

Experiencias en torno a la apropiación de los sellos de advertencia en los empaques de alimentos y su influencia en la decisión de compra en Colombia y Brasil

Autoras:

Erica Marcela Aranguren Reina,
Alejandra Patricia Bastos Ramírez.

Fundación Universitaria Juan N Corpas.

Correos electrónicos: Alejandrapatico04@gmail.com, ericaranguren@gmail.com

Apoyo de campo en Brasil: Welle Oliveira. Estudiante de medicina de Escola Bahiana de Medicina e Saúde Pública.

Directora: Daniela Arango Ruda.

Tutora Brasil: Ana Marice Teixeira Ladeia.

1. Introducción

El etiquetado de alimentos en los empaques o envases presenta una información valiosa para los consumidores con el propósito de proporcionar detalles y características generales del producto, facilitando la toma de decisiones [1-3]. Sin embargo, es fundamental entender estas elecciones a partir de la lectura de diversos factores, como lo son la cultura, el nivel socioeconómico, la educación, las tradiciones y demás elementos que confluyen para que una persona lleve un producto a su hogar o decida comprarlo para su consumo o el de su familia. [4-7].

2. Objetivo

Describir las experiencias en torno a la apropiación de los sellos de advertencia en los empaques de alimentos y su influencia en la decisión de compra en Colombia y Brasil.

Objetivos específicos

- » Caracterizar sociodemográficamente a la población que participará del estudio en los supermercados de Colombia y Brasil.
- » Determinar la influencia del etiquetado frontal de advertencia en la decisión de compra.
- » Identificar las experiencias de apropiación del etiquetado frontal de advertencia en los alimentos empacados.

3. Materiales y métodos

El estudio fue de tipo cualitativo; se desarrolló mediante un enfoque etnográfico con orientación fenomenológica, dado que su juicio implica la observación y participación directa en la vida cotidiana de un grupo de personas para entender sus prácticas culturales y sociales. La selección de los participantes se hizo mediante muestreo por oportunidad para un total de 44, en supermercados de Colombia (Bogotá y Yopal) y Brasil (Salvador de Bahía), a quienes se realizaron entrevistas semiestructuradas. El análisis se realizó con Microsoft Excel 2017 (datos sociodemográficos) y NVivo 1.7.2 (análisis cualitativo). Se garantizó el rigor metodológico mediante criterios de credibilidad, dependencia, confirmabilidad y transferibilidad, asegurando la validez y coherencia del proceso investigativo.

4. Resultados

Se cuenta con una muestra de 44 personas. En Brasil (Salvador de Bahía), la muestra está compuesta por 18 participantes, con edades entre los 25 y 85 años (media: 52,5 años; desviación estándar: 17,7). Predominó la participación femenina (66,6 %). La mayor concentración de participantes se encontró en el rango de 51 a 60 años.

El resultado de las entrevistas realizadas en los supermercados en Brasil revela una amplia diversidad sobre la percepción y la apropiación de los rótulos de advertencia en los alimentos empacados y ultraprocesados. En las respuestas de los entrevistados se pudieron evidenciar diferentes niveles de reconocimiento, tanto

visual como de conocimientos respecto a sus ingredientes, comprensión de los mensajes y respuestas frente a esta política pública que fomenta la toma de decisiones alimenticias saludables.

En Colombia la subcategoría de cantidad y beneficios fue mencionada por varios entrevistados, quienes expresaron que cuando ven el sello de advertencia disminuyen su consumo. Lo anterior refleja una apropiación flexible del conocimiento, donde los entrevistados no necesariamente limitaron por completo el consumo, sino que disminuyeron la cantidad de veces que lo compraban, lo cual modula la percepción del riesgo.

Comparando el conocimiento sobre los sellos, en Colombia es más visual y simbólico, mientras que entre los entrevistados en Brasil se percibió como técnico y confuso. Asimismo, estos resultados reflejan que, aunque la reacción de preocupación es común en ambos contextos, en comparación con Brasil, en Colombia predomina debido a la visibilidad del sello de advertencia sumado a una comprensión simbólica inmediata, la uniformidad del diseño y su gran tamaño.

Principales hallazgos del trabajo de campo

- » La mayoría de las personas mayores en Brasil no identifican los sellos, especialmente si no tienen enfermedades de base.
- » Los sellos son percibidos como pequeños y poco llamativos en Brasil; en Colombia, todos los entrevistados dicen que los han percibido por el tamaño en los productos empaquetados.
- » Las personas con restricciones alimenticias (propias o familiares) son más conscientes de su presencia.
- » Existen inconsistencias en el diseño y tamaño del etiquetado frontal según producto, marca y supermercado.
- » Los productos dirigidos a públicos con mayor poder adquisitivo tienen más visibilidad en etiquetado y mayor oferta saludable.

- » Aunque el conocimiento del etiquetado no es generalizado, las entrevistas sirvieron como instrumento educativo espontáneo. La visibilidad del sello sigue siendo un factor crítico para su impacto.

5. Conclusiones

Los sellos de advertencia constituyen una herramienta con potencial para influir en la elección de alimentos, pero en Colombia y Brasil su apropiación es limitada. Se requiere un diseño uniforme, claro y altamente visible; además de campañas educativas y estrategias que reduzcan desigualdades en el acceso a productos saludables.

Es crucial destacar que en las personas mayores la falta de percepción de los rótulos es mayor debido a su pequeño tamaño y escaso contraste con los demás elementos de los empaques, lo cual limita considerablemente su función informativa. Asimismo, el consumo de alimentos empaquetados con rótulos frontales de advertencia es determinado por factores como el precio, las costumbres y dinámicas culturales, más allá de la información nutricional de los productos. En Brasil existen aspectos relacionados con el diseño de los rótulos: tamaño, estructura, falta de uniformidad y ubicación, entre otros aspectos visuales, que se encargan de llamar la atención de los compradores en los supermercados.

En Colombia los sellos frontales de advertencia han logrado posicionarse visualmente dentro del proceso de compra, especialmente en zonas urbanas como Bogotá, donde el acceso a la información es mayor. Sin embargo, los conglomerados muestran que la decisión de compra de los entrevistados sigue siendo el resultado de varios factores, como la fidelidad a la marca, el precio, características socioculturales o la influencia del entorno.

Referencias

1. Organización Panamericana de la Salud. Etiquetado frontal [Internet]. Washington, DC. 2023 [citado el 10 de octubre de 2024]. Disponible en: <https://www.paho.org/es/temas/etiquetado-frontal>

2. Organización Panamericana de la Salud. El etiquetado frontal como instrumento de política para prevenir enfermedades no transmisibles en la Región de las Américas [Internet]. Washington, DC. 2020. [citado el 10 de octubre de 2024]. Disponible en <https://iris.paho.org/handle/10665.2/53013>
3. García-Zapata LM, Bermolen M, Jara G, Contreras A. Estado de las Políticas de regulación para el consumo de azúcar y para la comida chatarra en 3 países de América Latina. *Int. j interdiscip. dent.* [Internet]. Agosto de 2023;16(2):121-124. Disponible en: http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2452-55882023000200121&lng=es. <http://dx.doi.org/10.4067/s2452-55882023000200121>
4. Organización Mundial de la Salud. Enfermedades no transmisibles. Washington, DC [Internet]. Septiembre de 2024 [citado el 10 de octubre de 2024]. Disponible en: <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/noncommunicable-diseases>
5. Organización Panamericana de la Salud. El etiquetado frontal como instrumento de política pública para prevenir enfermedades no transmisibles en la Región de las Américas. [Internet]. Washington D. C.: OPS. 2020 [citado el 18 de octubre de 2024]. Disponible en: https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/53013/OPSNMHRF200033_spa.pdf
6. Correa-Páez JP. Comestibles ultra procesados: qué son y cómo evitarlos según expertos. *Revista Pesquisa Javeriana* [Internet]. Julio de 2022 [citado el 14 de octubre de 2024]. Disponible en: <https://www.javeriana.edu.co/pesquisa/alimentos-ultraprocesados-que-son-cuales-son-comestibles/>
7. De la Cruz C, Rolls-Villaud M. Impacto del etiquetado frontal en la elección de alimentos procesados y ultraprocesados. [Tesis de Licenciatura en Nutrición]. Concepción (Uruguay). Universidad de Concepción del Uruguay. 2023 [citado el 14 de octubre de 2024]. Disponible en: <http://repositorio.ucu.edu.ar/xmlui/handle/522/635>