Artículo de investigación

Cómo citar:
Morales-Quintero, J.; Macía Álvarez, L. &, Fina Ruiz, C. (2025). Influencia de los sellos frontales con advertencias nutricionales en la decisión de compra de frituras y alimentos procesados en estudiantes de la Universidad Católica Luis Amigó Sede Medellín. Mediaciones, 34(21), pp. 99-112. https://doi.org/10.26620/uniminuto.mediaciones.21.34.2025.99-112

Editorial:
Corporación Universitaria Minuto de Dios, UNIMINUTO

ISSN: 1692-5688 | **eISSN**: 2590-8057

DOI: https://doi.org/10.26620/uniminuto.mediaciones.21.34.2025.99-112

Recibido: Julio 5 de 2024
Aceptado: Enero 28 de 2025
Publicado: Junio 7 de 2025

Jhon Esteban Morales-Quintero
Universidad Católica Luis Amigó
jhon.moralesqu@amigo.edu.co
https://orcid.org/0000-0002-2925-742X
Colombia

Laura Macía Álvarez
Universidad Católica Luis Amigó
laura.maciaal@amigo.edu.co
https://orcid.org/0009-0008-9191-7004
Colombia

Catalina Fina Ruíz
Universidad Católica Luis Amigó
catalina.finaru@amigo.edu.co
https://orcid.org/0009-0009-1735-2372
Colombia

CC BY

INFLUENCIA DE LOS SELLOS FRONTALES CON ADVERTENCIAS NUTRICIONALES EN LA DECISIÓN DE COMPRA DE FRITURAS Y ALIMENTOS PROCESADOS EN ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD CATÓLICA LUIS AMIGÓ SEDE MEDELLÍN

Influence of front-of-package nutritional warning labels on the purchase decision of fried snacks and processed foods among students at Universidad Católica Luis Amigó, Medellín Campus

Influência dos Selos Frontais com Advertências Nutricionais na Decisão de Compra de Frituras e Alimentos Processados entre Estudantes da Universidade Católica Luis Amigó – Sede Medellín

Resumen

La práctica de consumo de frituras y alimentos procesados con excesos de nutrientes críticos ha sido una preocupación constante por parte de entes y organismos de control en salud pública en los países de Latinoamérica. Así pues, los gobiernos de turno han implementado diferentes estrategias como incluir sellos frontales en los empaques para informar a los consumidores sobre la ingesta de grasas trans, azúcares añadidos, sodio, grasas saturadas y edulcorantes. Esta investigación se centra en analizar la influencia de los sellos frontales octogonales en la decisión de compra de frituras y alimentos procesados en los estudiantes de la Universidad Católica Luis Amigó sede Medellín. Se emplea un enfoque cualitativo con un tipo de investigación de carácter descriptivo y un muestreo no probabilístico accidental, utilizando la encuesta como técnica de investigación para comprender cómo estas advertencias influyen en la decisión de compra de los consumidores. Uno de los principales hallazgos es que el 59,8% de los consumidores presta mayor atención a los sellos frontales octogonales presentes en los snacks a diferencia de otras categorías. Además, si el producto cuenta con más de tres sellos octogonales frontales, el 38,6% de los encuestados refieren que es muy poco probable que lo compre.

Palabras clave: Consumo; Alimento; Nutrición, Costumbres Alimenticias; Industria Alimentaria; Consumidor.

Abstract

The consumption of fried snacks and processed foods high in critical nutrients has been a constant concern for public health authorities and regulatory bodies across Latin America. Accordingly, governments have implemented various strategies, such as placing front-of-package warning labels to inform consumers about the intake of trans fats, added sugars, sodium, saturated fats, and sweeteners. This research focuses on analyzing the influence of octagonal front-of-package warning labels on the purchase decisions of fried snacks and processed foods among students at Universidad Católica Luis Amigó, Medellín campus. A qualitative approach was used, with a descriptive type of research and accidental non-probabilistic sampling, applying a survey as the research technique to understand how these warnings influence consumer purchasing behavior. One of the main findings is that 59.8% of consumers pay more attention to octagonal warning labels on snack products compared to other categories. Furthermore, if a product has more than three octagonal front labels, 38.6% of respondents stated that it is very unlikely they would purchase it.

Keywords: Consumption; Food; Nutrition; Eating Habits; Food Industry; Consumer

Resumo

O consumo de frituras e alimentos processados com altos teores de nutrientes críticos tem sido uma preocupação constante de entidades e órgãos de controle em saúde pública nos países da América Latina. Assim, os governos têm implementado diferentes estratégias, como a inclusão de selos frontais nas embalagens para informar os consumidores sobre o teor de gorduras trans, açúcares adicionados, sódio, gorduras saturadas e adoçantes. Esta pesquisa centra-se em analisar a influência dos selos frontais octogonais na decisão de compra de frituras e alimentos processados entre os estudantes da Universidade Católica Luis Amigó – sede Medellín. Adota-se uma abordagem qualitativa, com tipo de pesquisa descritiva e amostragem não probabilística acidental, utilizando-se o questionário como técnica de investigação para compreender como essas advertências influenciam a decisão de compra dos consumidores. Um dos principais achados é que 59,8% dos consumidores prestam mais atenção aos selos frontais

Conflicto de intereses:

Los autores han declarado que no existen intereses en competencia.

octogonais presentes em snacks do que em outras categorias. Além disso, quando o produto possui mais de três selos frontais octogonais, 38,6% dos entrevistados afirmam que é muito improvável que o comprem.

Palavras-chave: Consumo; Alimento; Nutrição; Hábitos Alimentares; Indústria Alimentar; Consumidor

INTRODUCCIÓN

Procedencia

El siguiente texto es realizado por el Semillero de Investigación Publicitaria Émico, adscrito a la línea de Publicidad Social del Programa de Publicidad y al grupo Urbanitas de la Facultad de Comunicación, Publicidad y Diseño, de la Universidad Católica Luis Amigó. El financiamiento y los recursos de la investigación fueron realizados por los autores de la presente investigación.

Antecedentes

El consumo de frituras y alimentos procesados con excesos de nutrientes críticos como las grasas trans, los azúcares añadidos, el sodio, las grasas saturadas y los edulcorantes se ha convertido en una preocupación de salud pública no solo a nivel nacional sino a nivel internacional, pues como lo indican la Organización Panamericana de Salud y la Organización Mundial de la Salud "se asocia a las enfermedades no transmisibles que más afectan a la población: sobrepeso u obesidad, diabetes, hipertensión arterial, enfermedades vasculares, cardiacas, cerebrales y renales" (Organización Panamericana de la Salud, 2022, p. 9)

En respuesta a esta problemática, los gobiernos de turno se han dado a la tarea de implementar y exigir políticas que obliguen a las empresas que producen alimentos procesados y ultra procesados a la utilización de etiquetas octogonales que adviertan sobre los riesgos nutricionales del consumo de este tipo de alimentos. Puntualmente, el Ministerio de Salud y Protección Social de Colombia establece la resolución 2492 de 2022, donde "se modifican los artículos 2, 3, 16, 25, 32, 37 y 40 de la Resolución 810 de 2021 que establece el reglamento técnico sobre los requisitos de etiquetado nutricional y frontal que deben cumplir los alimentos envasados y empacados para consumo humano" (Invima, 2023, p. 1), permitiendo a los consumidores tomar decisiones alimentarias más saludables como lo refiere el Informe de etiquetado frontal como instrumento de política para prevenir enfermedades no transmisibles en la Región de las Américas, realizado por la Organización Panamericana de la Salud (OPS) (Organización Panamericana de la Salud, 2020).

Así mismo, la directora de la Organización Panamericana de la Salud afirma que "las etiquetas de advertencia en el frente de los envases pueden servir de guía para tomar decisiones más saludables, salvar vidas, mejorar la calidad de vida en la región y proteger nuestros derechos humanos y los de nuestros niños" (Organización Panamericana de la Salud, 2020), pues esto permite proporcionar información clara y accesible a los

Morales-Quintero, J.; Macía Álvarez, L. &, Fina Ruiz, C. (2025). Influencia de los sellos frontales con advertencias nutricionales en la decisión de compra de frituras y alimentos procesados en estudiantes de la Universidad Católica Luis Amigó Sede Medellín. Mediaciones, 34(21), pp. 99–112. https://doi.org/10.26620/uniminuto.mediaciones.21.34.2025.99-112

consumidores sobre el contenido nutricional de los productos para "empoderar a más consumidores para tomar decisiones alimentarias que sean beneficiosas para su salud y bienestar…" (Food and Agriculture Organization, 2018, p. 2).

Sin embargo, a pesar de los avances en la implementación de las políticas de sellos frontales en Colombia y Latinoamérica, existe la necesidad de comprender mejor cómo estas políticas afectan a grupo demográficos específicos, como los estudiantes universitarios, y los factores que influyen en la decisión de compra, teniendo en cuenta que su alimentación "se caracteriza por ser poco variada y de baja calidad nutricional" (Maza-Ávila, Caneda-Bermejo y Vivas-Castillo, 2022, p. 1). En adición, estudios previos como el realizado por Sánchez Duque (2021) han explorado la forma como las advertencias nutricionales han impactado la intención de compra en adolescentes entre los 14 y 17 años en Colombia, arrojando resultados sin efecto significativo en la intención de compra e identificación de un producto como riesgoso.

Según Rogers y Gonzáles Arias (2023), los estudiantes universitarios incluyen en sus dietas bajas cantidades de verduras y frutas independiente del Programa que estudien, permitiendo la discusión y el debate sobre la oferta de alimentos y la necesidad de implementar estrategias efectivas para la promoción de hábitos alimentarios saludables. Agregando a lo anterior, en Colombia hay un escaso desarrollo frente a temas de protección al consumidor en relación con otros continentes, siendo los consumidores susceptibles a publicidad engañosa (Santiago y González, 2022).

En el contexto de la Universidad Católica Luis Amigó en Medellín, Colombia, esta investigación busca llenar este vacío de conocimiento, teniendo en cuenta que la hipótesis de trabajo plantea que los sellos frontales con advertencias nutricionales influyen en la decisión de compra de frituras y alimentos procesados entre los estudiantes universitarios de la Facultad de Comunicación, Publicidad y Diseño de la Universidad mencionada. Esta población resulta relevante para la investigación, ya que son jóvenes en una etapa clave de formación y desarrollo de hábitos alimentarios (Martín-Aragón y Marcos, 2008) además de que representan una cantidad considerable de la población colombiana, pues según el Departamento Administrativo Nacional de Estadística – DANE, hasta el 2020 se estimaba en Colombia una población de 12.672.168 jóvenes de 14 a 28 años, los cuales representaban el 25% de la población total (Departamento Administrativo Nacional de Estadística [DANE], 2020).

Es relevante destacar que la presente investigación tiene un enfoque cualitativo con un diseño descriptivo (Ortiz, 2015). A través de encuestas, se recopilarán datos para comprender cómo las advertencias nutricionales en los productos procesados y ultra procesados influyen en la decisión de compra de los consumidores, identificando factores que pueden llevar a los jóvenes a elegir productos con ciertos sellos octogonales. Esta información permitirá comprender mejor el impacto de las políticas implementadas por el gobierno colombiano en las decisiones de compra de jóvenes consumidores de este tipo de alimentos, particularmente, en los estudiantes de la Universidad Católica Luis Amigó sede Medellín. En adición, las empresas podrán desarrollar estrategias más efectivas para comunicar la información nutricional de sus productos de forma clara y concisa,

así como el diseño e implementación de campañas publicitarias más responsables con los consumidores contribuyendo a un contexto publicitario más ético , comprometido con el bienestar y la salud de las personas.

METODOLOGÍA

Este artículo responde a un enfoque cualitativo con carácter descriptivo (Hernández et al., 2014), el cual busca analizar la influencia y percepción de la decisión de compra de frituras y alimentos procesados en los estudiantes de la Universidad Católica Luis Amigó sede Medellín. Así pues, se utiliza la encuesta como técnica de investigación (Casas et al., 2003), siendo aplicada mediante Google Formularios a 109 estudiantes pertenecientes a la Facultad de Comunicación, Publicidad y Diseño; 9 estudiantes de la Facultad de Derecho y Ciencias Políticas; 4 estudiantes de la Facultad de Ciencias Sociales, Salud y Bienestar; 4 estudiantes de la Facultad de Ingenierías y Arquitectura, y 3 estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas, Económicas y Contables lo que permite recolectar información medible y descripción de características y comportamientos de los encuestados frente a la decisión de compra de frituras y alimentos procesados.

Se trabaja con un muestreo no probabilístico accidental, o bola de nieve, de acuerdo con Alperin y Skorupka (2014) en el que “se localizan algunos individuos de la población y estos conducen a otros que llevan a otros” (p.14), con el fin de ampliar más la muestra y, por ende, la información. Una vez invitados, los participantes autorizan el tratamiento de datos personales y el consentimiento informado de participación suministrado para el estudio y, luego, acceden al formulario en línea.

La encuesta consta de seis secciones. En la primera sección aceptan su participación y confirman haber leído y estar de acuerdo con los propósitos de la investigación, el tratamiento de datos y el consentimiento informado. En la segunda se indaga por información demográfica del participante, así como la Facultad y Programa al cual está adscrito. En la tercera sección se hace una breve introducción acerca de los sellos frontales y se pregunta si ha visto este tipo de sellos en los empaques de alimentos en Colombia. La sección cuatro indaga sobre los conocimientos que tiene el participante acerca de los sellos octogonales con advertencias nutricionales. La quinta sección cuestiona acerca de la influencia de los sellos frontales en la decisión de compra, y la sección seis contiene los agradecimientos por haber participado en la encuesta.

Por último, se realiza el tratamiento, análisis e interpretación de los datos para dar respuesta a la pregunta de investigación: ¿los sellos frontales con advertencias nutricionales influyen en la decisión de compra de frituras y alimentos procesados en estudiantes de la Universidad Católica Luis Amigó sede Medellín?

RESULTADOS

Información demográfica

Las encuestas realizadas previamente a los estudiantes permitieron identificar que el 94% de la muestra lo conforma el grupo entre las edades de 18 – 29 años, con un recuento

Morales-Quintero, J.; Macía Álvarez, L. &, Fina Ruiz, C. (2025). Influencia de los sellos frontales con advertencias nutricionales en la decisión de compra de frituras y alimentos procesados en estudiantes de la Universidad Católica Luis Amigó Sede Medellín. Mediaciones, 34(21), pp. 99–112. https://doi.org/10.26620/uniminuto.mediaciones.21.34.2025.99-112

total de 121 personas; seguido del 5%, conformado por 7 personas entre las edades de 30 – 42 años; y un 1%, que corresponde a una persona, en un rango de edad mayor o igual a 43 años. . De los 129 participantes en las encuestas, se tienen 81 personas de sexo femenino que corresponden al 63% de la muestra, y 48 personas de sexo masculino que corresponden al 37% de la muestra.

De acuerdo con el Programa Académico y la cantidad de encuestados que afirmaron conocer los sellos frontales octogonales con advertencias nutricionales, los resultados se dividen así: 85 personas del Programa de Publicidad; 21 personas del Programa de Comunicación Social; 9 personas del Programa de Derecho; 3 personas del Programa de Psicología; 3 personas del Programa de Diseño Gráfico; 2 personas del Programa Tecnología en Desarrollo de Software; 2 personas del Programa de Administración de Empresas; 1 persona del Programa de Contaduría Pública; 1 persona del Programa de Ingeniería Civil; 1 persona del Programa de Actividad Física y Deporte, y 1 persona del Programa de Ingeniería de Sistemas, para un total de 129 personas.

La muestra está conformada por encuestados de diferentes Facultades pertenecientes a la Universidad Luis Amigó sede Medellín. Participaron 109 personas de la Facultad de Comunicación, Publicidad y Diseño; 9 personas de la Facultad de Derecho y Ciencias Políticas; 4 personas de la Facultad de Ingenierías y Arquitectura; 4 personas de la Facultad de Ciencias Sociales, Salud y Bienestar ,y 3 personas de la Facultad de Ciencias Administrativas, Económicas y Contables.

De las 129 personas encuestadas, 127 personas afirman haber visto un sello frontal en los empaques de alimentos y 2 personas afirman no haber visto un sello frontal en los empaques de alimentos. esto por esta razón, los resultados expuestos a continuación corresponden a las 127 personas que afirmaron haber visto un sello frontal en los empaques de alimentos.

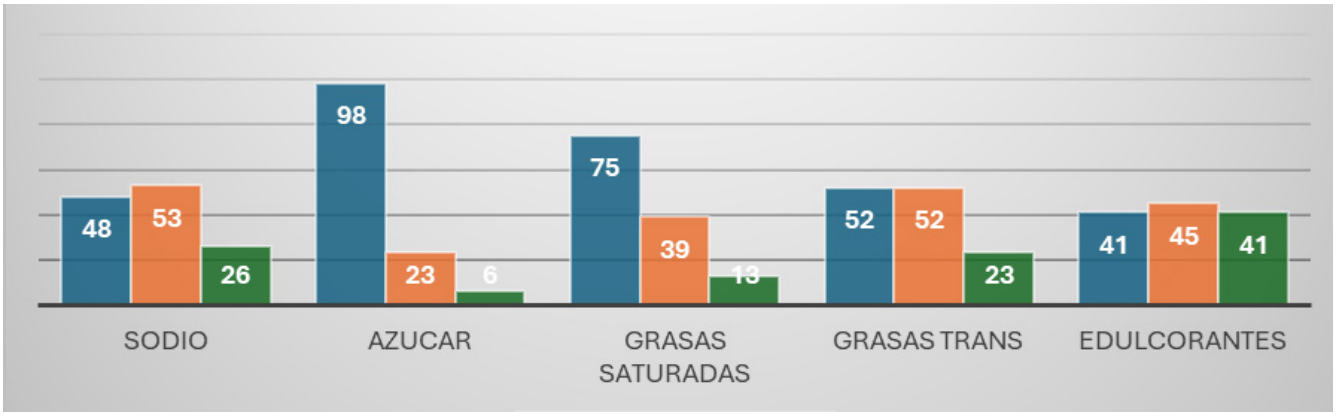
Conocimiento de los sellos frontales

Los 127 participantes en la encuesta que afirmaron haber visto un sello frontal en los empaques responden de forma múltiple al cuestionamiento de los alimentos procesados en los que suelen ver más sellos frontales con advertencias nutricionales, así, para 114 personas en las papitas fritas se suelen ver más sellos frontales con advertencias nutricionales; para 95 personas el mayor número de sellos está en pasabocas o extruidos de maíz; para 67 personas están en platanitos verdes o maduros; para 50 personas, en bolas dulces de maíz; para 45 personas, en rosquitas; para 42 personas, en palitos de harina de trigo; para 36 personas, en chicharrón; para 32 personas en palomitas de maíz; para 19 personas, en achiras; para 2 personas, en gaseosas y, finalmente, para 1 persona en la categoría de galleta, queso crema y chocolatinas.

Respecto al nutriente de Sodio, de los 127 encuestados, 48 mencionan que conocen de forma alta los perjuicios y problemas de este nutriente; 53 mencionaron que los conocen de forma media y 26, de forma baja; Para el nutriente de Azúcar, los 127 encuestados responden de la siguiente manera: 98 conoce los perjuicios y problemas relacionados de

forma alta; 23, de forma media y 6, de forma baja. Al nutriente de Grasas Saturadas, 75 personas responden conocer de forma alta los perjuicios; 39 personas, de forma media y 13, de forma baja. Para las Grasas Trans, 52 personas indican conocer de forma alta los perjuicios y problemas; 52 personas, de forma media y 23, personas de forma baja. Por último, para el nutriente de Edulcorantes, 41 personas responden conocer de forma alta los problemas relacionados; 45, de forma media y 41, de forma baja. Lo anterior, se puede ver en la Figura 1:

Figura 1. Niveles de conocimiento de perjuicios y problemas de acuerdo con el consumo



Fuente: Elaboración propia.

Siguiendo con los resultados, 71 participantes, que corresponden al 56% del tamaño de la muestra, refieren que sí leen la información de la etiqueta del alimento a ser consumido, mientras que 56 encuestados, correspondientes al 44% del tamaño de la muestra, dicen que no leen la información de la etiqueta del alimento. Así mismo, en forma de respuesta múltiple, 49 personas de las 127 encuestadas, refieren que leen los etiquetados frontales nutricionales por curiosidad; 45 personas no leen las etiquetas; 28 personas afirman leer estos por conocer las declaraciones de propiedades nutricionales y saludables del alimento; 21 personas lo hacen por la ubicación de la etiqueta; 16 personas, por la familiaridad con la información nutricional en la etiqueta; 12 personas por el color de la etiqueta y 1 persona refiere que la advertencia capta la atención y la lee.

Los motivos para no leer los sellos octogonales por parte de los encuestados con posibilidad de respuesta múltiple son: 62 personas refieren la falta de costumbre; para 40 personas se debe a la falta de atención y/o motivación; 40 personas indican que la información es poco comprensible; 7 personas afirman no confiar en la información presentada en el etiquetado y 1 persona responde que no lee los sellos debido al poco conocimiento sobre las sustancias y nutrientes que se consumen (ver Tabla 1).

En relación con la pregunta sobre el consumo de productos, los resultados se distribuyen así: paquetes dulces (74 personas) paquetes salados (62 personas), fritos (52 personas), pan (47 personas), horneados (37 personas) y ninguno (1 persona).

Morales-Quintero, J.; Macía Álvarez, L. &, Fina Ruiz, C. (2025). Influencia de los sellos frontales con advertencias nutricionales en la decisión de compra de frituras y alimentos procesados en estudiantes de la Universidad Católica Luis Amigó Sede Medellín. Mediaciones, 34(21), pp. 99-112. https://doi.org/10.26620/uniminuto.mediaciones.21.34.2025.99-112

Tabla 1. Razones de los encuestados para no leer los sellos octogonales

Razón	Cantidad de Personas
Falta de costumbre	62
Falta de atención y/o motivación	40
Información poco comprensible	40
No confían en la información presentada en el etiquetado	7
Poco conocimiento sobre las sustancias y nutrientes que se consumen	1

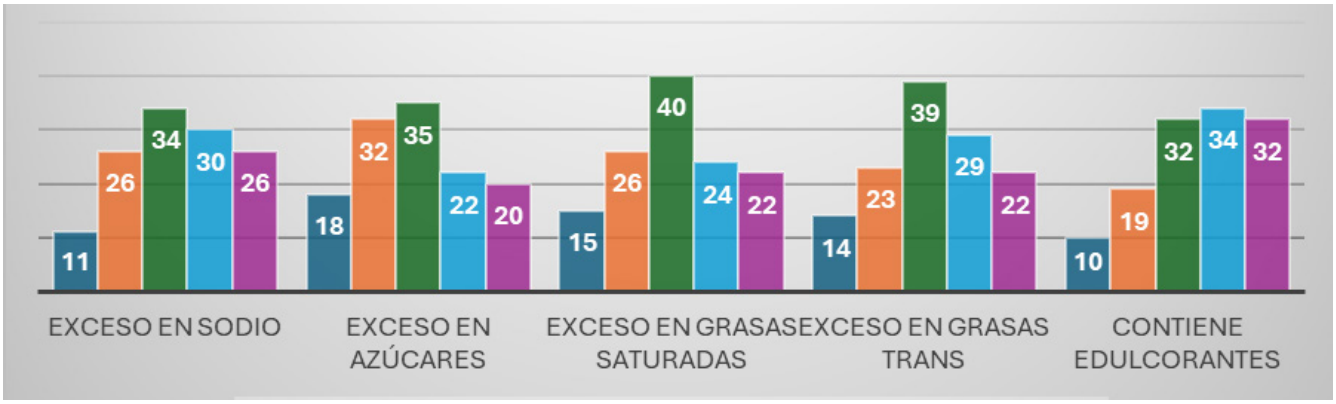
Fuente: Elaboración propia.

Influencia de los sellos frontales en la decisión de compra

Respecto a la pregunta: ¿lee la información de los sellos octogonales en los alimentos antes de tomar la decisión de comprarlos? 12 personas responden que siempre leen la información de los sellos octogonales en los alimentos antes de tomar la decisión de comprarlos; 28 personas dicen que casi siempre leen la información; 34 personas, a veces, 26 personas, casi nunca y 27 personas dicen que nunca.

Los encuestados responden a la pregunta: ¿en qué medida las siguientes advertencias influyen su toma de decisiones a la hora de comprar un alimento? Para el sello de advertencia de Exceso en Sodio, los resultados son:11 personas mencionan que siempre, 26 personas casi siempre, 34 personas a veces, 30 personas casi nunca y 26 personas nunca. Para la advertencia Exceso de Azúcares, 18 personas refieren que siempre, 32 personas casi siempre, 35 personas a veces, 22 personas casi nunca y 20 personas nunca. Para el sello de Exceso en Grasas Saturadas, 15 personas dicen que siempre, 26 personas dicen que casi siempre, 40 personas a veces, 24 personas casi nunca y 22 personas nunca. Para la etiqueta de Exceso de Grasas Trans, 14 personas responden que siempre, 23 personas casi siempre, 39 personas a veces, 29 personas casi nunca y 22 personas nunca. Por último, el para el sello de Contiene Edulcorantes, 10 personas responden siempre, 19 personas casi siempre, 32 personas a veces, 34 personas casi nunca y 32 personas nunca (ver Figura 2).

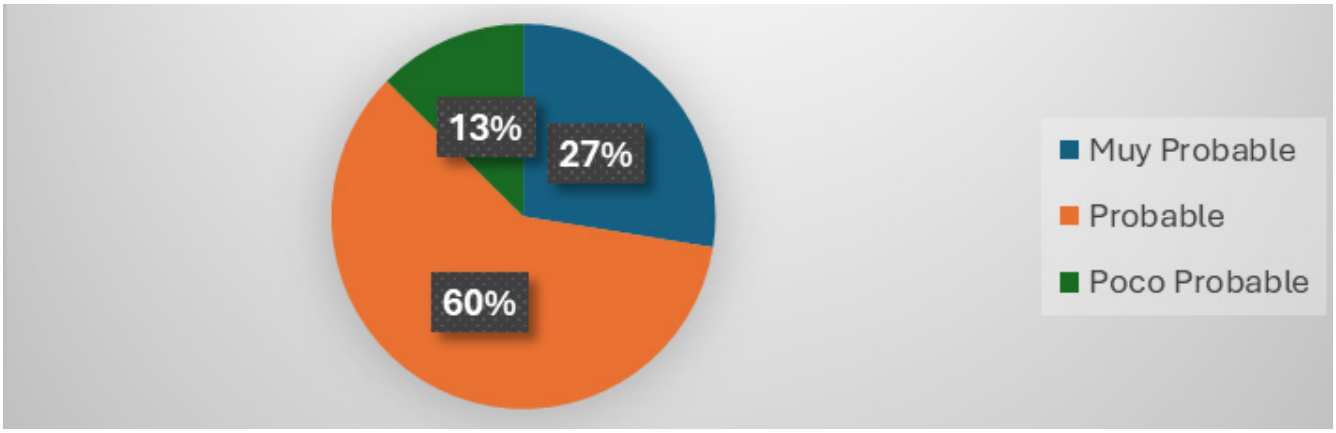
Figura 2. Influencia de las advertencias nutricionales en la toma de decisiones a la hora de comprar un alimento



Fuente: Elaboración propia.

Si un producto tiene un sello octogonal, las probabilidades de compra, se distribuyen así, en la muestra: para 35 personas es muy probable la compra; para el76 de los encuestados es probable y para 16 personas poco probable. Es de resaltar que no se tienen respuestas para el ítem no probable (ver Figura 3).

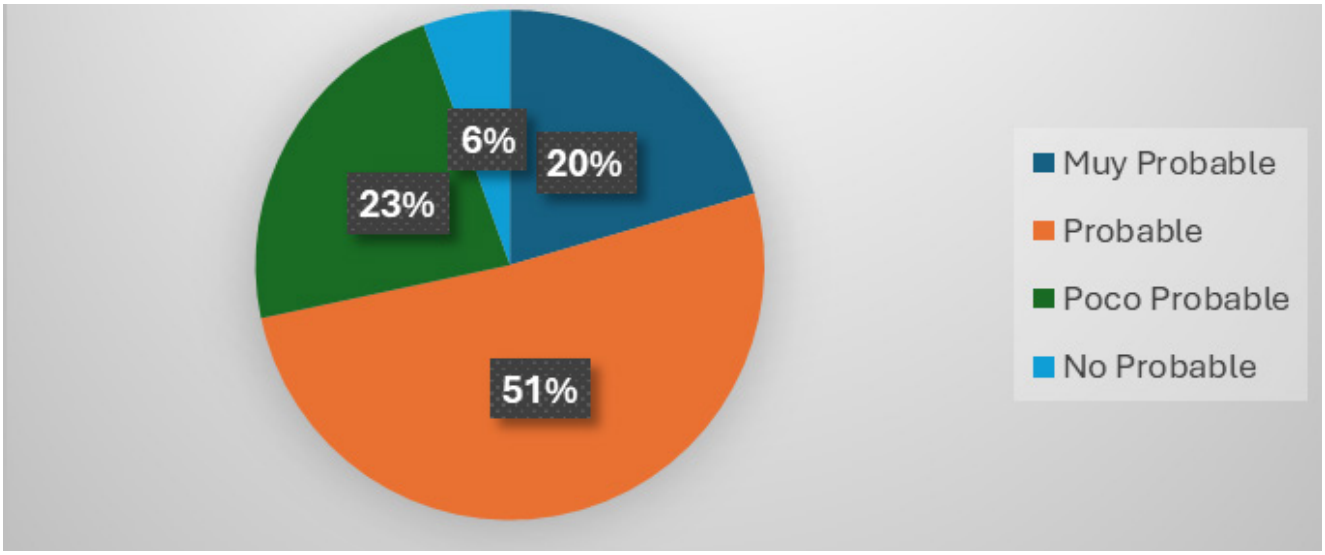
Figura 3. Probabilidades de compra para un producto con un sello octogonal



Fuente: Elaboración propia.

En cambio, si un producto presenta dos sellos octogonales, 26 de los encuestados responden que es muy probable que lo compren; 65 personas refieren que es probable, 29 personas que es poco probable y 7 personas que no es probable (ver Figura 4).

Figura 4. Posibilidades de compra para productos con dos sellos octogonales.

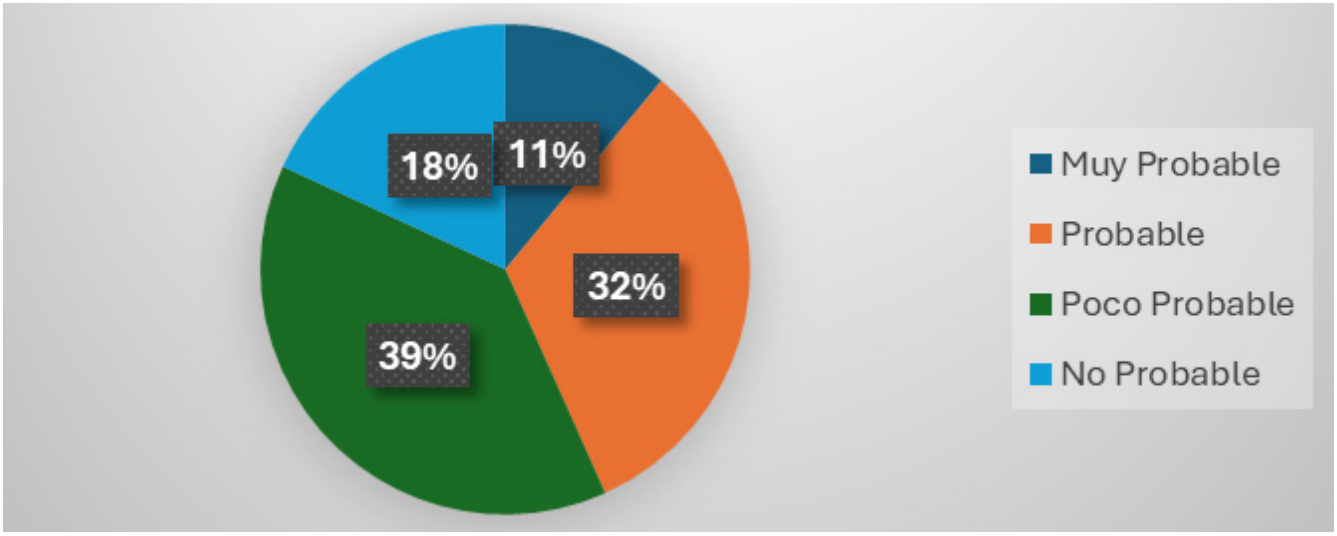


Fuente: Elaboración propia.

Si un producto presenta tres sellos octogonales, 14 de los encuestados responden que es muy probable que lo compren; para 41 personas es probable; para49 personas es poco probable y para 23 personas no es probable (ver Figura 5).

Morales-Quintero, J.; Macía Álvarez, L. &, Fina Ruiz, C. (2025). Influencia de los sellos frontales con advertencias nutricionales en la decisión de compra de frituras y alimentos procesados en estudiantes de la Universidad Católica Luis Amigó Sede Medellín. Mediaciones, 34(21), pp. 99-112. https://doi.org/10.26620/uniminuto.mediaciones.21.34.2025.99-112

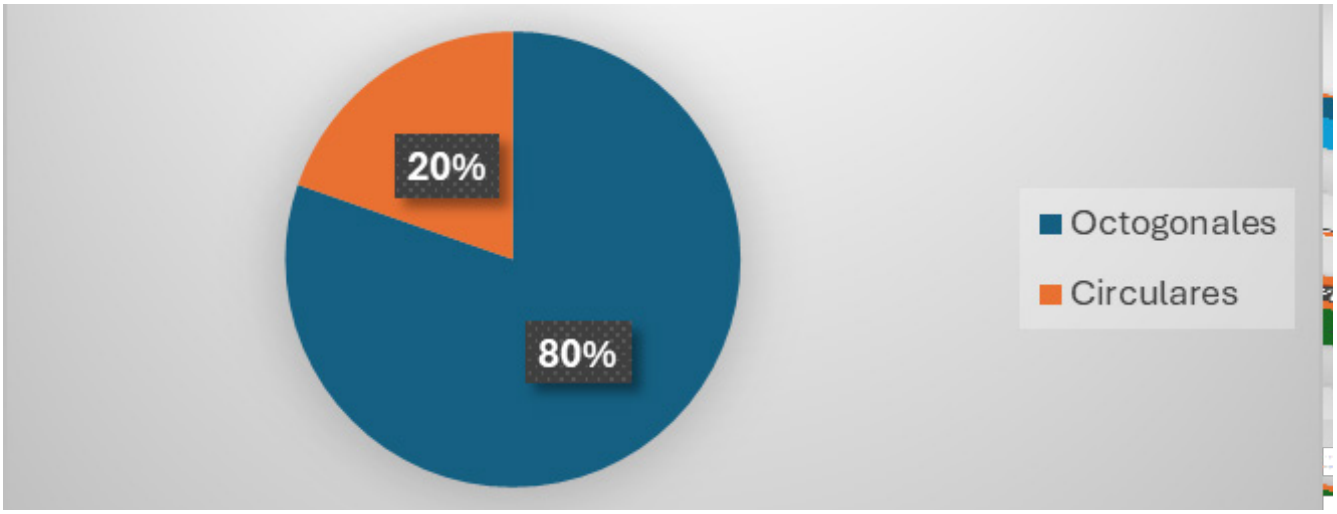
Figura 5. Posibilidades de compra para productos con dos Sellos octogonales



Fuente: Elaboración propia.

Para el ítem de "Seleccione la o las categorías de alimentos en las cuales presta mayor atención a los sellos octogonales de advertencia", los encuestados respondieron de forma múltiple de la siguiente forma: 76 personas en snacks, 57 personas en golosinas, 56 personas en bebidas, 45 personas en lácteos o derivados, 36 personas en cereales y derivados, 34 personas bizcochos o galletas, 25 personas en conservas y productos cárnicos, 13 personas en fórmulas infantiles, 8 personas para regímenes especiales de alimentación y 4 personas, ninguna. Por último, los participantes consideran cuál de los sellos octogonales, de acuerdo con su forma (circular u octogonal), es más restrictivo. 102 personas consideran las etiquetas octogonales más restrictivas, mientras 25 personas consideran los circulares más restrictivas (ver Figura 6).

Figura 6. Forma de la etiqueta más restrictiva según los encuestados



Fuente: Elaboración propia.

Discusión

Los resultados obtenidos en este estudio coinciden con investigaciones previas que han demostrado que los sellos frontales con advertencias nutricionales pueden influir en las decisiones de compra de alimentos en estudiantes de educación superior, pues el estudio de Contreras-Galleguillos et al., (2018) indica que "elementos como el conocimiento nutricional y la conciencia por la salud" (p.46) en los consumidores pueden afectar los comportamientos de compra al tener más conciencia de los efectos negativos que puede implicar el consumo constante de estos nutrientes.

Otro estudio realizado por Puente (2023) muestra que "las personas perciben con alto valor los sellos nutricionales... pero mantienen su preferencia por los productos con sellos" (p.36) contrastando con lo encontrado en esta investigación, ya que el 43,3% de las personas responde que es probable la compra del producto así tenga tres o más sellos frontales. Por otra parte, el 80,3% de los encuestados refieren que los sellos octogonales son más restrictivos que los sellos circulares. Esto puede deberse a que la forma octogonal de los sellos se puede asociar con señales de peligro o alerta, como en algunas señales de tránsito; y las señales circulares son asociadas a advertencias de forma neutra.

En adición, este estudio contribuye al conocimiento existente sobre el impacto de los sellos frontales con advertencias nutricionales, pues estos resultados sugieren que si bien pueden ser una herramienta efectiva para la elección de alimentos más saludables, "los hábitos culturales y el contexto de los consumidores hacen que los etiquetados puedan perder efectividad" (Rojas A., 2023, p. 37), ya que los encuestados refieren que, aunque el producto tenga más de tres sellos, lo comprarían.

Por último, se destaca en la investigación que las advertencias de Exceso en Sodio y Exceso de Azúcares son las que más influyen en la decisión de compra de los estudiantes de la Universidad Católica Luis Amigó, por lo que coincide con el estudio realizado por investigadores de la Universidad Nacional la Pontificia Universidad Javeriana, de Colombia, y la Universidad de Carolina de Norte, de Estados Unidos, en el que señalan que las advertencias octogonales son más eficaces para la reducción de la intención de consumo de productos ultra procesados (Infobae, 2022). Se sugiere para una futura investigación indagar sobre el impacto de los sellos frontales con advertencias nutricionales en diferentes contextos y poblaciones, también en otros alimentos. De igual forma, se sugiere tener en cuenta cambios de actitudes a través de la persuasión para la selección de alimentos más saludables por parte de los consumidores.

CONCLUSIONES

El 98% de los encuestados, correspondiente a 127 personas de la muestra total, afirman haber visto un sello frontal en los empaques de frituras. Lo anterior demuestra la efectividad visual que estos sellos tienen. Sin embargo, se hace necesario revisar otros aspectos como el color, tamaño, forma, tipografía y ubicación de los sellos, para nuevas oportunidades de estudio y análisis.

Morales-Quintero, J.; Macía Álvarez, L. &, Fina Ruiz, C. (2025). Influencia de los sellos frontales con advertencias nutricionales en la decisión de compra de frituras y alimentos procesados en estudiantes de la Universidad Católica Luis Amigó Sede Medellín. Mediaciones, 34(21), pp. 99-112. https://doi.org/10.26620/uniminuto.mediaciones.21.34.2025.99-112

En la categoría de frituras y alimentos procesados, los encuestados perciben mayor cantidad de sellos frontales en las papitas fritas, seguido de los pasabocas o extruidos de maíz, y los platanitos verdes o maduros. A su vez, los encuestados refieren tener mayor conocimiento de perjuicios y problemas del nutriente de Azúcar (80%), seguido del Sodio (61%), las Grasas Saturadas (59%), las Grasas Trans (41%) y los Edulcorantes (32%). Esto, contrastado con los alimentos que más consumen los encuestados, paquetes dulces (58%), paquetes salados (49%), fritos (41%), pan (37%) y horneados (29%), permite reconocer que el consumidor, aunque conozca los perjuicios que le puede traer el consumo de este tipo de alimentos, los sigue comprando y consumiendo.

Las advertencias de Exceso en Sodio y Exceso en Azúcares son las que más influyen en la decisión de compra de los encuestados (44% y 50% respectivamente). En suma, la presencia de un sello frontal octogonal con advertencias nutricionales aumenta la probabilidad de compra de los encuestados, aunque disminuye en la medida en que aumenta la presencia de sellos octogonales en un mismo producto.

Las categorías de alimentos en las que los estudiantes prestan mayor atención a los sellos octogonales son los snacks, seguidos de las golosinas y bebidas. También los encuestados consideran que los sellos octogonales son más restrictivos que los circulares, afirmando así lo antes planteado en investigaciones referentes por instituciones universitarias, lo que modifica la decisión de compra en los estudiantes.

Todo lo anterior sugiere que los sellos frontales con advertencias nutricionales impactan positivamente en la información y decisión de compra de los estudiantes de la Universidad Católica Luis Amigó, pues son conscientes de los sellos frontales con advertencias nutricionales y comprenden su significado, especialmente cuando son productos con altos contenidos de azúcar, sodio y grasas, dando respuesta así a lo planteado en la hipótesis de trabajo.

DECLARACIONES

El estudio y producción del presente texto son resultado de la financiación propia de los autores. Así mismo, los autores del presente texto manifiestan que según el artículo 44 del Código General Disciplinario - (Congreso de la Republica Colombiana, 2019) no existe conflicto de intereses relacionado con la Universidad de filiación indicada, grupos de investigación, con la publicación seriada ni con los autores y contenidos referenciados en el documento.

REFERENCIAS

Alperin, M. y Skorupka, C. (2014). Métodos de Muestreo. Muestreo: Técnica de Selección de una Muestra a partir de una Población. Editorial Universidad Nacional de La Plata.

Casas A., J., Repullo L., J. y Donado C., J. (2003). La Encuesta como Técnica de Investigación. Elaboración de Cuestionarios y Tratamiento Estadístico de los Datos (I). Aten Primaria 31(8), pp. 527-38 https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0212656703707288

Contreras-Galleguillos, K., Zuleta-Álamos, M., Serrano-Malebran, J. y Veneros-Alquinta, D. (2018). Análisis del comportamiento de compra de estudiantes de Educación Superior ante alimentos con sellos de advertencia nutricional. Multidisciplinary Business Review, 11(2),pp. 39-47. https://journalmbr.net/index.php/mbr/article/download/277/178/945

Departamento Administrativo Nacional de Estadística[DANE]. (2020, septiembre). Panorama Sociodemográfico de la Juventud en Colombia. ¿Quiénes son, qué hacen y cómo se sienten en el contexto actual? - Información para Todos. DANE. https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/genero/informes/informe-panorama-sociodemografico-juventud-en-colombia.pdf

Food and Agriculture Organization [FAO]. (2018). Facultar a los Consumidores para que Puedan Elegir Alimentos Saludables y Dar Apoyo a Sistemas Alimentarios Sostenibles. Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. https://www.fao.org/3/CA2791es/ca2791es.pdf

Hernández S., R., Fernández C., C. y Baptista L., P. (2014). Metodología de la Investigación. Mc Graw Hill Education.

Infobae. (2022, 22 de marzo). Estudio Revela que el Etiquetado Octogonal es más Eficaz para Desestimular el Consumo de Productos Ultraprocesados. Infobae. https://www.infobae.com/america/colombia/2022/03/23/estudio-revela-que-el-etiquetado-octogonal-es-mas-eficaz-para-desestimular-el-consumo-de-productos-ultraprocesados/

Invima. (2023, 24 de febrero). Fechas para Agotamiento de Etiquetas - Resolución 2492 de 2022. Invima: https://www.minsalud.gov.co/Normatividad_Nuevo/Resoluci%C3%B3n%20No.%202492de%202022.pdf

Ley 1952 de 2019. (2019, 28 de enero). Congreso de la Republica Colombiana. Secretaría Jurídica Distrital de la Alcaldía Mayor de Bogotá D.C. Diario Oficial No. 50850. : https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=82445

Martín-Aragón, S. y Marcos, E. (2008, noviembre). La nutrición del adolescente. Hábitos Saludables. https://produccioncientifica.ucm.es/documentos/5d399a1f299952068445f58a

Maza-Ávila, F. J., Caneda-Bermejo, M. C. y Vivas-Castillo, A. C. (2022). Hábitos Alimenticios y sus efectos en la salud de los estudiantes universitarios. Una revisión sistemática de la literatura. Revista Psicogente, 25(47), pp. 1-31. https://revistas.unisimon.edu.co/index.php/psicogente/article/view/4861/5504

Organización Panamericana de la Salud [OPS]. (2022). Etiquetado Frontal. Organización Panamericana de la Salud. https://www.paho.org/es/temas/etiquetado-frontal

Organización Panamericana de la Salud [OPS]. (2020, 9 de diciembre). El etiquetado nutricional en el frente de los envases ayuda a los consumidores a elegir alimentos más saludables: nuevo estudio OPS. Organización Panamericana de la Salud: https://www.paho.org/es/noticias/9-12-2020-etiquetado-nutricional-frente-envases-ayuda-consumidores-elegir-alimentos-mas

Morales-Quintero, J.; Macía Álvarez, L. &, Fina Ruiz, C. (2025). Influencia de los sellos frontales con advertencias nutricionales en la decisión de compra de frituras y alimentos procesados en estudiantes de la Universidad Católica Luis Amigó Sede Medellín. Mediaciones, 34(21), pp. 99–112. https://doi.org/10.26620/uniminuto.mediaciones.21.34.2025.99-112

Organización Panamericana de la Salud [OPS]. (2020, 11 de noviembre). El etiquetado frontal como instrumento de política para prevenir enfermedades no transmisibles en la Región de las Américas. Organización Panamericana de la Salud. https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/53013/OPSNMHRF200033_spa.pdf?sequence=5&isAllowed=y

Ortiz O., A. (2015). Enfoques y Métodos de Investigación en las Ciencias Sociales. Ediciones de la U.

Puente S.., S. (2023). Comportamiento del consumidor bogotano influenciado por los sellos nutricionales [Tesis de pregrado, Colegio de Estudios Superiores de Administración (CESA)]. Biblioteca Digital -CESA. http://hdl.handle.net/10726/5362

Rogers, B. y González A., D. F. (2023). Patrones de Alimentación en Estudiantes Universitarios de Bogotá. Ingenio Libre,12822),pp. 15-28. https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/inge_libre/article/view/10679

Rojas A., J. C. (2023, agosto-diciembre). Etiquetado frontal de advertencia y perfil de nutrientes en Colombia (Resolución 2.492 de 2022): exposición de sus límites como medida de salud pública bajo algunos supuestos del análisis económico del derecho. Revista de Derecho Aplicado, (12). https://doi.org/10.7764/rda.12.62797

Sánchez D., J. (2021). Efecto de los sellos de advertencia en los empaques de comida sobre la percepción de salud e intención de compra en adolescentes. [Tesis de pregrado, Universidad de los Andes]. Séneca Repositorio Institucional. https://repositorio.uniandes.edu.co/entities/publication/9a03ab75-1fde-4a6e-9aec-fbf25432f864

Santiago G., A. J. y González G., J. A. (2022). Publicidad engañosa en alimentos; trastornos en la salud de los adolescentes de la Institución Educativa Municipal Mana Blanca Facatativá. Universidad La Gran Colombia. https://repository.ugc.edu.co/items/04c84ae5-5dae-4308-9278-fa77e8ce6ee8