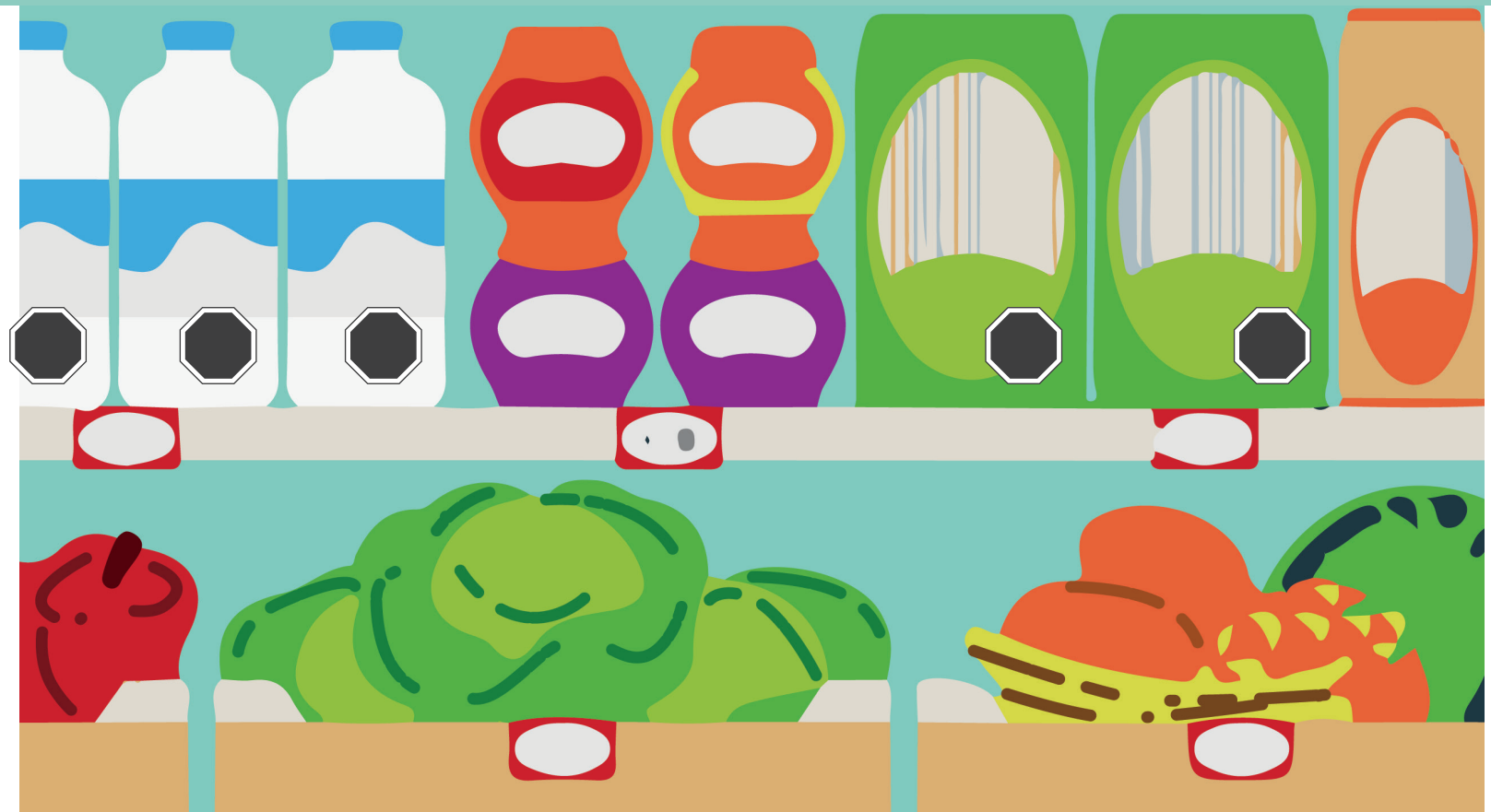




Espacio Interdisciplinario
Universidad de la República
Uruguay

unicef 
para cada infancia

Exploración de los efectos del rotulado nutricional frontal en las decisiones de compra de la población uruguaya



Exploración de los efectos del rotulado nutricional frontal en las decisiones de compra de la población uruguaya

Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia, UNICEF Uruguay
Núcleo Interdisciplinario “Alimentación y Bienestar”, Espacio Interdisciplinario, Universidad de la República
Sensometría y Ciencia del Consumidor, Instituto Polo Tecnológico de Pando, Facultad de Química, Universidad de la República

Autores

Lucía Antúnez, Ana Giménez, Gastón Ares

Montevideo, diciembre de 2021

Corrección de estilo: Susana Aliano Casales

Diseño: Harto Estudio



@unicefuruguay

Por cuestiones de simplificación en la redacción y de comodidad en la lectura, en el informe se optó por utilizar términos genéricos como *los participantes*, *los consumidores* o *los ciudadanos*, sin que ello implique discriminación de género.

Contenido

Resumen	5
1 Introducción	6
2 Objetivos	7
3 Metodología	8
4 Resultados	
4.1. Conocimiento y percepción de la rotulación nutricional frontal	8
4.2. Efecto de la rotulación nutricional frontal en las decisiones de compra	10
5 Conclusiones	16
Referencias	17

Resumen

Los objetivos del presente trabajo fueron evaluar el conocimiento y la percepción del rotulado nutricional frontal por parte de la población adulta uruguaya y explorar su efecto sobre las decisiones de compra cuatro meses después de su entrada en plena vigencia.

El rotulado nutricional frontal es una de las políticas públicas que ha implementado el Estado uruguayo para promover hábitos alimentarios saludables en la población. Esta política fue aprobada en agosto de 2018 y entró en plena vigencia el 1.º de febrero de 2021.

Los objetivos del presente trabajo fueron evaluar el conocimiento y la percepción del rotulado nutricional frontal por parte de la población adulta uruguaya y explorar su efecto sobre las decisiones de compra cuatro meses después de su entrada en plena vigencia.

Se realizó un estudio *online* en el que participaron 858 personas con edades comprendidas entre 18 y 96 años. Los resultados obtenidos mostraron un elevado nivel de conocimiento y aceptación del rotulado nutricional frontal por parte de la población uruguaya. El 63% de los participantes afirmó que la presencia de rótulos frontales ha influido en sus decisiones de compra, motivándolos a reducir la compra de productos con rótulos o a sustituirlos por productos con menos rótulos o sin ellos. Esto sugiere que la política está siendo exitosa en desincentivar la compra de productos con perfiles nutricionales desfavorables en una proporción importante de la población.

1

Introducción

La prevalencia de malnutrición por exceso y enfermedades no transmisibles en la población uruguaya hace necesaria la implementación de políticas públicas costo-efectivas que promuevan hábitos alimentarios saludables.¹⁻² En este contexto, el Estado uruguayo ha implementado una serie de medidas que incluyen acciones de promoción de la lactancia materna, la promoción de entornos alimentarios saludables en los centros educativos, la disminución progresiva de las grasas trans de producción industrial como ingrediente de los alimentos y el rotulado nutricional frontal.³

La expresión *rotulado nutricional frontal* refiere a rótulos que se incluyen en la parte frontal de los envases de alimentos para proporcionar información resumida sobre su composición nutricional.⁴ En agosto de 2018, Uruguay aprobó la implementación de un sistema de rotulado nutricional basado en advertencias octogonales de color negro, por medio del Decreto 272/18.⁵ De acuerdo a este decreto, los alimentos envasados en ausencia del cliente, a los que en su proceso de elaboración se les haya agregado azúcares, grasas o sal, deben incluir un rótulo frontal si el contenido de azúcares, grasas, grasas saturadas o sodio supera los límites establecidos.⁵ Unos días después de su entrada en vigencia, el 1.º de marzo de 2020, se observó un elevado nivel de conocimiento y aceptación de la medida por parte de la población uruguaya.⁶ Luego de un proceso de revisión de la política,⁷⁻⁸ el rotulado nutricional frontal entró en plena vigencia el 1.º de febrero de 2021.⁹

La implementación del rotulado nutricional frontal genera una serie de efectos en el comportamiento de la población, los cuales a largo plazo pueden derivar en una mejora en su estado de salud (Figura 1).¹⁰⁻¹¹ Una vez que los ciudadanos conocen los rótulos frontales y los ven en los productos al momento de realizar las compras, se espera que los interpreten fácilmente y los tengan en cuenta para tomar sus decisiones. El efecto esperado a partir de la implementación del rotulado nutricional frontal es que desmotive la compra de productos con excesivo contenido de azúcares, grasas, grasas saturadas y sodio, ocasionando una reducción en la ingesta de dichos nutrientes. Por otra parte, el rotulado nutricional frontal podría motivar a la industria a reducir el contenido de azúcares, grasas y sodio de sus productos, contribuyendo positivamente a la calidad de la alimentación de la población uruguaya. A largo plazo, estos efectos contribuirían a reducir la prevalencia de sobrepeso, obesidad y enfermedades no transmisibles a nivel poblacional.

La implementación del rotulado nutricional frontal genera una serie de efectos en el comportamiento de la población, los cuales a largo plazo pueden derivar en una mejora en su estado de salud

FIGURA 1. MODELO LÓGICO DE LOS IMPACTOS ESPERADOS DE LA IMPLEMENTACIÓN DEL ROTULADO NUTRICIONAL FRONTAL.



2

Objetivos

Los objetivos del presente trabajo fueron evaluar el conocimiento y la percepción del rotulado nutricional frontal por parte de la población adulta uruguaya y explorar el efecto del rotulado frontal sobre las decisiones de compra cuatro meses después de su entrada en plena vigencia.

3

Metodología

En el presente trabajo se resumen los principales resultados obtenidos a partir de un estudio *online* realizado en junio de 2021, estando en vigencia plena el rotulado nutricional frontal basado en el sistema de advertencias nutricionales en productos envasados. Participaron 858 personas (68% mujeres, 32% hombres) con edades comprendidas entre 18 y 96 años (promedio de edad de 41 años). Los participantes fueron reclutados por medio de avisos en Facebook e Instagram, dirigidos a usuarios mayores de 18 años residentes en Uruguay.

Durante el estudio se consultó a los participantes si conocían los rótulos frontales y si estos habían influido en sus decisiones de compra. A los participantes que manifestaron que la rotulación frontal no había influido en sus decisiones de compra se les pidió que expresaran los motivos. Por otra parte, a quienes respondieron afirmativamente se les pidió que indicaran de qué manera los rótulos frontales habían influido en sus decisiones de compra y que respondieran una serie de preguntas vinculadas con el uso del rotulado frontal en el momento de la compra de alimentos. Adicionalmente, todos los participantes respondieron una serie de preguntas orientadas a evaluar su percepción con relación al rotulado nutricional frontal.

4

Resultados

El 98% de los participantes conocía el rotulado nutricional frontal, lo que indica un amplio conocimiento de la medida por parte de la población.

4.1. Conocimiento y percepción de la rotulación nutricional frontal

El 98% de los participantes conocía el rotulado nutricional frontal, lo que indica un amplio conocimiento de la medida por parte de la población. Como se presenta en la Figura 2, más del 70% de los participantes estuvo de acuerdo con una serie de afirmaciones vinculadas con la necesidad y la eficacia del rotulado frontal en lograr los objetivos planteados. En particular, se destaca que el 85% consideró que la medida ayuda a identificar claramente productos saludables, el 83% consideró que es una medida necesaria para mejorar la calidad de la alimentación de los uruguayos y el 77% manifestó que ayuda a mejorar la salud de la población uruguaya. Por el contrario, únicamente el 5% de los participantes consideró que el rotulado no los ayuda a identificar claramente productos poco saludables o que la medida no es necesaria.

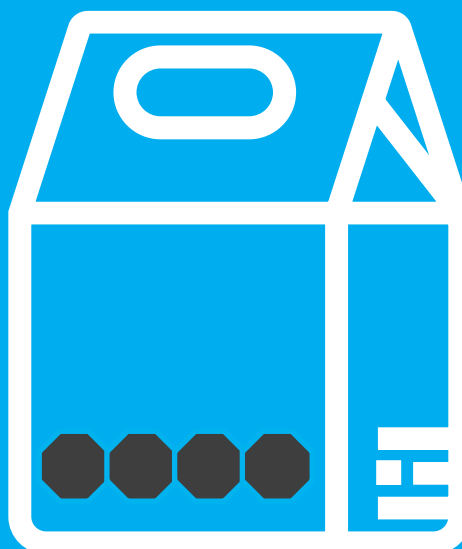
FIGURA 2. RESPUESTAS DE LOS PARTICIPANTES FRENTE A DISTINTAS AFIRMACIONES VINCULADAS CON LA EFICACIA DEL ROTULADO FRONTAL.

Me ayuda a identificar claramente productos poco saludables.

85% Sí / 5% NO

Me permite conocer mejor la composición nutricional de los productos que consumo.

78% Sí / 10% NO



Me ayuda a mejorar la calidad de mi alimentación.

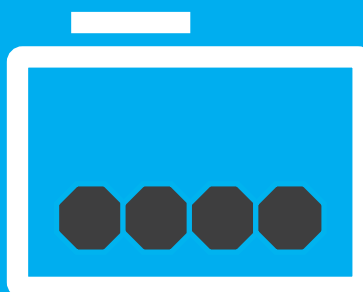
71% Sí / 10% NO

Es una medida necesaria para mejorar la calidad de la alimentación de los uruguayos.

83% Sí / 5% NO

Ayuda a mejorar la salud de la población uruguaya.

77% Sí / 7% NO



4.2. Efecto de la rotulación nutricional frontal en las decisiones de compra

En lo que respecta al uso del rotulado frontal, el 63% de los participantes indicó que la presencia de rotulación nutricional frontal ha influido sobre sus decisiones de compra. En la Tabla 1 se presenta un resumen de las respuestas de los participantes respecto a cómo han influido los rótulos frontales sobre sus decisiones de compra.

TABLA 1. DESCRIPCIÓN PROVISTA POR LOS PARTICIPANTES SOBRE LA INFLUENCIA DE LA PRESENCIA DE RÓTULOS FRONTALES EN SUS DECISIONES DE COMPRA.

¿Cómo ha influido la presencia de rótulos frontales?	Ejemplos
Reducción consumo/compra productos con los símbolos	<p>“Trato de comer menos cantidad de los que tienen etiquetas”, “Dejo de elegir los alimentos con estos símbolos o los compro muy de vez en cuando”, “He devuelto a la góndola algunos productos por cómo estaban marcados”, “Trato de eliminar de mi ingesta los productos con exceso de grasas saturadas por ejemplo, o si tiene exceso en azúcar compro, pero en poca cantidad”</p>
Sustitución por productos con menos símbolos o sin ellos	<p>“Trato de elegir los que no tienen”, “Generalmente haciéndome decidirme por la que no contenga excesos o contenga menos”, “Al momento de ver los símbolos decido buscar una alternativa sin ellos”, “Ante productos similares optar por el que tenga menos”, “Cambiar el producto pensando en algo más nutritivo y saludable”</p>
Posibilidad de tomar decisiones informadas	<p>“Me ayudan a tomar una elección más consciente de lo que quiero consumir”, “Gracias al etiquetado puedo saber cuál alimento lo contiene y cuál no. Antes no lo sabía, compraba por intuición o tradiciones”</p>
Reflexión sobre hábitos alimentarios	<p>“En el cuestionamiento de si comprar esos productos o no, que en general termino no consumiendo”, “Me arrepiento de comprarlos, no siempre pero muchas veces sí”, “He repensado muchas veces lo que como, y también se lo muestro a mi círculo afectivo y que recapaciten de lo que comen”, “Presto más atención”, “Tengo más cuidado al elegir”</p>
Han influido en ocasiones	<p>“Los uso como guía, aunque hago excepciones”, “No siempre”</p>
Cambios en patrones de compra/consumo	<p>“Compro menos porquerías desde que están las etiquetas”, “En la selección y la cantidad”</p>

¿Cómo ha influido la presencia de rótulos frontales?	Ejemplos
Sorpresa	“Para ver que algunos alimentos son menos saludables de lo que aparentan”, “Me sorprende la cantidad de sodio que tienen los productos que venden como <i>light</i> ”
Preocupación por la salud	“Evito las comidas con exceso de sodio por problemas de presión”, “Pensando dos veces el impacto que tiene el consumo excesivo en la salud”
Han influido positivamente	“Positivamente”
Facilidad de encontrar e interpretar el rotulado	“En lo posible trato de tener una alimentación más sana y los símbolos ayudan con esa decisión”, “Me ayudan también a tener información clara y rápida sobre un alimento del que desconozco la información nutricional”

El principal efecto de los rótulos frontales sobre las decisiones de compra fue la reducción en la compra de productos con rótulos frontales y la sustitución por productos con menos rótulos o sin ellos.

El principal efecto de los rótulos frontales sobre las decisiones de compra fue la reducción en la compra de productos con rótulos frontales y la sustitución por productos con menos rótulos o sin ellos. En este sentido, algunos de los participantes que afirmaron que sus decisiones de compra se han visto afectadas por la presencia de rótulos frontales manifestaron haber dejado de comprar o haber disminuido la frecuencia de consumo de productos con símbolos de exceso (Tabla 1). Por otra parte, otros participantes indicaron haber sustituido productos por otros que no tienen símbolos de exceso o que contienen menos símbolos. Adicionalmente, algunos participantes mencionaron que la presencia de rótulos frontales ocasionó cambios en el tipo de productos que seleccionan y en la cantidad, siendo menos explícitos con respecto a la estrategia concreta que utilizan para seleccionar los productos. Estos resultados sugieren que la presencia de rótulos frontales ha desincentivado la compra de productos con perfiles nutricionales desfavorables en parte de la población.

Adicionalmente, los participantes manifestaron que la presencia de rótulos frontales ha influido en sus decisiones de compra al darles la posibilidad de tomar decisiones informadas y conscientes, seleccionando productos más saludables para cuidar su salud. Resaltaron, además, que el rotulado frontal les permitió reflexionar sobre sus hábitos alimentarios y replantearse la forma en la que se alimentan. Algunos participantes también hicieron referencia a que se vieron sorprendidos al visualizar el rotulado frontal en productos que consideraban saludables, destacando que la medida les permitió entender que su percepción sobre algunos productos era incorrecta. Además, se resaltó la facilidad de encontrar e interpretar la información proporcionada por los rótulos frontales (Tabla 1).

Los participantes manifestaron que la presencia de rótulos frontales ha influido en sus decisiones de compra al darles la posibilidad de tomar decisiones informadas y conscientes, seleccionando productos más saludables para cuidar su salud.

A los efectos de explorar en mayor profundidad cómo los rótulos frontales influyen sobre las decisiones de compra de los consumidores uruguayos, se pidió a los participantes que respondieran una serie de preguntas sobre sus reacciones frente a la presencia de rótulos frontales en productos que consumen (abandono, reducción o ausencia de cambio en el consumo). Como se observa en la Figura 3, el 80% de los participantes expresó haber dejado de consumir productos por la presencia de rótulos frontales. De forma similar, el 76% indicó haber reducido la cantidad consumida o la frecuencia de consumo de productos debido a la presencia de los rótulos frontales. Las galletas dulces y saladas fueron la categoría más mencionada entre aquellos participantes que indicaron haber dejado de consumir un producto o consumirlo en menor cantidad o frecuencia de consumo (39%). Otras categorías ampliamente mencionadas fueron bebidas azucaradas, chocolates y golosinas, papas chips y otros snacks, fiambres y embutidos.

FIGURA 3. PORCENTAJE DE PARTICIPANTES QUE RESPONDIÓ AFIRMATIVAMENTE CUANDO FUERON CONSULTADOS RESPECTO A DISTINTAS REACCIONES AL ENCONTRAR RÓTULOS FRONTALES EN PRODUCTOS QUE CONSUMÍAN.



76%

Consumen en menor cantidad/frecuencia



80%

Dejó de consumir

Nota: Los porcentajes se calcularon sobre los participantes que indicaron que la presencia de rótulo frontal ha influido sus decisiones de compra (63%).

Por otra parte, el 37% de los participantes manifestó que sus decisiones de compra no se han visto afectadas por la presencia de la rotulación frontal. En la Tabla 2 se resumen los principales motivos expuestos por estos participantes. Es interesante destacar que un 16% de los participantes cuyas decisiones de compra no se han visto afectadas por la presencia de rótulos frontales manifestó que esto responde a que no consumen productos ultraprocesados.

TABLA 2. PORCENTAJE DE PARTICIPANTES QUE MENCIONÓ DISTINTOS MOTIVOS POR LOS QUE LA PRESENCIA DE RÓTULOS FRONTALES NO AFECTÓ SUS DECISIONES DE COMPRA.

Motivos	Ejemplos	Porcentaje de participantes (%)*
Conocía la información previo al rotulado	<p>“Porque en general conozco o leo los contenidos de los alimentos, además de su elaboración”,</p> <p>“Ya sé que las cosas que tienen los símbolos tienen exceso, no representan información útil”,</p> <p>“Porque conozco los alimentos y no preciso de las etiquetas”</p>	20
Decisión consciente	<p>“Ya lo sabía e igual compraba”,</p> <p>“Porque antes de todas formas ya sabía que estaba comiendo algo que tiene exceso de azúcar”,</p> <p>“Porque ya sé que tiene exceso de todo y no es producto saludable, pero lo voy a comer igual no tienen por qué recordarme lo malo que es”</p>	17
No consumía ultraprocesados	<p>“En general no compro comida procesada o fuera de casa, así que cuando lo hago no tengo en cuenta eso”,</p> <p>“Porque generalmente no consumo productos ultraprocesados, sino que compro los ingredientes y los elaboro. Si voy a comprar algo ultraprocesado compro lo que más me guste ya que es en escasas ocasiones”,</p> <p>“Porque en nuestra casa prácticamente no se compran productos que lleven esos símbolos”,</p> <p>“Ya tengo una forma de alimentarme tomando precauciones”</p>	16
Preferencia/ganas de consumir el producto	<p>“Porque yo como lo que tenga ganas, sin importar si tiene grasas o azúcar o sal”,</p> <p>“Porque las cosas con excesos son más ricas”,</p> <p>“Generalmente compro lo que me gusta, si tiene o no estas etiquetas no son relevantes para mí”,</p> <p>“Si quiero un producto específico no me interesa si tiene excesos”,</p> <p>“Porque pueden más mis ganas de comer lo que me gusta”</p>	12

Motivos	Ejemplos	Porcentaje de participantes (%)*
Consumo poco frecuente o en poca cantidad	<p>“Porque ya sé que contienen cada cosa (los excesos). No los consumo habitualmente. Así que lo elijo sabiendo, como una especie de antojo”,</p> <p>“Intento siempre comprar alimentos saludables, siempre compro los mismos si tienen exceso de algún nutriente generalmente son alimentos que consumimos los fines de semana o en poca cantidad”,</p> <p>“Los compro como excepción, por lo tanto no los considero alimentos de consumo permanente y solo me doy el gusto de vez en cuando sin culpas”</p>	9
No lo tomó en cuenta	<p>“No les doy ninguna importancia”,</p> <p>“Realmente no les presto mucha atención, en general como lo que tenía en mente comprar sin fijarme en esta señalización”</p>	7
Baja percepción de riesgo	<p>“Me gusta vivir la vida con sabor y sin culpas. Por más sacrificios que haga me voy a morir igual. Eliminar los excesos está bien pero eliminar el espíritu de la comida está mal.”,</p> <p>“Porque no tengo problemas de salud y como de todo”,</p> <p>“No me importa”</p>	5
Usaba otra información del paquete	<p>“Porque antes leía las etiquetas de los productos y sabía lo que estaba comprando. El nuevo etiquetado solo lo aclara en el frente del producto”,</p> <p>“Prefiero leer los ingredientes”,</p> <p>“Suelo leer las etiquetas y proporciones de contenidos”</p>	4
Costumbre	<p>“Porque ya tenemos una cultura gastronómica impregnada a la hora de tomar estas decisiones”,</p> <p>“Porque si ya los compraba los sigo comprando, no me afectó”,</p> <p>“Estoy acostumbrada a estos productos. me da un poco de culpa, pero sigo comprándolos”</p>	4
Falta de disponibilidad de alternativas	<p>“Cuando voy al supermercado en busca de, por ejemplo, un <i>snack</i> salado con exceso de grasa, no veo en la góndola una alternativa a él que sea más saludable. Más bien lo que veo son góndolas enteras de productos que ahora tienen esas simpáticas etiquetas”,</p> <p>“Casi todos los alimentos los tienen”</p>	4

Motivos	Ejemplos	Porcentaje de participantes (%)*
Costo	“Aunque soy consciente de lo que indican los símbolos de exceso en los alimentos muchas veces, la parte económica es la que lleva a tomar la decisión”, “Opciones baratas frecuentemente tienen excesos”	3
Etiquetado no genera confianza	“Creo que son exagerados”, “Letreros que hasta cierto punto mal informan. Hay muchas cosas que no tienen etiquetas de exceso y son tan o más dañinas”	2
Falta de claridad	“¿Cuánto es aceptable en cada caso, cada producto, cada persona?”	1

Nota: Los porcentajes se calcularon sobre los participantes que indicaron que la presencia de rótulos frontales no influye sobre sus decisiones de compra (37%). La suma de porcentajes supera el 100% porque la respuesta de los participantes no necesariamente involucraba una única categoría.

Uno de los principales motivos expuestos por los participantes que indicaron que sus decisiones de compra no se han visto influidas por la presencia del rotulado frontal fue considerar que ya conocían de antemano la información que este brinda y que no les aporta información útil (Tabla 2). Por otra parte, la decisión consciente de elegir un producto más allá de la presencia de rótulos frontales fue otro de los principales motivos para no tenerlos en cuenta (Tabla 2). Los participantes destacaron que son conscientes de que el producto no es saludable, pero deciden comprarlo igual.

Las costumbres y preferencias aparecen también como motivos relevantes para seguir comprando productos con rótulos frontales. Entre los motivos expuestos se destaca también el consumo poco frecuente o en pequeñas cantidades de productos con rótulos frontales. En este sentido, es interesante resaltar que la percepción de los consumidores respecto a tener una baja frecuencia de consumo o consumir poca cantidad de un producto no necesariamente se condice con un bajo consumo real del producto.

Por otra parte, aunque en menor medida, la falta de disponibilidad de alternativas, el alto costo de los productos saludables y la falta de confianza en los rótulos frontales fueron mencionados entre los motivos para no modificar las decisiones de compra al visualizar el rotulado frontal (Tabla 2).

5

Conclusiones

Los resultados del presente trabajo sugieren un conocimiento generalizado del rotulado nutricional frontal por parte de la población uruguaya. El nivel de conocimiento actual de la medida es mayor al reportado en marzo de 2020.⁶ El rotulado frontal tuvo un alto nivel de aprobación y fue evaluado como una medida necesaria que le permite a la población tomar decisiones informadas sobre las características nutricionales de los alimentos envasados que consume, contribuyendo a una mejora en la calidad de la alimentación.

El 63% de los participantes afirmó que la presencia de rótulos frontales ha influido en sus decisiones de compra. El principal efecto de la rotulación frontal fue la reducción en la compra de productos con rótulos y la sustitución por productos con menos rótulos o sin ellos. Entre los participantes cuyas decisiones de compra se han visto afectadas por la presencia de rotulación frontal, el 80% indicó haber dejado de consumir productos con rótulos frontales y el 76% indicó consumirlos en menor cantidad o frecuencia. Esto sugiere que la medida está logrando desincentivar la compra de productos con perfiles nutricionales desfavorables en una proporción importante de la población.

Referencias

1. Mozaffarian, D.; Angell, S. Y.; Lang, T. et al. (2018): Role of government policy in nutrition-barriers to and opportunities for healthier eating. *BMJ*, 361, k2426.
2. United Nations General Assembly (2011); Political declaration of the high-level meeting of the general assembly on the prevention and control of non communicable diseases, 16 September 2011. Disponible en: <www.ncdalliance.org/sites/default/files/UN%20Political%20Declaration%20on%20NCDs.pdf>.
3. Ministerio de Salud Pública (2019): Interpelaciones y respuestas a las enfermedades no transmisibles en Uruguay: documento de actualización sobre la situación de las ENT en Uruguay. Montevideo: Ministerio de Salud Pública.
4. Dean, M.; Spence, M.; Hodgkins, C.; Raats, M. M. (2015): Front-of-pack (FOP) labelling of foods and beverages. *Advances in Food and Beverage Labelling*, pp. 113-118-131 [P Berryman, editor]. Duxford: Woodhead Publishing.
5. Ministerio de Salud Pública (2018): Decreto 272/18. Montevideo: Ministerio de Salud Pública.
6. Ares, G.; Antúnez, L.; Giménez, A.; et al. (2020): Efectos inmediatos de la implementación del rotulado nutricional frontal en Uruguay. Montevideo: UNICEF, Udelar. Disponible en: <<https://www.unicef.org/uruguay/informes/efectos-inmediatos-de-la-implementacion-del-rotulado-nutricional-frontal-en-uruguay>>
7. Presidencia de la República Oriental del Uruguay (2020): Decreto 091/020. Montevideo: Presidencia de la República Oriental del Uruguay.
8. Presidencia de la República Oriental del Uruguay (2020): Decreto 246/020. Montevideo: Presidencia de la República Oriental del Uruguay.
9. Presidencia de la República Oriental del Uruguay (2020): Decreto 034/021. Montevideo: Presidencia de la República Oriental del Uruguay.
10. Grunert, K. G.; Wills, J. M. (2007): A review of European Research on consumer response to nutrition information on food labels. *Journal of Public Health*, 15, 385-399.
11. Crockett, R. A.; King, S. E.; Marteau, T. M.; et al. (2018): Nutritional labelling for healthier food or non-alcoholic drink purchasing and consumption. *Cochrane Database Syst Rev.* 2, CD009315.

