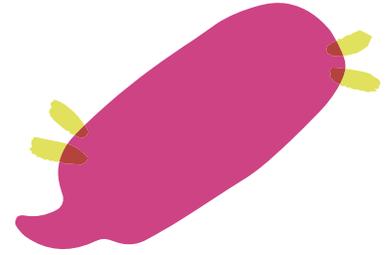
V: hay gente que necesita realmente restringirse, el azúcar, el sodio.

B: claro hay gente que no puede consumir azúcar y ese producto que decía “con poca azúcar” o era verde o era stevia resulta ser que tiene edulcorante y básicamente dice “prohibido para los niños” (GF N°2 - NSE bajo)

A: Para la gente que tiene problemas de salud y consumía eso pensando que era mejor y de repente terminaban peor. No era mejor, es un engaño a la gente. (GF N°6 - NSE alto)

Por otra parte, algunos participantes de NSE alto señalan que comían de un modo saludable desde antes de la implementación de la ley y que los sellos no implicaron una modificación en su modo de alimentarse. De todos modos, si bien los sellos no fueron considerados tan útiles para estos participantes, esto no implica que se pronuncien en contra de la ley. Por el contrario, señalan que la misma puede ser útil para otras personas.

*P: Si, esta bueno para aquellas personas que nunca leen, o que nunca se fijaron en lo que están comiendo, y bueno nada, es como una alerta.
(GF N°7- NSE medio y alto)*



B. Cambios en la percepción de saludable

Un aspecto positivo que se resalta en los grupos focales de diferentes NSE es la posibilidad que brindan los sellos de “desenmascarar engaños”. Señalan que el etiquetado aporta información nueva sobre ciertos productos que consideraban saludables, permitiéndoles conocer su verdadera composición nutricional. Se percibe en algunos participantes que el etiquetado permitiría limitar a las empresas en sus “engaños” ya que ahora las empresas deben decir “la verdad” sobre los productos que promocionan.



Cl: Saca la careta, porque muchas marcas se vendían como más naturales y no eran tan así. Estuvimos engañados todo el tiempo con esas marcas (N y M: “claro”) (GF N°4 - NSE medio)

P: Realmente las etiquetas son alarmantes, yo creía que si el paquete era verde era bueno (GF N°4 - NSE alto)

L: (...)Lo que no es tan sano siempre fue y será no tan sano.

Buenísimo igual lo de las etiquetas porque echa un poco de luz (GF N°3 - NSE medio)

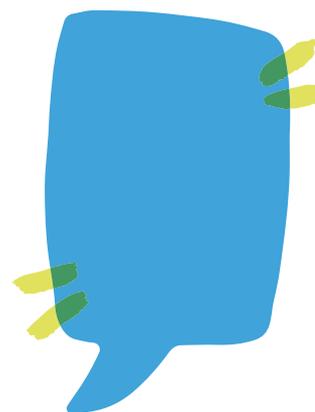
En todos los grupos se mencionó al menos un producto en el cual “sorprendió” la presencia de sellos, lo cual generó un cambio en su percepción sobre ese producto. La “sorpresa” y la percepción del “engaño” a la que se alude se vincula a:

- a.** Productos que eran considerados saludables por ser light o dietéticos y luego del etiquetado se comienzan a percibir como menos saludables;
- b.** Productos que se desconocía su contenido excesivo en nutrientes críticos, como yogures y quesos untados, jugos en polvo, jugos naturales y aguas saborizadas, barras de cereal, cereales de desayuno, café torrado, hamburguesas veganas y, en el caso particular de los edulcorantes, algunas personas desconocían que eran perjudiciales para los niños y niñas;
- c.** Productos que se conocían como poco saludables pero el etiquetado aumentó el nivel de conciencia, como las galletitas, hamburguesas de carne y snacks.

J: Nos estuvieron mintiendo todos estos años, diciendo que es bárbaro, y ésto [toma un jugo en polvo que está sobre la mesa] tiene edulcorante: “no recomendada para niños”. Y vos se lo diste a tu hijo toda la vida. (GF N°6 - NSE alto)
(...)

*J: Te ocultaban información todo el tiempo
(GF N°6- NSE alto)*

*C: (...) me sorprendió más con lo que yo pensaba que comía saludable con los quesos, con el port salut, con un montón de cosas que al final tienen un montón de sellos.
(GF N°1 - NSE bajo)*



Por otro lado, hay participantes que tomaban la decisión consciente de consumir alimentos que “ya sabían” que eran nocivos (por gusto y por costumbre). En estos casos no perciben la utilidad de la ley porque opinan que no les aporta información nueva. De todos modos, nos encontramos con que si bien “ya sabían” que lo que compraban era nocivo, a partir del etiquetado muchos entrevistados tomaron la decisión de reducir su consumo.



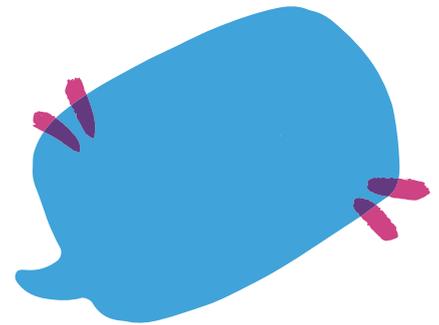
*V: Las galletitas dulces, siempre supe que no era algo sano, pero ahora tiene tantos sellos, entonces es ir bajando de a poquito el consumo y que el cuerpo no te pida también (...)
(GF N°6 - NSE alto)*

Es decir, que, si bien los participantes no perciben la utilidad de los sellos en aquellos productos que percibían como nocivos previo el etiquetado ya que no les brinda nueva información, podemos identificar un efecto positivo del mismo en tanto promueve una reducción del consumo.

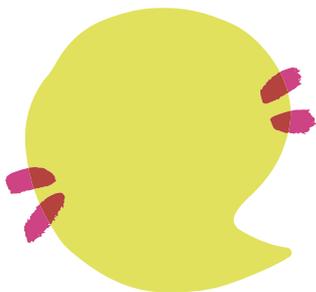
C. Regulación en escuelas

La gran mayoría de los participantes de diferentes NSE no tenía conocimiento sobre este aspecto de la ley que señala que en los entornos escolares no pueden ofrecerse ni publicitar productos con sellos y debe incluirse educación alimentaria nutricional en la currícula. Al explicar este componente de la ley, la mayoría se mostró a favor. Gran cantidad de padres y madres que intentan brindarle a sus hijos una alimentación saludable consideran que la escuela y otros espacios sociales (como cumpleaños, casas de amigos) se presentan como ámbitos donde no tienen control sobre la alimentación de sus hijos y en esos espacios consumen o prueban alimentos que ellos estaban evitando brindarles en sus hogares.

*D: (...) y leche chocolatada que le dan en el jardín. Cuando me enteré casi me muero. Nunca le había dado leche chocolatada y ahora me pide leche chocolatada.
(GF N°2- NSE bajo)*



Algunos participantes señalan que la prohibición de ofrecer productos con sellos en las escuelas les parece una medida que los ayuda en esta búsqueda de una alimentación más saludable, complementando los esfuerzos que ellos hacen desde el hogar. Es importante para ellos que haya una continuidad y coherencia en el modo de alimentarse de sus hijos en los distintos espacios.



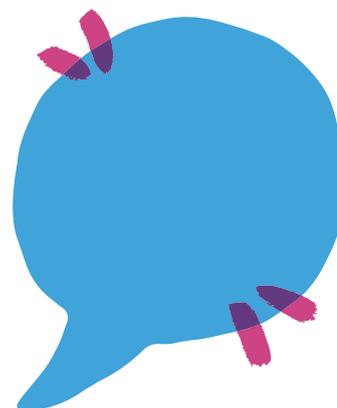
*V: (...) Por que no sirve de nada que coman bien en sus casas y después en el colegio compren cualquier cosa.
(GF N°6 - NSE alto)*

En la misma línea, algunos participantes recalcan que la medida ayuda a garantizar una alimentación saludable para los niños que tienen problemas de salud como obesidad o diabetes.

Se identifican también participantes que mencionan no estar de acuerdo con la prohibición de venta de productos con sellos en escuelas porque quitan la posibilidad de elegir libremente. Les parece mejor que se equipare la cantidad de productos sanos y nocivos, a que se prohíban los nocivos. Consideran que ellos, como padres y madres, son los encargados de educar a sus hijos para que tomen decisiones y que no está bien que la escuela les quite esa posibilidad de elegir.

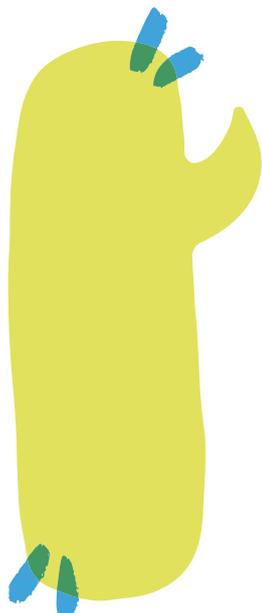
M: Para mí está bien [que haya alimentos saludables], pero no prohibir, yo opino que la educación alimentaria empieza en casa. Vos le enseñás a tu hijo que esto está bien y esto no, ahora si tu hijo elige. (GF N°1 - NSE bajo)

G: Que sepan elegir porque uno no va a elegir eternamente por ellos, tomar buenas decisiones en base a lo que saben. (GF N°6 - NSE alto)



A su vez, nos encontramos con “preocupaciones” que no implican estar en contra de la medida, pero sí reflexionar sobre cómo debería implementarse. Por un lado, varios padres se preguntan qué opciones de productos saludables se venderían en las escuelas. Esto se relaciona con una actitud general frente a la aparición del etiquetado, que tiene que ver con percibir que “todo tiene sellos” y no hay sustitutos. Y, por otro lado, dos participantes mencionaron que es importante que, una vez implementada la medida, los productos saludables en las escuelas tengan precios accesibles.

Con respecto al componente de la ley que obliga la inclusión de educación alimentaria nutricional en la currícula escolar, varios padres hacen referencia a la importancia de que en las escuelas se brinde este tipo de educación para complementar el uso de los sellos de advertencia:



G: (...) Tiene que haber mucha información a la población, pero también en el colegio.

(GF N°6 - NSE alto)

V: Para mí estaría bueno que a los chicos, así como se empezó a dar ESI, que se den charlas con nutricionistas, adaptados a cada etapa escolar, para que justamente le den información, para así ellos elegir qué camino quieren seguir. Porque no sirve de nada que coman bien en sus casas y después en el colegio compren cualquier cosa. Entonces está bueno que los informen y que sean conscientes para decir bueno quiero una manzana, tratar de darle las herramientas a ellos.

(GF N°6 - NSE alto)

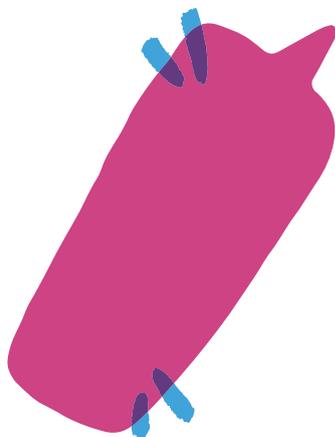
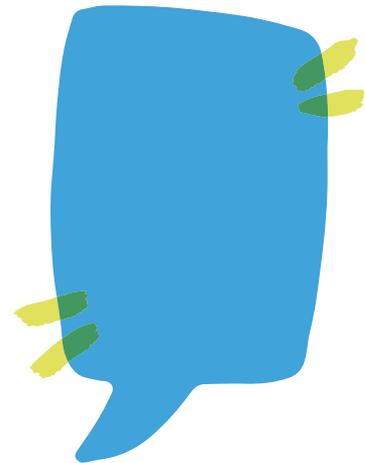
Por otro lado, padres y madres refieren que no se han enterado de cambios en las escuelas a partir de la implementación de la ley PAS. Los únicos que refiere haber notado mejoras en la oferta de alimentos dentro del entorno escolar, mencionan que esto ya se viene dando hace varios años y no lo vinculan con la ley.

D. Prohibición de publicidad, promoción y patrocinio de productos con sellos dirigidos a niños, niñas y adolescentes (NNyA)

La Ley de Promoción de la Alimentación Saludable prohíbe el uso de juguetes, juegos, personajes, famosos y todo tipo de técnica de marketing dirigida a NNyA en los productos con al menos un sello de advertencia y/o leyenda precautoria.

La mayoría de los participantes de diferentes NSE desconocían este aspecto de la ley. La gran mayoría de los entrevistados se mostraron a favor. El principal argumento de apoyo a esta medida tiene que ver con que acuerdan en que el uso de estas estrategias de marketing tiene la función de llamar la atención de los chicos. Los participantes compartieron gran cantidad de situaciones donde tuvieron que comprar un producto debido a la insistencia de sus hijos por la presencia de un personaje infantil, un juego o un juguete. Señalan que, en ocasiones, les piden productos que luego nadie en la casa consume (ni siquiera sus hijos).

*A: Eso me parece que está muy bueno, ahí tienen un incentivo para mejorar la calidad de los productos, o sea, que ya no lo puedan publicitar, que no puedan regalarte figuritas, que no puedan poner un personaje de turno adelante, ahí van a decir, bueno, vamos a tener que lograr un producto que sí podamos acceder, porque es verdad que van a perder muchísimo público (acuerdan voces de fondo)
Mis hijos elegían muchas veces según el muñequito (GF N°5 - NSE alto)*



A: Si, bueno, pero el nene te dice dame el del minion, o lo que sea, capaz que no la comía, te lo terminabas comiendo vos, pero te la terminabas llevando porque tenía un minion. Si, para los chicos sí, me parece bien. (GF N°7- NSE medio y alto)

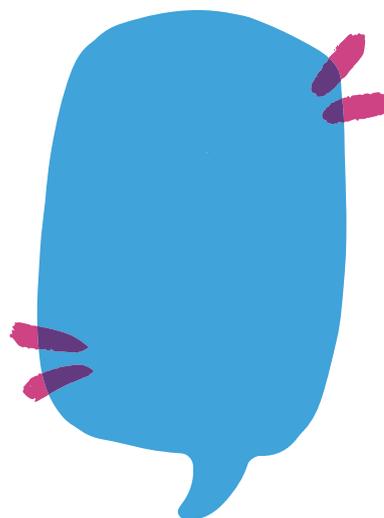
Comprensión del etiquetado

A. Sellos de advertencia vs tabla nutricional: ventajas y complementariedad de información

La gran mayoría de los entrevistados señala que los sellos les parecen claros, comprensibles y visibles, y que la tabla nutricional les parecía muy pequeña y difícil de comprender. Al compararlos, mencionan que los sellos son más visibles, más comprensibles, que son un “resumen” de la tabla nutricional y que los puede comprender todo el mundo.

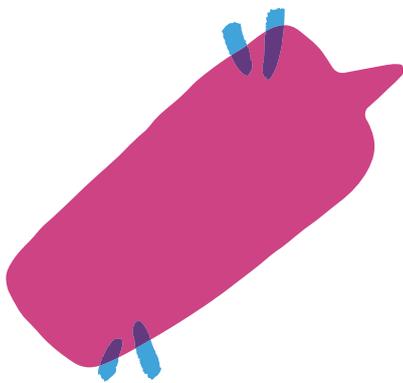
M: (...) esa letra minúscula que nadie mira ahí abajo, que a veces hasta le ponen el código de barras arriba y nunca te enteras qué consumías. Ahora lo dice claro para la gente que sabe leer. Todos sabemos lo que tienen los productos que consumimos
(GF N°2 - NSE bajo)

DS: Que la tabla, además de ser chiquita y poco entendible, es bastante engañosa porque te ponen chiquito arriba “cada 100 gramos” (acuerdan voces de fondo) y te dice 30% de sodio, tanto 30% de máximo recomendado diario.
(GF N°5 - NSE alto)



B. La palabra “exceso”: comprensión y controversias

Todos los participantes coinciden en que la palabra “exceso” significa que ese producto tiene “de más”, “más de lo recomendado”, o incluso “que tiene una cantidad que puede ser nociva para la salud”. Sin embargo, varios participantes señalan la necesidad de saber cuánto exceso tiene cada producto, para de ese modo poder compararlos entre sí y tomar una decisión de compra. Esta “necesidad” se funda en la percepción de que “todo tiene sellos”. Frente a esta situación, aparece la demanda de que se produzcan sustitutos sin sellos:

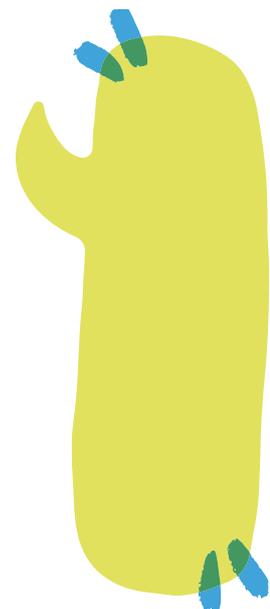


*A: Entonces, acá hay que poner el sello y actuar en consecuencia. O sea, te voy a hacer el mismo producto sin ese exceso, y te los voy a poner a los dos en góndolas, y en vos va a quedar elegir uno u otro. Hoy esa opción no está, entonces seguimos eligiendo entre productos con sellos
(GF N°5 - NSE Alto)*

A su vez, varios entrevistados de NSE alto señalan que es necesario acompañar la implementación de la ley con campañas que eduquen sobre el uso de los sellos y sobre la alimentación saludable en general. Consideran que, de ese modo, se podrían evitar las confusiones.

*V: (...) Como que te ayuda a entender lo que estás viendo en los sellos, para mi esta buena la acción de poner sellos, pero falto un poco de educación para entender a que está apuntando, por ejemplo, tiene el sello, ¿pero es tan malo o está dentro del parámetro normal para consumir? Lanzaron los sellos, pero no hubo una capacitación o información en general para entender. Tiene 3 sellos, pero ¿se puede comer o siempre que sea una porción moderada o qué onda?
(GF N°6 - NSE alto)*

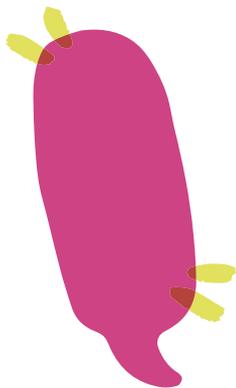
*DS: Podrían haberlo combinado con unas clases para los chicos en general de educación alimentaria, porque vos no podés tirar así porque sí... pasan estas cosas
(GF N°5 - NSE alto).*



Elección de alimentos. Cambios a partir del etiquetado

A. Factores vinculados a la intención de compra previo a la ley PAS

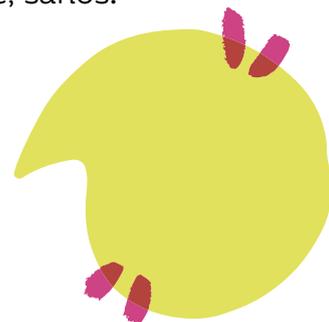
Los participantes mencionaron que hay múltiples factores que inciden en su decisión de compra: la calidad nutricional y el precio fueron los factores más mencionados, y luego otros como las preferencias por ciertas marcas, gustos o sabores y lo que quieren y piden sus hijos. En relación con el precio, todos los participantes (salvo unos pocos de NSE alto) lo mencionaron como el factor más importante:



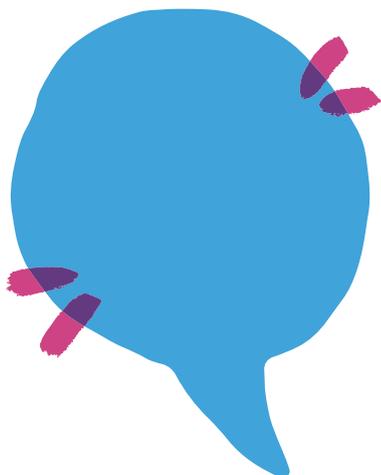
*V: Yo también como decían ellos el tema del precio. Ahora desgraciadamente como estamos es mucho el tema del precio y sí ver que no sea muy procesado, principalmente para el nene que es más chiquito. Sí, pero el tema del precio está ahora creo que para todos es lo principal. Aunque no es lo más sano muchas veces, pero es lo principal.
(GF N°2 - NSE bajo)*

El siguiente aspecto que más mencionaron fue lo “saludable” de los alimentos, su calidad nutricional. Todos los entrevistados señalaron que tienen interés en que sus hijos se alimenten de un modo saludable. Muchos entrevistados comentan que buscan productos que sean baratos y, dentro de lo posible, sanos.

*J: (...) obviamente cuidando mucho la economía, que es lo principal, pero también estamos buscando dentro de la economía lo más saludable
(GF N°1 - NSE bajo)*



Otro factor que mencionan es el “gusto”:



*A: Yo trato de comer sano, pero también lo que les gusta a los nenes. O sea, llevo dos paquetes de Oreo todas las semanas, sé que no son sanas, pero que, en una medida acotada, que les gusta mucho, está bien. Y después llevo tostadas, otras galletitas más livianas. O sea, sigo consumiendo cosas que sé que no son muy sanas, pero que a los nenes les gusta mucho en tamaños pequeños o pocas veces a la semana.
(GF N°5 - NSE alto)*

Por su parte, algunos participantes son fieles a ciertas marcas, porque ya la conocen, por costumbre o porque tiene más publicidad y les da más confianza. Otros participantes prefieren probar diferentes marcas buscando el mejor precio. Esto se observó en todos los grupos focales de diferentes NSE.

B. Factores considerados después de implementada la Ley PAS

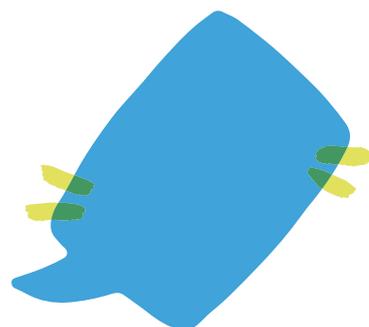
Luego de implementada la Ley, se observa que los mismos factores siguen siendo considerados al momento de realizar las compras, sumándose el interés por una alimentación más saludable a partir de la presencia de los sellos. Los principales factores mencionados que se antepone a la intención de comprar productos sin sellos son el precio de los productos y la costumbre por el consumo de productos ultraprocesados.

El precio en muchas ocasiones se antepone a la calidad nutricional (salvo para algunos participantes de NSE alto).

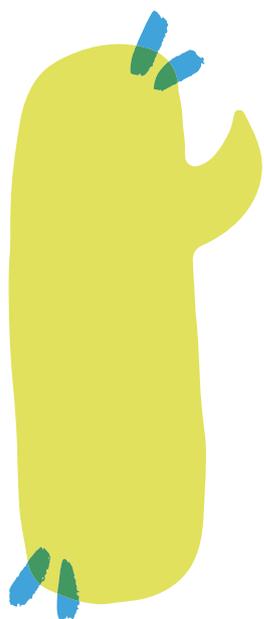
*A: (...) pero la economía tampoco ayuda a nadie, eh (...)
(GF N°1 - NSE Bajo)*

*M: Y ahora por como estamos, el precio primero y principal
(GF N°4 - NSE Medio)*

*V: (...) Creo que a todos nos limita sí o sí el precio
(GF N°6 - NSE Alto)*



Algunos mencionan que como sociedad tenemos hábitos alimentarios nocivos que son difíciles de desamar. Una entrevistada opina que la ley nos saca del lugar de confort. Comenta que es más fácil ir al supermercado y comprar “cualquier cosa”, que tomarse el tiempo de reflexionar y elegir. Los sellos incomodan porque los impulsan a reflexionar sobre el contenido de los productos y a comprar a conciencia (GF N°1 - NSE Bajo).



Cl: (...) uno viene con esa tradición que consumimos gaseosa siempre, porque es verdad, es la tradición argentina. Y ahora es difícil cortarlo así de raíz, hay que ir suplantándolo. (GF N°4 - NSE medio)

V: es un cambio radical que tenemos que tener porque ya venimos de comer mal, o sea, de nuestros padres, nuestros abuelos. Yo creo que es así, a mí me costó un montón. (GF N°2 - NSE bajo)

S: Igualmente también yo pienso, tendríamos que cambiar los hábitos fundamentales de base para cambiar todo lo que es la alimentación también (GF N°7- NSE Medio alto)

N: Porque a nosotros nos criaron así. Tenemos que cambiar los hábitos todos. (GF N°4, NSE Medio)

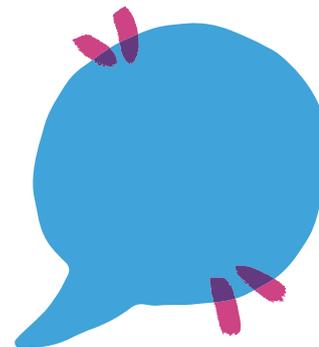
C. Cambios en la intención de compra luego de la implementación del etiquetado

En la amplia mayoría de los casos los sellos de advertencia introdujeron modificaciones en las decisiones de compra de los participantes.

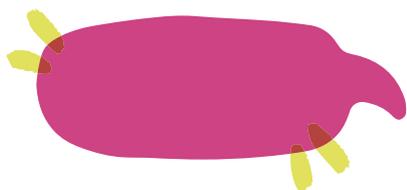
» Disminuir la frecuencia de consumo de productos con sellos

La decisión que se hizo más presente implica reducir el consumo de productos con sellos, ya sea disminuyendo la frecuencia de compra (ej: comprar sólo los fines de semana en lugar de todos los días) o la cantidad de uso (ej: comer dos galletitas en lugar del paquete entero).

R: Si, y las gaseosas también, no es que deje de consumir, por ahí una cada dos findes puedo tomar, pero baje la frecuencia en la que consumía. (GF N°6 - NSE alto)
N: (...) Te lo compro una vez por mes, no te lo compro todos los días como te lo compraba antes porque ya... (GF N°4 - NSE medio)



En la misma línea, algunas entrevistadas señalaron que, a partir de la implementación de la ley, disminuyeron la cantidad de consumo de productos con sellos.



V: O las cantidades. Ponele, en lugar de darle el paquete de oreo, le pones en un platito tres oreos y esto es la merienda (GF N°2 - NSE bajo)

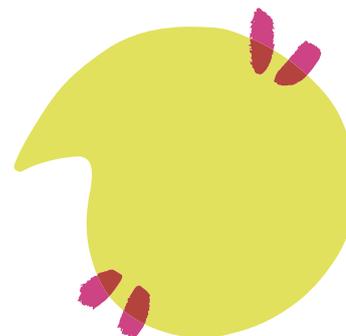
» Seguir comprando los mismos productos en algunas categorías de alimentos, dejar de comprar en otras

La mayoría de los participantes menciona que hay ciertos productos que no van a dejar de comprar como aquellos que les parecen “imprescindibles” e “innegociables” (por ejemplo, el yogur y el queso); y/o porque les gustan (mencionan los snacks, los aderezos, las gaseosas, el dulce de leche, el chocolate, las galletitas). En estos casos mencionan que los siguen comprando porque no hay alternativas sin sellos, por lo cual se ven obligados a seguir comprando las opciones con sellos.

Algunos entrevistados mencionan que dejaron de consumir ciertos productos que consumían porque, luego de la implementación de la ley, vieron que tenían sellos. Comentan que dejaron de consumir no solo aquellos productos que antes de la ley percibían como saludables (productos “light”, “zero”, etc) sino también productos que ya se conocían como menos saludables (gaseosas, galletitas dulces, snacks, etc).

V: Creo que también todo va para ese lado porque... A ver, a mí me llama la atención la cantidad de sellos de algunas cosas que agarro y las vuelvo a dejar... (GF N°5 - NSE alto)

V: Los jugos en polvo y en botella. Prefiero comprar naranjas y también involucrarlas [a mis hijas] con la cocina. Y no comprar la botella que vi que tiene varios sellos (GF N°6 - NSE alto)

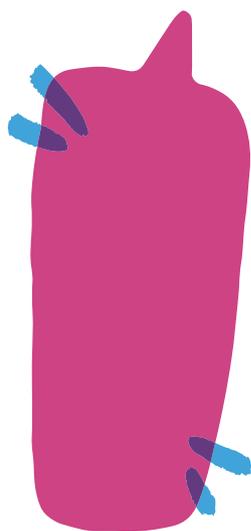


» Seguir comprando exactamente los mismos productos

Se identificaron casos de NSE alto que llevan una alimentación muy saludable y están a favor de la Ley de Alimentación Saludable pero no han modificado sus decisiones de compra por la ley. Por otro lado, otra entrevistada menciona que como “todo tiene sellos” prefiere desestimarlos y se sigue guiando por su propio criterio.

» Comparar la cantidad de sellos entre productos

Por último, varios entrevistados señalan que “comparan” entre productos con sellos y eligen llevar el que tiene menor cantidad.



M: según, el queso blanco cambias de marca. Que tenga un sello menos y listo. (GF N°1 - NSE bajo)

C: Es como un cartel de alerta. ¿Ese cartel de “pare” cuando vas con el auto? bueno, el octógono te lleva a eso (..)Y Y aparte también vos vas contando. Si tiene dos o tres, bueno... ahora, si tiene 4 o 5 como que ya te... (cara de susto) (GF N°7 - NSE medio y alto)

V: Por un lado, sí, por el otro lado digo, bueno, un producto que tenga dos sellos no es lo mismo que un producto que tenga cinco, que es toda la parte de arriba que te lo llenaron. Entonces digo, la pucha, este de cinco no lo llevo yo, por lo menos (GF N°5 - NSE alto)

Es importante considerar que estas decisiones no se dan de forma única, sino combinada. Por ejemplo, una misma persona puede decidir reducir la frecuencia de consumo de ciertos productos, continuar consumiendo algunos y dejar de comprar otros.

Obstáculos y estrategias para comprar productos libres de sellos

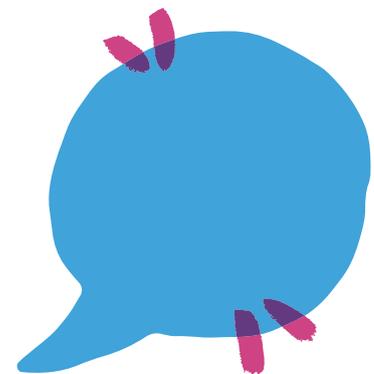
A. Obstáculos para reemplazar los productos con sellos: oferta disponible, tiempo, gusto y precio

» Falta de sustitutos saludables

Gran cantidad de entrevistados coinciden en que no encuentran sustitutos a los productos con sellos. Comentan que desde que salió la ley “todo tiene sellos” y se les dificulta encontrar alternativas. Este es uno de los motivos por los cuales algunos participantes que se encuentran interesados en dejar de consumir productos con sellos sienten que no pueden hacerlo.

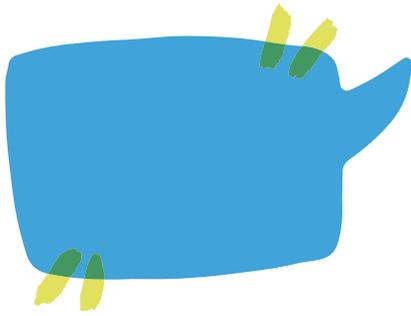
Na: Aparte al ver todos los sellos no queda otra opción, decís bueno, ¿qué como?... (GF N°4 - NSE medio)

Ga: (...) ponen un solo producto [con sellos] y no tenés más para elegir. Espero que tal vez la misma empresa saque algo parecido: “pero tengo esta opción”. Eso estaría bueno, porque uno, por más que tenga el sello, lo consumís igual. Porque no tenés otra opción. (GF N°7- NSE medio y alto)



» Tiempo para cocinar

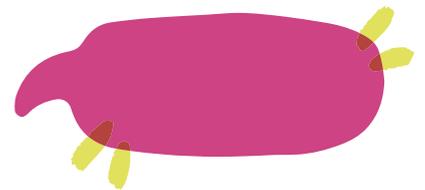
Muchos entrevistados sí encuentran alternativas a los productos con sellos en “lo casero”. Pero esta alternativa trae una nueva complicación: el tiempo. Todos los entrevistados coinciden en que alimentarse de un modo saludable requiere más tiempo y consideran a esto una desventaja. Como contracara, las ventajas de los alimentos ultraprocesados son que son fáciles de conseguir (están accesibles, se consiguen en todos los comercios), de preparar, y de comer.



A: (...) Y si no, no tengo que comprar más en el supermercado. Tengo que empezar a ir a dietéticas, a hacer casero y a veces no me da el tiempo (GF N°5 - NSE Alto)
Le: no solo hacerlo sino ir a comprar.
X: claro, ir a comprar las cosas para hacerlas, y hacerlas. (GF N°3 - NSE medio)

Por la agilidad y rapidez que aportan los ultraprocesados a la alimentación, los entrevistados señalan que son prácticos y los sacan del apuro.

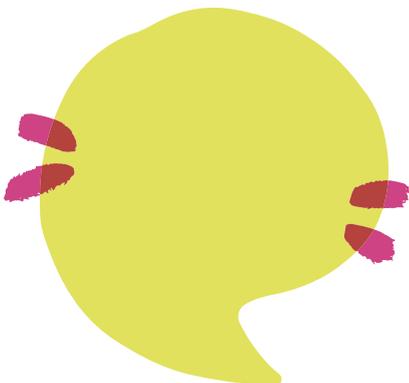
CQ: O sea que nosotros cambiamos [la alimentación] por falta de tiempo, porque hay delivery, porque ahora todo es mucho más... Está el alcance, y llamas y te... Antes no, no había todo eso (ID5 - NSE alto)



En relación a la variable tiempo, los participantes comentan que, de las cuatro comidas del día, la que logran hacer más saludable es la cena, porque se encuentran en sus casas. Por el contrario, la comida menos saludable suele ser la merienda (o, específicamente, el momento entre la merienda y la cena) porque sus hijos recurren al picoteo, por lo que suele predominar el consumo de productos ultraprocesados, como snacks o galletitas. Las galletitas son el ejemplo más usado, debido a que son un producto rápido y de consumo cotidiano.

» Comer saludable es más caro

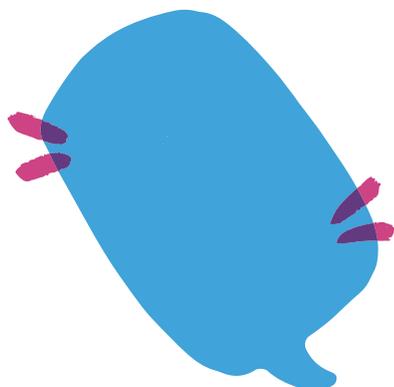
La mayoría de los entrevistados de diferentes NSE afirma que los productos saludables son más caros. Ejemplifican con las frutas y las verduras, las carnes, las leches vegetales, las harinas integrales, entre otras.



V: También pasa mucho eso, por el tema del precio y de las cosas que son más naturales o que tienen menos adictivos, salen mucho más caro. Entonces si vos querés tener una vida saludable, tenés que tener una billetera importante o tener el tiempo para cocinar en tu casa. (GF N°6 - NSE alto)
B: Claro, vale más lo más sano, siempre. Lo que valen las cosas en las dietéticas son más caras que en el chino. (GF N°2 - NSE bajo)

» Los productos con sellos son más ricos y adictivos

Por último, varios participantes hacen referencia a que los productos ultraprocesados son “adictivos” y por ende difíciles de dejar.



X: son adictivas, de eso no hay ninguna duda, no solo en los chicos, en nosotros también. Solo que nosotros por ahí nos contenemos un poco más, pero los chicos no tienen ese límite de decir “no, no es tan bueno” entonces no paran. (...) calculo que algo tendrán, ¿no? Yo no soy ni científico, ni médico, pero alguna sustancia, algo debe tener que genera eso (GF N° 3 - NSE medio)

B. Estrategias que debería implementar el Estado para complementar la Ley PAS

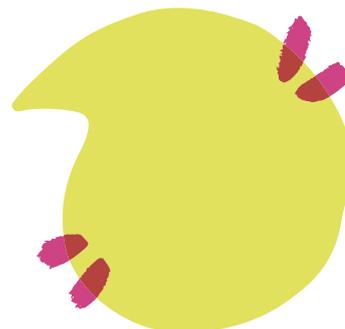
Frente a todas estas dificultades para acceder a una alimentación saludable, algunos entrevistados señalan que es necesario que la Ley PAS se acompañe con otras políticas que busquen sortearlas, para de ese modo garantizar el acceso a los alimentos libres de sellos. Proponen que se generen más alternativas y sustitutos para que puedan elegir los alimentos que no tienen sellos, políticas de control de precios, proponen que los productos se quiten de las góndolas cercanas a las cajas y se reemplacen con alimentos saludables, proponen campañas de educación para la población general y puntualmente en las escuelas.

A: (...) ya que quieren implementar lo sano y todo eso que por lo menos hagan un arreglo para sacarlo de las góndolas cerca de la caja, sacar todas las cosas que no son buenas y poner las sanas. Y hacer un arreglo en la economía para que te salga más barato comer una banana que un alfajor...
(GF N°1 - NSE Bajo)

A: Para mí es un primer paso. De este primer paso tiene que haber una campaña de, por un lado, de educación, y por otro lado, de obligar a las marcas a generar el producto sin el sello. (DS: Claro.)
(Gf N°5 - NSE Alto)

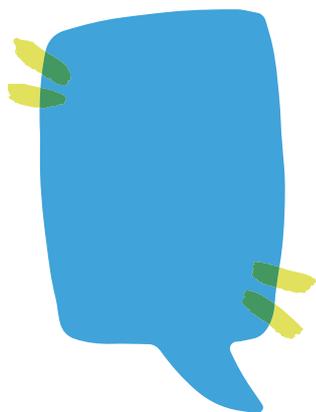


V: [La ley PAS] Está bien para mí, pero le faltaría como otra pata que es que los alimentos más saludables estén más accesibles, no sé, buscar la vuelta en bajar impuestos a esas marcas o lo que sea para que también, bueno tengo los sellos entonces prefiero no consumir esto que tiene exceso de azúcares, pero el que no los tiene que este también en el mismo rango de precio. Para que el etiquetado sirva para hacer un cambio realmente (GF N° 6 - NSE Alto)



C. Alternativas y estrategias para tener una alimentación “sin sellos”

La principal estrategia que señalan para reemplazar los productos con sellos fue volcarse a “lo casero” y al consumo de alimentos naturales, es decir a productos naturales sin elaboración, como frutas, verduras y agua.



CA: (...) Después el jugo les vuelve locas, se pueden tomar, no sé, con un plato se toman un litro de jugo entonces lo que hice es (que me lo dijo el pediatra) hacer jugo de naranja, o licuados, eh, o sea, solo con agua y banana, ponele, no ponerle azúcar, y lo toman, entonces está resultando. (GF N°1 - NSE bajo)

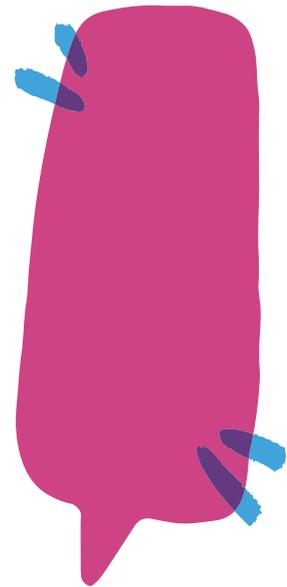
G: Y yo trato de que coman fruta más que galletitas. Le doy un par de galletitas y negocio con una fruta, banana, manzana (...) (GF N°7- NSE medio y alto)

Los entrevistados encuentran en lo casero la principal alternativa a los productos con sellos. Consideran que la alimentación de sus hijos puede mejorar si ellos eligen los ingredientes y cocinan en su casa, evitando los productos con agregados y aditivos innecesarios.

CA: (...) En realidad es saludable si vos lo haces en tu casa, si vos lo haces casero debe ser re saludable, pero si ya compras envasado, no sabes qué tiene. (GF N°1 - NSE bajo)

P: yo trato de hacer galletitas en casa con él, para que aprenda, encima le encanta y bueno, a veces los domingos, los sábados les hago unas galletitas. (GF N°3 - NSE medio)

DS: (...) las cosas saludables son un poco más caras inclusive, y en nuestro caso nos empujó a hacer cosas caseras nosotros, a reemplazar las galletitas, por ejemplo, hacemos galletitas caseras, yo le hago hamburguesas con legumbres a mi hijo, porque si las tengo que comprar me matan, y es una taradez hacerlas, y mucho más barato. (GF N°5 - NSE alto)



Los participantes dan muchos ejemplos de estas “alternativas” a las que se volcaron, como por ejemplo esconder verdura o fruta dentro de las preparaciones caseras, encontrar la fruta que más les guste y utilizarla en reemplazo de snacks (mencionan las uvas, los tomatitos cherry, la mandarina), el maní con cáscara o pochoclos hechos en casa en reemplazo de snacks, reemplazar las galletitas con pan negro o de salvado, el pan casero, recetas con harinas integrales o harinas de legumbres, reemplazar las salsas listas por salsas caseras, caldo casero frizado en cubitos listo para usar, panqueques de banana, el huevo como una alternativa rápida, hamburguesas de legumbres, milanesas de soja caseras, galletas de avena o algarroba caseras, bizcochuelos caseros, leches vegetales caseras, frutos secos.

Hemos mencionado que lo casero comporta la dificultad del tiempo. Pero, frente a esta dificultad los participantes han encontrado una estrategia: cocinar en cantidad los días que tienen más tiempo, y freezar las preparaciones para evitar recaer en productos ultraprocesados que son más ágiles de consumir. Freezar aporta una agilidad que les permite evitar productos nocivos. De ese modo, garantizan alimentos saludables durante la semana. A su vez, otra estrategia que utilizan frente al tiempo que requiere la cocina, implica cocinar junto a sus hijos para convertir el momento de cocinar en una situación compartida que puedan disfrutar.

Por último, en relación a los altos precios, un entrevistado señala que hace las compras de frutas y verduras en el mercado central para ahorrar. Otra entrevistada menciona que busca ofertas en los diferentes supermercados.

Es importante resaltar que, si bien los participantes perciben diversas dificultades al momento de acceder a alimentos libres de sellos, esas dificultades no son limitantes. Todos han podido encontrar alternativas y estrategias que los acercan a alimentarse de un modo más saludable.

5

Discusión de resultados y recomendaciones políticas



La presente investigación da cuenta de que la mayoría de los participantes conocen la Ley de Promoción de la Alimentación Saludable, porque se han encontrado con los sellos al momento de hacer las compras. Sin embargo, la mayoría desconoce los componentes relacionados a la promoción de entornos escolares más saludables y a la prohibición de la publicidad dirigida a NNyA. Esto se podría explicar por el hecho de que el componente de regulación de la publicidad en vía pública y la promoción de entornos escolares más saludables, requiere la adhesión por parte de las provincias, la cual se está avanzando de forma gradual a lo largo de todo el país. Asimismo, no se ha realizado una campaña de comunicación masiva a nivel nacional que informe acerca del objetivo de la ley y su alcance.

Las discusiones realizadas en el marco de los grupos focales permiten observar que el apoyo de los sellos se da por considerarse una medida que “permite elegir” y empoderar al consumidor en sus decisiones. En el caso de las otras políticas, particularmente entornos escolares, en las discusiones se presentan controversias respecto a la prohibición de productos en escuelas y la importancia de la educación nutricional frente a medidas que prohíban el acceso a alimentos en determinados entornos. Estos resultados coinciden con estudios realizados en otros países(8) y estudios previos realizados con población adolescente(9).

Hay evidencia contundente que demuestra que los sellos son claros y comprensibles(10–13). Asimismo, evidencia empírica local generada, previa a la ley, da cuenta de que esto se traduce en una reducción en la intención de compra y en la percepción de saludable de los productos con cantidades excesivas de nutrientes críticos(14). Los resultados de la presente investigación están en línea con dichos estudios. Los entrevistados de diferentes niveles socioeconómicos consideran que el etiquetado es visible, comprensible y claro, reportando cambios en su conducta que llevan a disminuir su consumo, ya sea disminuyendo la frecuencia de consumo, o la cantidad consumida. También señalan que los sellos han mejorado su capacidad de identificar productos no saludables.

Asimismo, los grupos focales realizados permiten identificar que los consumidores modifican su compra en diferentes tipos de productos y de diferente manera. Los cambios se producen no sólo en aquellas categorías que eran consideradas como saludables y con el etiquetado descubren que no lo son (barras de cereal, yogures, jugos, aguas saborizadas, cereales, y productos light) sino que también en aquellas categorías que ya se reconocían como poco saludables (galletitas, hamburguesas, snacks). Este resultado sugiere que las advertencias pueden tener el potencial de provocar cambios en el comportamiento de compra incluso en aquellos productos que ya eran percibidos como no saludables. Es decir, que las etiquetas refuerzan ese conocimiento y funcionan como una “alerta” que los lleva a modificar el consumo. Este mecanismo de acción ya se ha descrito en el caso de las advertencias sanitarias en los productos del tabaco(15).

Por su parte, la mayoría de los participantes menciona que hay ciertos productos que no encuentran alternativas libres de sellos por lo cual se ven obligados a seguir comprando las opciones con sellos, porque los necesitan (como queso y yogur) o les gustan (galletitas, snacks, gaseosas, etc). En esta línea, comentan que desde que salió la ley “todo tiene sellos”, siendo uno de los motivos por los cuales algunos participantes que se encuentran interesados en dejar de consumir productos con sellos sienten que no pueden hacerlo. Esto último, también se menciona en el estudio de Uruguay, en donde los encuestados indican que una de las razones por las cuales no modificaron su decisión de compra es por la falta de disponibilidad de otras opciones sin sellos(16). Este obstáculo puede estar asociado al rol protagónico que tienen los ultraprocesados en el patrón alimentario de NNyA en Argentina, representando 35% del aporte calórico diario, los cuales desplazan el consumo de alimentos mínimamente procesados y naturales (17). Es decir, que el hábito diario de consumir estos productos podría explicar la dificultad para abrir el abanico de posibilidades de reemplazos a los productos con sellos. Asimismo, los entrevistados señalan que los productos ultraprocesados tienen ciertas ventajas: son más adictivos, más sabrosos, y más prácticos porque ya vienen listos para consumir, representando una solución en varias ocasiones.

Otros impedimentos que señalan los entrevistados al momento de seleccionar productos sin sellos o mejorar su alimentación, son principalmente el precio de los alimentos saludables y frescos, y luego el tiempo que requiere la planificación y la preparación de lo casero. Frente a todas estas dificultades, algunos entrevistados señalan que es necesario que la Ley PAS se acompañe con otras medidas complementarias, entre ellas, proponen políticas que garanticen la asequibilidad de alimentos saludables para toda la población y la difusión de campañas de educación para la población general y puntualmente en las escuelas. En este sentido, es importante señalar que la Ley PAS indica en el Artículo 14. inciso a) que es facultad de la autoridad de aplicación elaborar los contenidos básicos informativos y educativos, con el fin de que a través de la publicidad oficial se realicen diferentes campañas masivas de información, difusión y comunicación tendientes a lograr el efectivo cumplimiento de la Ley N° 27.642 que por la presente se reglamenta, focalizándose especialmente en los niños, las niñas y adolescentes(5). Sin embargo, aún está pendiente de que el Estado realice una campaña con estas características a nivel nacional.

Es de esperar que las percepciones positivas acerca de la ley PAS observados en el presente estudio se vean mejorados cuando se implemente de forma completa la ley con el resto de sus componentes, y que a su vez se acompañe con una campaña masiva de comunicación a nivel nacional, promoviendo de forma complementaria mejores hábitos alimentarios en la población. Por ejemplo, en el caso de Chile, un estudio de grupos focales mostró que la política en las escuelas mejoró el impacto del uso de sellos de advertencias en las familias, con un rol fundamental de los

NNyA como agentes multiplicadores de la medida, al promover mejoras dentro de su núcleo familiar(18). Es decir que se evidenció una importante interacción y complementariedad entre los diferentes componentes de la ley.

Como conclusión, la presente investigación contribuye a una mejor comprensión de cómo los esfuerzos regulatorios pueden modificar el comportamiento de los consumidores. Este tipo de información es crucial para fortalecer la implementación de la política a nivel nacional, así como para orientar futuras acciones complementarias como parte de una estrategia integral para promover entornos alimentarios más saludables.

Es necesario promover políticas públicas integrales y complementarias que faciliten el acceso a alimentos sanos de manera sostenible e inclusiva, promuevan la adopción de las buenas prácticas alimentarias y garanticen el derecho a la información, a una alimentación adecuada y a la salud de NNyA. Asimismo, la promoción de entornos saludables, que garanticen el acceso a agua potable y alimentos frescos, es fundamental para que las infancias se desarrollen plenamente en ejercicio de sus derechos.

6

Bibliografía



1. UNICEF. Nutrition, for Every Child. . Nutrition, for Every Child: UNICEF Nutrition Strategy 2020–2030 [Internet]. Disponible en: <https://www.unicef.org/media/92031/file/UNICEF%20Nutrition%20Strategy%202020-2030.pdf>
2. Micha R, Peñalvo JL, Cudhea F, Imamura F, Rehm CD, Mozaffarian D. Association Between Dietary Factors and Mortality From Heart Disease, Stroke, and Type 2 Diabetes in the United States. *JAMA*. 7 de marzo de 2017;317(9):912-24.
3. Oviedo-Solís CI, Monterrubio-Flores EA, Cediel G, Denova-Gutiérrez E, Barquera S. Trend of Ultraprocessed Product Intake Is Associated with the Double Burden of Malnutrition in Mexican Children and Adolescents. *Nutrients*. enero de 2022;14(20):4347.
4. Panorama regional de la seguridad alimentaria y nutricional - América Latina y el Caribe 2022 - OPS/OMS | Organización Panamericana de la Salud [Internet]. [citado 9 de marzo de 2023]. Disponible en: <https://www.paho.org/es/documentos/panorama-regional-seguridad-alimentaria-nutricional-america-latina-caribe-2022>
5. Boletín Oficial de la República Argentina. PROMOCIÓN DE LA ALIMENTACIÓN SALUDABLE Decreto 151/2022 DCTO-2022-151-APN-PTE - Apruébase la Reglamentación de la Ley N° 27.642. 2022.
6. Grunert KG, Wills JM, Fernández-Celemín L. Nutrition knowledge, and use and understanding of nutrition information on food labels among consumers in the UK. *Appetite*. octubre de 2010;55(2):177-89.
7. Richard A. Krueger & Mary Anne Casey. Focus Groups. A Practical Guide for Applied Research. 4th Edition. 2009;
8. Carters-White L, Hilton S, Skivington K, Chambers S. Children's, parents' and professional stakeholders' views on power concerning the regulation of online advertising of unhealthy food to young people in the UK: A qualitative study. *PloS One*. 2022;17(6):e0268701.
9. FIC Argentina. Análisis de las actitudes y percepciones de adolescentes frente a campañas de comunicación para la promoción de la alimentación saludable. 2022.
10. Pan American Health Organization. Front-of-Package labeling as a policy tool for the prevention of noncommunicable diseases in the Americas. [Internet]. 2020. Disponible en: https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/52740/PAHON-MHRF200033_eng.pdf?sequence=6&isAllowed=y

11. Khandpur N, de Moraes Sato P, Mais LA, Bortoletto Martins AP, Spinillo CG, Garcia MT, et al. Are Front-of-Package Warning Labels More Effective at Communicating Nutrition Information than Traffic-Light Labels? A Randomized Controlled Experiment in a Brazilian Sample. *Nutrients*. 28 de mayo de 2018;10(6):688.
12. Deliza R, de Alcantara M, Pereira R, Ares G. How do different warning signs compare with the guideline daily amount and traffic-light system? *Food Qual Prefer*. 1 de marzo de 2020;80:103821.
13. Arrúa A, Machín L, Curutchet MR, Martínez J, Antúnez L, Alcaire F, et al. Warnings as a directive front-of-pack nutrition labelling scheme: comparison with the Guideline Daily Amount and traffic-light systems. *Public Health Nutr*. septiembre de 2017;20(13):2308-17.
14. Castronuovo L, Tiscornia MV, Guarnieri L, Martins E, Gomes FS, Allemandi L. Efficacy of different front-of-package labeling systems in changing purchase intention and product healthfulness perception for food products in Argentina. *Rev Panam Salud Publica Pan Am J Public Health*. 2022;46:e137.
15. Castronuovo L, Tiscornia MV, Guarnieri L, Martins E, Gomes FS, Allemandi L. Efficacy of different front-of-package labeling systems in changing purchase intention and product healthfulness perception for food products in Argentina. *Rev Panam Salud Publica Pan Am J Public Health*. 2022;46:e137.
16. Brewer NT, Parada H, Hall MG, Boynton MH, Noar SM, Ribisl KM. Understanding Why Pictorial Cigarette Pack Warnings Increase Quit Attempts. *Ann Behav Med Publ Soc Behav Med*. 1 de marzo de 2019;53(3):232-43.
17. Ares G, Antúnez L, Curutchet MR, Galicia L, Moratorio X, Giménez A, et al. Immediate effects of the implementation of nutritional warnings in Uruguay: awareness, self-reported use and increased understanding. *Public Health Nutr*. febrero de 2021;24(2):364-75.
18. UNICEF, FIC Argentina. Situación alimentaria de niños, niñas y adolescentes en Argentina [Internet]. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: UNICEF/FIC Argentina; 2023 [citado 7 de junio de 2023]. Disponible en: bit.ly/3r4JdCb
19. Correa T, Fierro C, Reyes M, Dillman Carpentier FR, Taillie LS, Corvalan C. "Responses to the Chilean law of food labeling and advertising: exploring knowledge, perceptions and behaviors of mothers of young children". *Int J Behav Nutr Phys Act*. 13 de febrero de 2019;16(1):21.

