

2017 Octubre, 7(1): 1-1

ESTUDIO EXPLORATORIO DE LA OFERTA DE BEBIDAS SIN ALCOHOL EN COMERCIOS MAYORISTAS Y MINORISTAS DE CIUDAD DE LA PLATA

Brenda Papalardo, Silvia García, Mariana Prestes, María Victoria Fasano, Luciana Olmedo, María Florencia Henning, Agustina Malpeli, María Gabriela Bisceglia. Magalí Pellon Maison.

*Instituto de Investigaciones Bioquímicas de La Plata. Facultad de Ciencias Médicas (UNLP)
magalipellon@yahoo.com.ar*

Introducción

Los hábitos de consumo alimentario actuales promueven el sobrepeso y la obesidad. Se consiguen alimentos a menores precios, particularmente aquellos con una alta densidad energética y con mayor grado de procesamiento, como las bebidas endulzadas con edulcorantes calóricos. La Argentina se posiciona como uno de los líderes del mercado y como uno de los mayores consumidores a nivel mundial de este tipo de bebidas.

Objetivos

Los objetivos de este trabajo fueron:

- Explorar el contenido total de hidratos de carbono y tipo de edulcorante de las bebidas sin alcohol ofrecidas a la venta en comercios de La Plata.
- Comparar la oferta de bebidas sin alcohol y su contenido en edulcorantes calóricos y no calóricos en comercios de centros comunales de diferente nivel socioeconómico.

Materiales y métodos

Se realizó un estudio observacional, analítico, de corte transversal. Se relevó la oferta de bebidas sin alcohol en dos comercios mayoristas de la ciudad. El método de recolección de datos utilizado fue de registro in situ. Se detalló nombre comercial, tipo, sabor, fabricante, contenido de hidratos de carbono totales, contenido de edulcorantes calóricos, presencia de edulcorantes no calóricos, precio, y volumen. A partir de estos datos se consignó el contenido total de hidratos de carbono por porción (200 ml) y se analizó la asociación entre tipo de edulcorante presente y precio. Asimismo, se analizó la oferta de bebidas en comercios minoristas (n=104) de centros comunales de la ciudad de La Plata caracterizados según nivel socioeconómico.

Resultados

La oferta de productos que contienen edulcorantes calóricos y no calóricos en mercados mayoristas fue similar (46% y 54% respectivamente). Aproximadamente la mitad de las bebidas listas para consumir contenían edulcorantes calóricos y la mitad edulcorantes no calóricos. Lo mismo ocurrió con los jugos en polvo. En el caso de los jugos concentrados, fueron más frecuentes aquellos que presentaron edulcorantes no calóricos en su formulación. El 40% de los productos que contienen edulcorantes calóricos declaró JMAF como ingrediente de manera no ambigua, mientras que en el 37% de estos productos la presencia de JMAF resultó incierta (rótulos que declararon "JMAF y/o azúcar", "JMAF o azúcar" o "azúcares"). La declaración de sacarosa (azúcar) como ingrediente se halló prácticamente restringida a la categoría de jugos en polvo. Las bebidas listas para consumir representaron un 65% de la oferta en el mercado. Estas bebidas son las que aportan mayor cantidad de hidratos de carbono por porción y presentaron un precio más elevado. Las bebidas que declaran JMAF como único edulcorante presentaron un menor precio que las que declaran JMAF en combinación con azúcar o en combinación con azúcar y edulcorantes no calóricos. El menor precio fue el de los jugos en polvo, con edulcorantes calóricos y no calóricos que declaran un bajo contenido de sacarosa (2,85g/200ml) en combinación con edulcorantes no calóricos. Los productos que contienen edulcorantes calóricos lideran la oferta en comercios de distinto nivel socioeconómico. La oferta de bebidas listas para consumir con edulcorantes calóricos fue mayor en los comercios de estrato socioeconómico bajo. La oferta de jugos concentrados y en polvo fue mayor en los comercios de estrato socioeconómico bajo.

Conclusión

El rotulado de bebidas endulzadas con edulcorantes calóricos es ambiguo. Se recomienda eliminar los términos "JMAF y/o azúcar", "JMAF o azúcar" y "azúcares" y describiendo, como lo determina el Código Alimentario Argentino en su capítulo X "contiene Jarabe de Maíz de Alta Fructosa o contiene JMAF. Es prioritario regular las publicidades de las bebidas calóricas, debido al impacto negativo que estas tienen en la salud de la población a nivel mundial. Las dos acciones anteriores deben ir acompañadas por intervenciones educativas en escuelas y por diferentes medios de comunicación, de manera que la población, especialmente aquella más vulnerable, conozca las recomendaciones sobre la disminución de la ingesta de azúcares y el contenido de éstos en las bebidas.