La economía conductual como instrumento de análisis social en el etiquetado de alimentos y bebidas no alcohólicas en la Ciudad de México

Antonio Javier Piña Sánchez¹, Jeannett Santamaría Acosta¹

RESUMEN

Introducción: El sobrepeso y la obesidad en México han alcanzado niveles sin precedentes, donde tan sólo al cierre del año 2019, siete de cada diez adultos, cuatro de cada diez adolescentes, y, uno de cada tres niños, presentaban estos problemas de salud. En este sentido, la política del etiquetado en alimentos y bebidas no alcohólicas representa una ventana de oportunidad para reducir los índices de sobrepeso y obesidad, así como para modificar los hábitos y estilos de vida en el consumo social. Para tal enmienda, los estudios de políticas públicas han comenzado a observar más allá de su diseño, implementación y evaluación; nutriéndose de aportes científicos, tales como la economía conductual, la cual establece que nuestras conductas, no siempre son racionales, pues su racionalidad acotada cuenta con sesgos y límites cognitivos; e incluso irracionales por los errores sistemáticos y predecibles. Comportamientos racionales, porque se espera la maximización de nuestras decisiones para nuestro provecho; comportamientos de racionalidad limitada, porque la información con la que contamos al decidir, se encuentra sesgada, incompleta y está en función de nuestros procesos cognitivos y de la complejidad de los problemas públicos; e irracionales, porque podemos actuar de formas contrarias a nuestro propio interés o el de otros, para el caso de este estudio, por ejemplo, una persona puede consumir más alimentos de lo establecido en una dieta balanceada aun con el etiquetado octagonal, poniendo en riesgo su salud.

Objetivo: Evaluar el diseño de la política pública del sobrepeso y obesidad con relación al etiquetado en alimentos y bebidas no alcohólicas, mediante la economía conductual.

Metodología: Se efectuó un diseño no experimental, hipotético-deductivo, con un enfoque mixto a partir de 50 encuestas de carácter cuantitativo (cuestionarios) y cualitativo (entrevistas), las cuales fueron aplicadas a

1. Instituto Politécnico Nacional, Postgrado, México.

E-mail: politologo.javi@gmail.com

Este trabajo de investigación es producto de la tesis para grado de maestría del primer coautor.

DOI: 10.26885/rcei.foro.2020.23

estudiantes universitarios, amas de casa, profesionistas y obreros.

Resultados: Se demostró que el etiquetado es de índole descriptiva, lo cual genera dificultad en la comprensión social de los consumidores de alimentos y bebidas no alcohólicas, al elegir entre sus opciones. El etiquetado octagonal (nudge) recientemente se ha incorporado a México, empero, para hacerlo más efectivo como medida de advertencia, se requiere: a) generar un monitoreo y seguimiento en su evaluación, es decir, identificar cuál fue el comportamiento de los consumidores al no optar por alimentos etiquetados señalados como altos en azúcares, grasas, sodio y calorías; b) conocer sí a partir de otras elecciones de alimentos, se creó un entorno más saludable en los estilos y hábitos de consumo; c) es necesario integrar nuevas herramientas de evaluación como la Inteligencia Artificial (IA): algoritmos, aplicaciones, big data; para aprovechar la evolución de cada persona en su salud por grupos etarios, la IA comienza a ser de uso común en el sector privado.

Conclusiones: Las decisiones sociales se basan en comportamientos racionales, de racionalidad acotada e irracionales en los problemas públicos, en consecuencia, es necesario incluir la economía del comportamiento al enfoque de políticas públicas para reducir los sesgos y errores en la toma de decisiones.

Palabras clave: economía conductual, nudge y políticas públicas.

REFERENCIAS

- Ariely, D. (2017). *Las trampas del deseo. Cómo controlar los impulsos que nos llevan al error*. bokket.
- GobMX. (14 de noviembre de 2019). *Gobierno de México. Obtenido de Instituto de Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores del Estado*. <https://www.gob.mx/issste/articulos/sobrepeso-y-obesidad-combatelos-con-presyo-alimentacion-adecuada-y-actividad-fisica>
- Kahnmenan, D. (2016). *Pensar Rápido, Pensar Despacio*. Debolsillo.
- Morales, C., & Malo, M. (19 de agosto de 2019). *Etiquetado frontal de productos alimenticios como herramienta de protección a la salud pública*. <http://comisiones.senado.gob.mx/salud/etiquetado.php>
- Sustein, C. R., & Thaler, R. H. (2018). *Un pequeño empujón. El impulso que necesitas para tomar mejores decisiones sobre salud, dinero y felicidad*. Taurus.