

PROYECTO

“Escalando y evaluando las políticas y programas de reducción de sal en América Latina” (IDRC #108167)

Financiado por el Centro Internacional para el Desarrollo de la Investigación de Canadá (IDRC)

RESULTADOS

OBJETIVO 1A.

En cada país se recolectaron datos en cadenas de supermercados de diferente nivel socioeconómico, mediante el programa de información del etiquetado de alimentos (FLIP), en el Perú el total de alimentos registrados fue 2747, de los cuales 685 alimentos fueron parte del análisis, ya que estos ingresaban en las 12 sub categorías de alimentos que presentan metas regionales para la reducción de sodio (pan, sopas, mayonesa, galletas y galletitas, tortas, carnes procesadas, cereales para desayuno, quesos, mantequilla/pastas lácteas para untar, aperitivos y pastas).

En todos los países participantes se encontró que la mayoría de productos cumplen con las metas regionales establecidas como se detalla a continuación:

Paraguay (n=3092)	Perú (n=685)	Costa Rica (n=1721)	Brasil (n=1453)	Argentina (n=1375)
•90%	•88%	•84%	•81%	•87%

OBJETIVO 1B

Se recolectaron 20 preparaciones culinarias entre alimentos artesanales, alimentos de la calle (venta ambulancia) y comida rápida, estos alimentos fueron analizados en un laboratorio del cual se obtuvieron los resultados del contenido de sodio, la humedad y la ceniza. El contenido de sodio de los alimentos analizados se comparó con el sistema de perfil de nutrientes del Traffic Light System del Reino Unido del cual resultó que la mayoría de los alimentos analizados tiene un contenido medio de sodio (>120mg/100g, ≤ 600mg/100g).

OBJETIVO 2

Se desarrolló el “Plan Regional de Mercadeo Social y Comunicación para la reducción de sal en América Latina” que representa una estrategia innovadora que busca cerrar las brechas entre lo que los consumidores saben y lo que realmente hacen, y tiene como metas:

- Disminuir la demanda de sal y de ingredientes con un alto contenido de sodio que se usan en la preparación y consumo de comidas en el hogar
- Aumentar la demanda de ingredientes naturales y menos procesados (bajo en sodio / menos sal) utilizados en la preparación de la comida en el hogar.

El plan está basado en una investigación formativa cuyos resultados (ver Publicaciones) permitieron desarrollar los conceptos creativos: Tradición, Sabor, Amor y Fuente secreta. En Perú el plan tiene como público objetivo primario a las madres de niños en edad preescolar ya que este público se encuentra más receptivo al cambio, por lo tanto, mayor oportunidad de impacto positivo en el cumplimiento de las metas.

OBJETIVO 5

Los resultados del presente proyecto se han presentado en diferentes eventos frente a representantes del Ministerio de Salud, de organizaciones internacionales, de la academia y de organizaciones no gubernamentales.