

Cómo los sellos de etiquetado frontal de la resolución 810 de 2021 cambiarán la decisión de compra de bebidas “exceso en” de los consumidores de estratos 4, 5 y 6 en Bogotá

Felipe Calvo Estrada

Juan David Chávez Guarín

Colegio de Estudios Superiores de Administración CESA

Administración de empresas – Pregrado

Bogotá

2022

Cómo los sellos de etiquetado frontal de la resolución 810 de 2021 cambiarán la decisión de compra de bebidas “exceso en” de los consumidores de estratos 4, 5 y 6 en Bogotá

Felipe Calvo Estrada

Juan David Chávez Guarín

Director de trabajo de grado:

Claudia Liliana Guarín Espinosa

Colegio de Estudios Superiores de Administración CESA

Administración de empresas – Pregrado

Bogotá

2022

TABLA DE CONTENIDO

<i>Resumen</i>	7
<i>Introducción</i>	8
<i>1. Revisión de la Literatura</i>	10
1.1 Resolución 810 de 2021	10
1.1.1 Contexto General.....	14
1.1.2 Contenido de la resolución 810 de 2021	16
1.1.3 Modificación de la resolución 810 de 2021	19
1.2 Decisión de compra.....	20
1.3 Relación entre la Ley de Etiquetado y la Decisión de Compra.....	21
<i>2. Metodología de la Investigación</i>	22
2.1 Tipo y diseño de la investigación	22
<i>3. Desarrollo de los objetivos</i>	24
3.1 Relación entre los sellos de exceso de azúcares, sodio, y grasas, y la decisión de compra los consumidores de bebidas “exceso en” de estratos 4,5 y 6 en Bogotá	24
3.1.1 Género	24
3.1.2 Conocimiento de la normativa:	25
3.1.3 Consumo personal (¿Usted suele comprar este tipo de productos para su consumo personal?)	26
3.1.4 Lectura de las tablas nutricionales (Me considero una persona que suele leer el número de calorías y las tablas nutricionales):.....	27
3.2 Importancia de la normativa en la compra de estos productos por cada segmento de la población de Bogotá en los estratos evaluados	28
<i>Conclusiones</i>	34
<i>Recomendaciones</i>	35
<i>Referencias</i>	36

TABLA DE CONTENIDO - TABLAS

<i>Tabla 1. Resultados de la encuesta para la variable genero</i>	<i>23</i>
<i>Tabla 2. Tabla de contingencia de la variable genero</i>	<i>23</i>
<i>Tabla 3. Tabla de resultados de la variable genero</i>	<i>24</i>
<i>Tabla 4. Resultados de la encuesta para la variable decisión de la compra.....</i>	<i>24</i>
<i>Tabla 5. Tabla de contingencia de la variable decisión de compra.....</i>	<i>24</i>
<i>Tabla 6. Tabla de resultados de la variable decisión de compra.....</i>	<i>25</i>
<i>Tabla 7. Resultados de la encuesta para la variable consumo personal.....</i>	<i>25</i>
<i>Tabla 8. Tabla de contingencia de la variable consumo personal.....</i>	<i>26</i>
<i>Tabla 9. Tabla de resultados de la variable consumo personal.....</i>	<i>26</i>
<i>Tabla 10. Resultados de la encuesta para la variable conciencia en nutrición...26</i>	
<i>Tabla 11. Tabla de contingencia de la variable consciencia en nutrición</i>	<i>27</i>
<i>Tabla 12. Tabla de resultados de la variable consumo personal.....</i>	<i>27</i>
<i>Tabla 13. Tabla de resultados de la variable estrato</i>	<i>28</i>
<i>Tabla 14. Resultados de la encuesta para la variable estrato</i>	<i>28</i>
<i>Tabla 15. Tabla de contingencia de la variable estrato</i>	<i>28</i>

TABLA DE CONTENIDO - FIGURAS

<i>Figura 1. Forma del sello frontal de advertencia.....</i>	<i>18</i>
<i>Figura 2. Modelo de Investigación.....</i>	<i>21</i>
<i>Figura 3: Necesidad frente a una ley informativa.....</i>	<i>29</i>
<i>Figura 4: Consumo de productos empaquetados.....</i>	<i>30</i>
<i>Figura 5: Los alimentos que menos grasa, azúcar y sodio son más saludables (10 totalmente de acuerdo).....</i>	<i>31</i>
<i>Figura 6: El gobierno es el encargado de informar sobre nutrición (10 totalmente de acuerdo).....</i>	<i>31</i>
<i>Figura 7: Cual es el componente que más afectaría tu decisión de compra.....</i>	<i>32</i>
<i>Figura 8: La resolución impactara más a largo plazo que a corto.....</i>	<i>32</i>

TABLA DE CONTENIDO - Anexos

Anexo 1. Formato de encuesta.....40

Resumen

En años recientes se han implementado normativas para el etiquetado de alimentos empacados en diferentes países del mundo como Chile, Ecuador, México, entre otros. Estas normativas implican el etiquetado frontal con sellos de advertencia de los productos definidos por la normativa en cada país con sellos de formato “Exceso en” o “Alto en” para el contenido de nutrientes como el sodio, el azúcar y las grasas. La finalidad de estos sellos es informar a los consumidores del contenido nutricional de los productos al momento de tomar su decisión de compra. En el año 2021, fueron publicadas tanto la Resolución 810 como la Ley 2120. La resolución 810 da un marco técnico para la implementación del artículo 5 de la Ley 2120, que establece que “todos los productos comestibles o bebibles clasificados de acuerdo a nivel de procesamiento con cantidad excesiva de nutrientes críticos establecidos por el Ministerio de Salud y Protección Social, deberán implementar un etiquetado frontal donde se incorpore un sello de advertencia” (Ley 2120 de 2021, art. 5). El objetivo de este documento es analizar como el uso de estos sellos de advertencia, a ser implementados en Colombia desde el 16 de diciembre de 2022, afectará o no la decisión de compra de bebidas que cuenten con los sellos “exceso en” para los consumidores de estratos 4,5 y 6 en la ciudad de Bogotá.

Palabras clave: Resolución 810 de 2021, Ley 2120 de 2021, sellos de etiquetado frontal, decisión de compra.

Introducción

La resolución 810 del 16 de junio de 2021 en Colombia establece el reglamento técnico del etiquetado de alimentos empaquetados listos para el consumo humano. El enfoque de la investigación es en los sellos frontales de advertencia que deberán llevar los productos según su contenido de azúcares añadidos, sodio y/o grasas saturadas, teniendo en cuenta los valores en la tabla nutricional.

En este estudio se evalúa el impacto de esta normativa sobre la decisión de compra del consumidor de estratos 4, 5 y 6 en Bogotá con respecto a las bebidas “exceso en”, teniendo en cuenta que esta ley afectará a las compañías del sector de consumo masivo en el momento en que entre en vigor (16 de diciembre de 2022). Esta información es relevante para el sector a la hora de ajustar sus productos, estrategias, y forma de comunicación con el consumidor, teniendo en cuenta el impacto que esta medida puede tener en sus ventas. Con esta investigación se busca iniciar el debate sobre cómo la implementación de esta normativa afectará o no el razonamiento que tenían los consumidores antes de la misma. Es decir, si van a seguir comprando los mismos productos sin importar los sellos que contengan, o si, por el contrario, se convertirá en un factor clave de decisión a la hora de comprar cualquier producto en la categoría especificada.

El objetivo general de esta investigación es entender el impacto de los sellos de etiquetado de alimentos en la decisión de compra de los consumidores de bebidas “exceso en” en Bogotá y se busca contextualizar el problema de investigación a través de una revisión de la resolución 810 de 2021 y de otros estudios similares en países que ya cuenten con leyes de etiquetado de alimentos. El primer objetivo específico es examinar la relación entre los sellos de exceso de azúcares, sodio, y grasas, y la decisión de compra los consumidores de bebidas “exceso en” de estratos 4,5 y 6 en Bogotá, y el segundo es, con

los resultados estadísticos obtenidos, analizar como la normativa de etiquetado afecta o no la decisión de compra de estos productos por parte de los consumidores evaluados.

Teniendo en cuenta que: “el consumo excesivo de azúcares, grasas y sodio es un problema de salud pública que se asocia a las enfermedades no transmisibles que más afectan a la población: sobrepeso u obesidad, diabetes, hipertensión arterial, enfermedades vasculares, cardíacas, cerebrales y renales” (OPS, 2021), la resolución busca que los colombianos tomen decisiones más informadas sobre lo que consumen, y, por ende, que tengan hábitos más saludables de alimentación.

La implementación de esta normativa va a hacer evidente que productos son más “sanos” y cuales lo son menos. Esto plantea retos muy importantes para cualquier empresa productora de alimentos listos para el consumo, como pueden ser, por ejemplo; ¿cómo adaptarse a la implementación de esta nueva normativa?, y, ¿qué decisiones estratégicas se van a tomar para que la normativa cause el menor impacto posible en su base de consumidores actuales?, además de, en caso de ser así, las medidas que se deberán tomar como reacción a una disminución o cambio en la base de consumidores de cada producto. La justificación de esta investigación está dada por el impacto que puede llegar a tener la normativa mencionada en las ventas de las compañías afectadas, es por esto que el desarrollo de una fuente de información sobre la percepción del consumidor colombiano frente a los sellos de etiquetado, antes de que la normativa entre en vigencia, es de valor fundamental.

Con los resultados de esta investigación se busca demostrar que, a diferencia del pasado, ahora las empresas de alimentos empaquetados deben empezar a tomar decisiones estratégicas para entender cómo le pueden enseñar a sus consumidores a tener un consumo responsable de sus productos. Esto, buscando el menor efecto negativo en las líneas de productos afectadas por la normativa.

1. Revisión de la Literatura

La primera variable que será usada es la resolución 810 de 2021, que es un documento que establece el reglamento técnico de etiquetado de alimentos que será implementado desde el 16 de diciembre de 2022 en productos empacados para el consumo humano a través de la Ley 2120 de 2021. El enfoque de esta investigación es en los sellos de advertencia frontales.

La segunda variable que será utilizada es la decisión de compra, dado que el uso de sellos de etiquetado de alimentos tiene un efecto directo en esta variable, y la información que será obtenida del consumidor sobre la relación entre estas variables será de gran valor para el sector empresarial a la hora de tomar decisiones sobre cambios, por ejemplo, en el desarrollo de productos, o bien, en su forma de promocionarlos.

1.1 Resolución 810 de 2021

Esta variable se refiere a la resolución 810 de 2021, que establece los requisitos de etiquetado nutricional y frontal que deben cumplir los alimentos empacados para consumo humano. En este estudio el enfoque sobre esta variable será en los sellos frontales de advertencia y sus efectos.

Es importante mencionar que al momento de la presentación de esta investigación el gobierno cuenta con la obligación de emitir un nuevo documento, diferente a la resolución aquí mencionada, con el fin de incluir las modificaciones al etiquetado mencionadas más adelante. Además del hecho de que la resolución fue publicada antes de la Ley 2120 de 2021, y, por lo tanto, no podrá ser utilizada como el reglamento técnico de la ley. Esto no afecta la relevancia de los resultados de la investigación en base a la forma en la que se realizó el estudio.

Dado que diferentes países de la región como Ecuador, Chile y Perú han implementado el uso de este tipo de etiquetado en los últimos años, el uso de esta

variable para estudios se ha enfocado en las diferentes etapas de su creación, implementación, y sus efectos en la decisión de compra.

Mora-Plazas, Mercedes et al. (2019) estudiaron en el año 2019 la proporción de productos en Colombia que estarían sujetos a una regulación de sellos de etiquetado de alimentos en caso de ser implementada. Para esto se usaron dos metodologías, a decir, la de la Organización Panamericana de la Salud (OPS) y la del modelo chileno. Se encontró que del 80.2% (modelo OPS) al 66.4% (modelo chileno) de los alimentos especificados estarían sujetos a la implementación de sellos de etiquetado. Las categorías con una mayor proporción de alimentos sujetos a la medida según el estudio fueron: carnes (97.3% según el modelo OPS, 87.5% según el modelo chileno) y dulces (95.6% según el modelo OPS). Como conclusión del estudio, se estableció que una mayoría de los productos de la oferta de alimentos en Colombia excedía los umbrales establecidos de ingredientes como sodio, azúcares y grasas saturadas, según los modelos mencionados anteriormente, por lo que la implementación de una ley de etiquetado afectaría la oferta de productos que la población colombiana consume regularmente.

Un grupo de investigadores, que incluyó algunos de los mismos autores del estudio mencionado anteriormente, desarrolló también en el año 2020 un experimento sobre el diseño más efectivo para un sello de etiquetado de alimentos procesados en Colombia. Este experimento se llevó a cabo a través de un panel online de adultos (personas mayores de 18 años), en el cual los participantes observaron cuatro diferentes formas de los sellos de manera aleatoria, a saber, un código de barras, un octágono de advertencia, un círculo de advertencia y un triángulo de advertencia. Según los resultados del experimento, se encontró que el octágono era la figura más efectiva a la hora de que los consumidores percibieran un exceso de nutrientes en un

producto y cambiarán su decisión de compra, dado que el 49% de los participantes eligió esta figura (Murukutla, Mora-Plazas et al, 2020). Esto es similar a los sellos usados en Chile, Perú y México.

En cuanto al desarrollo del etiquetado, Reyes, Garmendia et al. (2019) estudiaron el desarrollo de los sellos de alimentos en Chile, a través de una fase de estudio cuantitativa y otra cualitativa, enfocadas en mujeres y adolescentes de bajo estrato socioeconómico y en reuniones de grupo con expertos, respectivamente. Basados en los resultados, se crearon 15 prototipos de sellos que fueron puestos a prueba cuantitativamente. En la primera encuesta, se encontró que un símbolo de pare en color blanco y negro, junto a una mano en los mismos colores fueron preseleccionados; en la segunda encuesta, se encontró que cuando el símbolo de pare tenía escrito “EXCESO EN”, los sellos tenían un desempeño significativamente mejor en cuanto a visualización y habilidad de modificar la intención de compra.

Con respecto a los efectos en el desarrollo de productos previo a la implementación de esta ley en Chile, Reyes, Kanter et al. (2019) estudiaron los efectos anticipatorios de la ley de etiquetado en la reformulación de productos, encontrando que la mayoría de productos empacados debería ser reformulados para no contar con por lo menos un sello frontal. Además, la misma autora encontró cambios menores al 2% en los contenidos de nutrientes o ingredientes en los productos que serían etiquetados un año más tarde.

Por otra parte, en cuanto a segmentos más específicos de los consumidores, como las madres de niños jóvenes que deciden los productos que estos últimos consumen, Correa, Fierro et al. (2019) estudiaron su respuesta al etiquetado de alimentos en Chile, encontrando un cambio en la decisión de compra exclusivamente

en productos nuevos, y, además, una resistencia al cambio de productos mayor en los adolescentes y preadolescentes que en niños menores.

En cuanto a la efectividad de estas medidas para cambiar el comportamiento del consumidor, Smith Taillie et al. (2020) realizaron un estudio sobre la ley de etiquetado y publicidad de alimentos en Chile, implementada en 2016, que fue la primera regulación nacional en implementar sellos de etiquetado, restringir publicidad de alimentos para niños y prohibir la venta de todos los alimentos con algún exceso de nutrientes en las escuelas del país. El objetivo del estudio fue evaluar el impacto de estas medidas en la decisión de compra de bebidas con sellos de “exceso en”. Se encontró que la venta de bebidas declinó significativamente (23.7% o 22.8 mililitros per cápita) a través de la implementación conjunta de las tres políticas mencionadas anteriormente, en comparación a políticas independientes implementadas anteriormente, como, por ejemplo, impuestos sobre las bebidas azucaradas. Además, se encontró que, aunque las personas con una mayor educación tuvieron una mayor reducción de consumo de bebidas “exceso en” que las personas con una educación menor, ambas categorías de personas tuvieron reducciones similares en su nivel de compra.

En contraste con el estudio mencionado anteriormente, Saavedra-García et al. (2022) realizaron un estudio experimental sobre la influencia de sellos frontales de advertencia en la intención de compra de alimentos procesados por adolescentes en Perú, encontrando que los sellos frontales de advertencia no influenciaron la intención de compra un mes antes de la implementación de la ley de etiquetado en aquel país. Además, se encontró que no hay una diferencia en el comportamiento de las personas evaluadas al dividirse en grupos por nivel de ingreso.

De igual manera, es importante mencionar como el de etiquetado de productos en otras industrias afecta la decisión de compra de los consumidores. Por ejemplo, Liu Wang et al. (2022) realizaron un estudio sobre la reacción de fumadores en China frente a sellos de advertencia incluyendo únicamente texto y la reacción frente a sellos incluyendo imágenes. El estudio encontró que los sellos que incluyen imágenes son más efectivos a la hora de prevenir el consumo de cigarrillos por parte tanto de fumadores como no fumadores, aunque su efectividad disminuye con el primer grupo. Esto último sucede por diferentes razones, como, por ejemplo, la percepción de riesgos de salud que tienen los consumidores habituales de cigarrillos y su adicción a la nicotina. En el largo plazo, con el incremento de información sobre los efectos adictivos del azúcar y sus negativos en la salud, será importante seguir de cerca la evolución de los sellos frontales de advertencia en productos alimenticios empacados y si en algún momento estos podrán incluir algún tipo de imagen para incrementar su efectividad.

1.1.1 Contexto General

El 16 de junio de 2021, el Ministerio de Salud emitió el reglamento técnico para el etiquetado de alimentos empacados. Esta resolución especifica los argumentos según los cuales se toma la decisión de implementar la medida de etiquetado, su objeto y campo de aplicación, el propósito del etiquetado, las prohibiciones en cuanto a su implementación, y las instrucciones según las cuales debe llevarse a cabo la elaboración de los sellos nutricionales, es decir, su tamaño, ubicación, etc. Esta resolución, va de la mano con la llamada popularmente “Ley de etiquetado” o “Ley de comida chatarra” del 30 de Julio del 2021, que consigna en su título: “Por medio de la cual se adoptan medidas para fomentar entornos alimentarios saludables y prevenir enfermedades no

transmisibles y se adoptan otras disposiciones”, dado que, la resolución es creada para que el sector privado pueda dar cumplimiento a un artículo de la ley mencionada, a decir; el artículo 5 de la ley 2120 de 2021, que dice:

ARTÍCULO 5°. Etiquetado Frontal de Advertencia. Todos los productos comestibles o bebibles clasificados de acuerdo a nivel de procesamiento con cantidad excesiva de nutrientes críticos establecidos por el Ministerio de Salud y Protección Social, deberán implementar un etiquetado frontal donde se incorpore un sello de advertencia, que deberá ser de alto impacto preventivo, claro, visible, legible, de fácil identificación y comprensión para los consumidores, con mensajes inequívocos que adviertan al consumidor de los contenidos excesivos de nutrientes críticos. El Gobierno Nacional, en cabeza del Ministerio de Salud y Protección Social, reglamentará los parámetros técnicos de este etiquetado definiendo, la forma, contenido, figura, proporción, símbolos, textos, valores máximos, colores, tamaño y ubicación en los empaques de los productos que deban contenerlo, basándose en la mayor evidencia científica disponible y libre de conflicto de intereses. Para tal fin, podrá tener en cuenta la evidencia científica suministrada por la Organización Mundial de la Salud (OMS). El sello de advertencia deberá ir en la parte frontal del producto cuando los nutrientes críticos se encuentren por encima de los valores máximos establecidos por el Ministerio de Salud y de la Protección Social, de acuerdo con la mayor evidencia científica disponible libre de conflicto de interés. Para tal fin, se podrá tener en cuenta la evidencia científica suministrada por la Organización Mundial de la Salud (OMS). (Ley 2120 de 2021, p. 3)

Esta ley, además de incluir el apartado sobre el etiquetado frontal de alimentos empacados listos para el consumo humano, tiene en su contenido diferentes medidas que “promueven entornos alimentarios saludables, garantizando el derecho fundamental a la salud, especialmente de las niñas, niños y adolescentes, con el acceso a información clara, veraz, oportuna, visible, idónea y suficiente, sobre componentes de los alimentos a efectos a fomentar hábitos alimentarios saludables” (Ley 2120, 2021). Estas medidas incluyen: el otorgamiento de funciones adicionales para la Comisión Intersectorial de Seguridad Alimentaria y Nutricional (CISAN), el diseño de herramientas de educación digitales sobre hábitos y estilos de vida saludables, la emisión de contenidos para la promoción de la salud por parte de la Comisión de Regulación de Comunicaciones, entre otras.

1.1.2 Contenido de la resolución 810 de 2021

a) Consideraciones

Algunas de las consideraciones de la resolución, es decir, las leyes, estudios y otros, en los que se basa el documento y sus resoluciones, son:

- El estudio “Estimación de la carga global de enfermedad en Colombia 2017: nuevos aspectos metodológicos”, según el cual se define que “los factores dietarios y el consumo elevado de sodio, bebidas azucaradas y ácidos grasos trans tiene una relación directa con las muertes por enfermedades cardiovasculares, cáncer y diabetes” (Rodríguez – García et al., 2017).
- Las estadísticas vitales del Departamento Administrativo Nacional de Estadística del año 2018, que encontró que “las enfermedades

cardiovasculares se encuentran dentro de las diez primeras causas de mortalidad y ocasionaron 27,6% del total de fallecimientos” (Resolución 0000810, 2021).

- La Encuesta de Situación Alimentaria y nutricional en Colombia (ENSIN), que encontró “una alta prevalencia del consumo de alimentos procesados en todos los grupos de edad, por encima del 50% de la población, e incluso llegando hasta el 91.4% y el aumento en cuanto a la prevalencia de sobrepeso y obesidad, especialmente en los escolares, en quienes se incrementó de 19,8% en 2010 a 24.4% en 2015” (Resolución 0000810, 2021).
- La recomendación de la Organización Mundial de la Salud (OMS) de “poner en marcha un etiquetado del frente del envase fácil de interpretar, apoyado en la educación del público para que tanto los adultos como los niños tengan conocimientos básicos en materia de nutrición” (Resolución 0000810, 2021).
- Los resultados del análisis de impacto normativo con proyecciones a 25 años, que determinó que el costo de la implementación de este acto administrativo será de \$697,758 millones de pesos (COP), mientras el ahorro en materias de salud será de \$2,787,180 millones de pesos (COP) Resolución 0000810, 2021).

b) Objeto, Campo de Aplicación y Alcance

i. Objeto: “Establecer el reglamento técnico a través del cual se disponen las condiciones y requisitos que debe cumplir el etiquetado o rotulado nutricional y frontal de advertencia” (Resolución 000810 de 2021, Artículo, 1, p. 5).

ii. Campo de Aplicación: “Las disposiciones aplican a todos los alimentos para el consumo humano envasados o empacados, nacionales e importados que se comercialicen en el territorio nacional” de Colombia (Resolución 000810 de 2021, Artículo 2, p. 6).

iii. Alcance: “Comprende la declaración de nutrientes y la información nutricional complementaria, que incluye, las declaraciones de propiedades nutricionales, las declaraciones de propiedades de salud y el etiquetado frontal” (Resolución 000810 de 2021, Artículo 4, p. 10). Este último, como ya se mencionó, es la parte de la resolución en la cual se enfoca la investigación.

c) Formato del sello frontal de advertencia

Los sellos consistirán en un símbolo circular de fondo color negro y borde blanco, y en su interior el texto “ALTO EN”, seguido de: “GRASAS SATURADAS” O “SAL/SODIO” y/o “AZÚCARES AÑADIDOS” de manera individual o con 2 o 3 sellos (según corresponda). Las letras del texto de los sellos deberán ser mayúsculas y de color blanco, tipo de letra ARIAL BOLD. Además, en el mismo símbolo, deberá inscribirse en letras negras, la palabra “Minsalud” (Resolución 000810 de 2021, Artículo 31, p. 43). La imagen mostrada en el acto administrativo es visible a continuación:

FIGURA 1. Forma del sello frontal de advertencia



Fuente: Resolución 810 de 2021

1.1.3 Modificación de la resolución 810 de 2021

El Ministerio de Salud consideró necesario realizar un estudio que analizara la mayor cantidad de evidencia científica posible para la implementación de la Ley 2120 de 2021. Por esto, se adjudicó un contrato a la Universidad de Antioquia para establecer las formas, tamaño, leyendas y ubicación del etiquetado frontal de advertencia para productos procesados en Colombia.

De acuerdo al boletín de prensa No 412 de 2022 (Ministerio de Salud, 2022), en el estudio mencionado se obtuvieron las siguientes conclusiones generales:

- a) **Forma y figura:** Según la evidencia encontrada, el octágono es la figura más apropiada, contrario al círculo elegido inicialmente en la resolución 810 de 2021.
- b) **Color:** Se encontró que el color negro es “el más apropiado para capturar la atención y tiene mayor potencial de maximizar la percepción de insalubridad”.
- c) **Contenido y texto:** Se encontró que “el texto “EXCESO EN” es el más apropiado para capturar la atención, y es el que tiene mayor potencial de

maximizar la percepción de insalubridad”. Esto contrasta con la resolución 810 de 2021, donde se especifica que el texto debe ser “ALTO EN”.

Dado que la resolución 810 del 2021 definió las características que debían cumplir los sellos de etiquetado frontal, el ministerio considera necesario modificar esta resolución con los resultados encontrados en el estudio para que las compañías productoras de los productos afectados por el documento puedan realizar los ajustes necesarios en su desarrollo de empaques.

1.2 Decisión de compra

La variable “decisión de compra” se refiere a el momento en el que un consumidor decide realizar la compra de un producto o no basado en una variable independiente, en este caso los sellos de etiquetado nutricional.

Esta variable ha sido utilizada para estudios en un rango de campos muy extenso, dado que es del interés de todas las industrias analizar como los cambios externos a las organizaciones que suceden constantemente en el mercado pueden afectar las decisiones de los consumidores, y, por lo tanto, las ventas de las empresas.

Existen varios ejemplos de lo mencionado anteriormente. Por ejemplo, en la industria de la agricultura, Ramirez, y Shonkwiler (2017) realizaron un estudio sobre la decisión de compra de seguros sobre cultivos por parte de los agricultores. En la industria de alimentos, se encontró el estudio de Araya-Pizarro, S. C., y Pizarro (2020) sobre la importancia de la certificación de calidad en la decisión de compra de productos alimentarios artesanales, y, en la industria del turismo, Zhang et al. (2020) estudiaron el impacto del servicio de calidad y la imagen de libre comercio en la decisión de compra de turistas en la isla de Hainan. En un marco enfocado al comercio, también encontramos el estudio de Davvetas y Diamantopoulos (2018)

sobre la decisión de compra de marcas locales o globales y el sentimiento de arrepentimiento en el consumidor.

Por otra parte, esta variable también se ha utilizado para analizar los roles sociales de los integrantes de agentes microeconómicos como los hogares. Un ejemplo es el estudio de Dinkevych y Wilken (2017), en el cual se analizó que género toma las decisiones de compra en los hogares dirigidos por parejas, encontrando que, en la mayoría de hogares de la muestra estudiada los hombres toman las decisiones de compra, dado que, en su mayoría, tienen ingresos superiores a sus parejas.

En el caso de esta investigación en particular, la variable será entendida como la decisión tomada por el consumidor de bebidas “exceso en” perteneciente a los estratos 4,5 y 6 en Bogotá, después de leer el etiquetado nutricional mencionado anteriormente, en el que se especifican excesos de ciertos ingredientes como azúcares, grasas, y sodio.

1.3 Relación entre la Ley de Etiquetado y la Decisión de Compra

Según autores como Santos-Antonio et al. (2019), que han realizado una revisión de estudios en otros países como Estados Unidos, Inglaterra y Países Bajos, e incluso en países de la región como Chile, Ecuador y Perú, los sellos frontales para alimentos altos en azúcares, grasas o sodio, han afectado la decisión de compra de los consumidores, y, por lo tanto, las ventas y desarrollo de productos de las compañías del sector.

Esta investigación busca basarse en la evidencia de los casos mencionados anteriormente y realizar un estudio en Bogotá, que tendrá un efecto importante en el sector empresarial por la coincidencia de la terminación de la investigación en noviembre de 2022, y la entrada en vigencia de esta ley, en diciembre del mismo año.

Tomando en cuenta lo anterior, se presenta la hipótesis 1 de la investigación:
H1. La ley de etiquetado tendrá un impacto negativo y directo sobre la decisión de compra de bebidas “exceso en”, es decir, etiquetadas con los sellos frontales de advertencia.

FIGURA 2. Modelo de Investigación



Fuente: Elaboración propia

2. Metodología de la Investigación

La metodología de este trabajo de grado tiene como objetivo estudiar el impacto de los sellos de etiquetado de alimentos especificados en la resolución 810 de 2021 sobre la decisión de compra del consumidor.

2.1 Tipo y diseño de la investigación

Basados en los autores Hernández-Sampieri, Fernández, y Baptista (2014), la naturaleza de esta investigación será cuantitativa, no experimental transeccional, y de corte correlacional o causal. Esto quiere decir que se asociaran las variables mencionadas anteriormente mediante un patrón predecible para un grupo de estudio con una recolección de datos en un momento específico en el tiempo. La utilidad de este tipo de estudio es saber cómo se comporta una variable al conocer el comportamiento de otra variable relacionada.

El estudio será aleatorio, por cuotas y por conveniencia. Esto, dado que la recolección de datos se realizará por vía de redes sociales y correos empresariales, y, además, dado que la probabilidad de obtener resultados representativos en cuanto a estratos socioeconómicos bajos es menor, se tomó la decisión de enfocarse en los estratos 4,5 y 6.

El perfil de la encuesta definido fue: personas desde los 15 años de edad, pertenecientes a los estratos 4, 5 y 6 en Bogotá. Esto, teniendo en cuenta el alcance que pueden tener los medios de recolección de datos usados virtualmente.

Según los resultados obtenidos de la base de datos del DANE, basada en el censo poblacional de 2018, la población de Bogotá dentro del rango de edades establecido es de 5,818,258.

Como herramienta estadística para evaluar la asociación entre variables, se utilizó la prueba chi cuadrado, que evalúa las hipótesis planteadas y busca entender que las variables estén relacionadas. En este caso, las hipótesis que se probarán a lo largo de los distintos casos serán las siguientes:

Ho: Las variables son independientes

Ha: Las variables no son independientes

En muchos casos se tiene variables calificadas mediante escalas Likert, de 1 a 10, para estas características se hizo una recategorización que asignó a los valores de 1 a 5 el valor NO y a los valores de 6 a 10 el valor SI de esta manera se lograra entender cuál es el impacto de cada uno de los encuestados.

Según IBM, desarrollador del sistema de análisis estadístico SPSS, las pruebas no paramétricas no requieren supuestos sobre la forma de la distribución subyacente, es decir, entre otras cosas, no se requiere un tamaño de muestra mínimo. Los requisitos mencionados para este tipo de análisis son que las

frecuencias esperadas para cada categoría deben ser al menos 1 y no más del 20% de las categorías deben tener frecuencias esperadas inferiores a 5 (IBM, 2022). En este caso, ninguna frecuencia tiene un tamaño inferior a 5.

3. Desarrollo de los objetivos

3.1 Relación entre los sellos de exceso de azúcares, sodio, y grasas, y la decisión de compra los consumidores de bebidas “exceso en” de estratos 4,5 y 6 en Bogotá

A continuación, se hizo un análisis chi-cuadrado que relacionara la variable decisión de compra con base en la pregunta: ¿Dejaré de comprar productos que antes compraba porque ahora tienen algún sello (azúcar, sodio o grasa)? Como regla general, se tomó una significancia del 5% para alcanzar una confianza del 95% para todos los casos:

3.1.1 Género

A continuación, observaremos los resultados obtenidos:

TABLA 1. Resultados de la encuesta para la variable genero

Cambio en la decisión de compra	Género		Suma
	Hombre	Mujer	
NO	44	32	76
SÍ	24	19	43
	68	51	119

Fuente: Encuesta propia

En este caso, se procede a calcular los valores esperados de cada uno de los espacios de la tabla de contingencia:

TABLA 2. Tabla de contingencia de la variable genero

Cambio en la decisión de compra	Hombre	Mujer	Suma
NO	43,42857143	32,5714286	76
SÍ	24,57142857	18,4285714	43
	68	51	119

Fuente: Encuesta propia

Con estos datos se calcula el valor del estadístico chi-cuadrado y a contrastarlo con los valores de contraste esperados en la chi-cuadrado:

TABLA 3. Tabla de resultados de la variable genero

X Calculado	0,048551612
Significancia	5%
X2 de contraste	3,841458821
Decisión:	Las variables son independientes

Fuente: Encuesta propia

En este caso, se encuentra que a la hora de relacionar y comparar las variables género y cambio en la decisión de compra se evidencia que no están relacionadas, lo que puede dar como resultado que al ver el parecido que existe entre las frecuencias observadas y las esperadas en la encuesta da como resultado que el género no afecta la decisión de compra.

3.1.2 Conocimiento de la normativa:

TABLA 4. encuesta para la variable decisión de compra.

Cambio en la decisión de compra	Conocimiento de la normativa		Suma
	NO	SÍ	
NO	17	59	76
SÍ	12	31	43
	29	90	119

Fuente: Encuesta propia

En este caso, se procede a calcular los valores esperados de cada uno de los espacios de la tabla de contingencia:

TABLA 5. Tabla de contingencia de la variable decisión de compra

Cambio en la decisión de compra	NO	SÍ	
NO	18,5210084	57,4789916	76
SÍ	10,4789916	32,5210084	43
	29	90	119

Fuente: Encuesta propia

Con estos datos se calcula el valor del estadístico chi-cuadrado y a contrastarlo con los valores de contraste esperados en la chi-cuadrado:

TABLA 6. Tabla de resultados de la variable decisión de compra

X Calculado	0,457068778
Significancia	5%
X2 de contraste	3,841458821
Decisión:	Las variables son independientes

Fuente: Encuesta propia

En este caso, se encuentra que las variables conocimiento de la norma y cambio en la decisión de compra no están relacionadas, lo que puede resultar curioso, porque se esperaría que existiera una diferencia importante entre los que no conocen la norma y los que sí la conocen, a la hora de ir a escoger un producto en el lineal de un super mercado, lo que es claro es que las personas conocen la norma, pero este no es un factor relevante para que afecte su decisión de compra.

3.1.3 Consumo personal (¿Usted suele comprar este tipo de productos para su consumo personal?)

TABLA 7. Resultados de la encuesta para la variable consumo personal

Cambio en la decisión de compra	Consumo personal		Suma
	NO	SÍ	
NO	19	57	76
Sí	9	34	43
	28	91	119

Fuente: Encuesta propia

En este caso, se procede a calcular los valores esperados de cada uno de los espacios de la tabla de contingencia:

TABLA 8. Tabla de contingencia de la variable consumo personal

Cambio en la decisión de compra	NO	SÍ	
NO	17,88235294	58,1176471	76
SÍ	10,11764706	32,8823529	43
	28	91	119

Fuente: Encuesta propia

Con estos datos se calcula el valor del estadístico chi-cuadrado y a contrastarlo con los valores de contraste esperados en la chi-cuadrado:

Tabla 9. Tabla de resultados de la variable consumo personal

X Calculado	0,25279517
Significancia	5%
X2 de contraste	3,841458821
Decisión:	Las variables son independientes

Fuente: Encuesta propia

En este caso, se encuentra que las variables consumo personal y cambio en la decisión de compra no están relacionadas, lo que indicaría que no hay mayores diferencias entre consumidores habituales y espontáneos a la hora de cambiar su decisión de compra, que sí se ve desde el punto de vista de esos consumidores habituales que realmente no cambiaran su decisión de compra lo que hace que pierda impacto esta medida.

3.1.4 Lectura de las tablas nutricionales (Me considero una persona que suele leer el número de calorías y las tablas nutricionales):

Tabla 10. Resultados de la encuesta para la variable conciencia en nutrición

Cambio en la decisión de compra	NO	SÍ	Suma
NO	43	33	76
SÍ	20	23	43
	63	56	119

Fuente: Encuesta propia

En este caso, se procede a calcular los valores esperados de cada uno de los espacios de la tabla de contingencia:

Tabla 11. Tabla de contingencia de la variable consciencia en nutrición

Cambio en la decisión de compra	NO	SÍ	
NO	40,23529412	35,76470588	76
SÍ	22,76470588	20,23529412	43
	63	56	119

Fuente: Encuesta propia

Con estos datos se calcula el valor del estadístico chi-cuadrado y a contrastarlo con los valores de contraste esperados en la chi-cuadrado:

Tabla 12. Tabla de resultados para la variable consciencia de nutrición

X Calculado	1,117192812
Significancia	5%
X2 de contraste	3,841458821
Decisión:	Las variables son independientes

Fuente: Encuesta propia

En este caso, se encuentra que las variables lectura de tablas nutricionales y cambio en la decisión de compra no están relacionadas, lo que indicaría que ni siquiera para los compradores más preocupados por su salud se vería un impacto sobre la decisión de compra.

3.2 Importancia de la normativa en la compra de estos productos por cada segmento de la población de Bogotá en los estratos evaluados

En primer lugar y siguiendo en línea con el objetivo principal del trabajo se debe entender a profundidad el motivo por el que las personas consumen cierto tipo

de alimentos empacados a día de hoy y analizar el comportamiento de compra una vez aplicada la normativa 810, enfocados en sus hábitos de consumo de productos empacados en un día normal, nuestro objetivo en este caso es entender que genera que los consumidores elijan una cierta marca, alimento o u otro producto con base en su experiencia a corto plazo, la advertencia visual de los sellos y su contenido nutricional partiendo del conocimiento de cada uno.

Tabla 13. Tabla de resultados de la variable estrato

Cambio en la decisión de compra	Estrato			Suma
	Estrato 4	Estrato 5	Estrato 6	
SÍ	24	21	31	76
NO	17	12	14	43
	41	33	45	119

Fuente: Encuesta propia

En este caso, se procede a calcular los valores esperados de cada uno de los espacios de la tabla de contingencia:

Tabla 14. Resultados de la encuesta para la variable estrato

Cambio en la decisión de compra	Estrato			
	Estrato 4	Estrato 5	Estrato 6	
SÍ	26,18487	21,07563	28,7394958	76
NO	14,81513	11,92437	16,2605042	43
	41	33	45	119

Fuente: Encuesta propia

Con estos datos se calcula el valor del estadístico chi-cuadrado y a contrastarlo con los valores de contraste esperados en la chi-cuadrado:

Tabla 15. Tabla de contingencia de la variable estrato

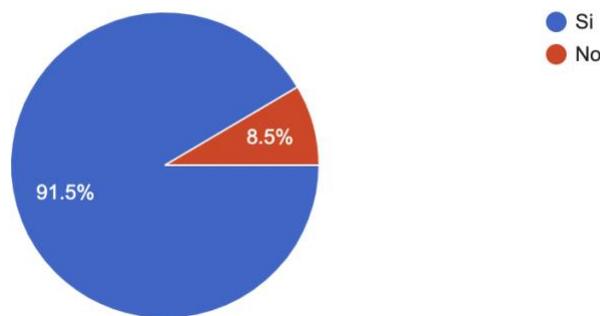
X Calculado	0,997324742
Significancia	5%
X2 de contraste	5,991464547

Decisión: Las variables son independientes

Fuente: Encuesta propia

En este caso, se encuentra que las variables estrato y cambio en la decisión de compra no están relacionadas, lo que indica que no existen mayores diferencias entre las decisiones de compra de los distintos estratos.

Figura 3: Necesidad frente a una ley informativa

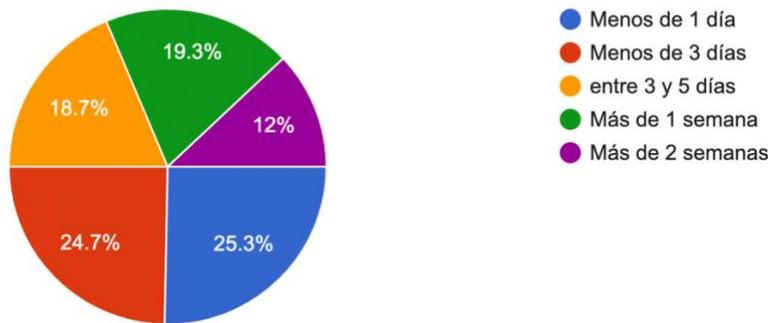


Fuente: Encuesta propia

Basándonos en la información recopilada se encontró que el 74,1% de los encuestados se considera consumidor de estos productos y el 70,2% compro y consumió un producto de este tipo en la última semana, todo esto para que posteriormente el 91,5% de la población encuestada si considera necesaria esta nueva ley de etiquetado 810 para entender realmente como se estan alimentando y nutriendo a diario los bogotanos, todos estos resultados van de la mano con el contexto actual que se está viviendo en Colombia, una tendencia mucho más natural, orgánica y “fit”, un ejemplo para esta afirmación es como los colombianos pasaron de una lectura de etiquetas del 11% en 2018 a 32% en 2021 mostrando claramente una preocupación por llevar una vida más saludable (KANTAR, 2021).

El trasfondo de todo esto termina siendo el mismo, la salud, todas estas herramientas buscan facilitar a los consumidores las decisiones que toman, se tiene al alcance la información y así será cada vez más.

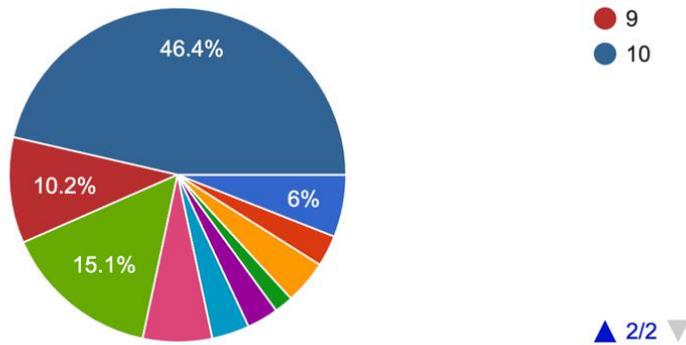
Figura 4: Consumo de productos empaquetados



Fuente: Encuesta propia

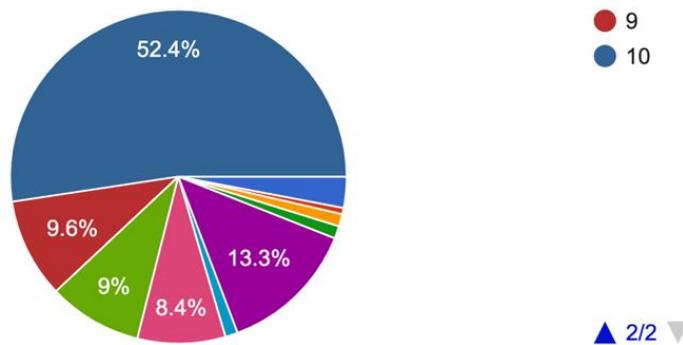
Adicional a esto, se puede seguir desarrollando y contrastando la información, aquí se obtuvo resultados como la preferencia a las bebidas libres de azúcar, grasa y sodio, con un 71,3% (marcaron 8,9 o 10), otro resultado esclarecedor es cuando se cuestionó el papel que debe jugar el estado en la alimentación de cada uno de los ciudadanos y los resultados mostraron que efectivamente el gobierno es el encargado de garantizar la información mediante normativas y leyes dando un 70,8% de aprobación, que va muy relacionado a el apoyo a la implementación de toda la información acerca de alimentos (84,5% según los encuestados)

Figura 5: Los alimentos que menos grasa, azúcar y sodio son más saludables (10 totalmente de acuerdo)



Fuente: Encuesta propia

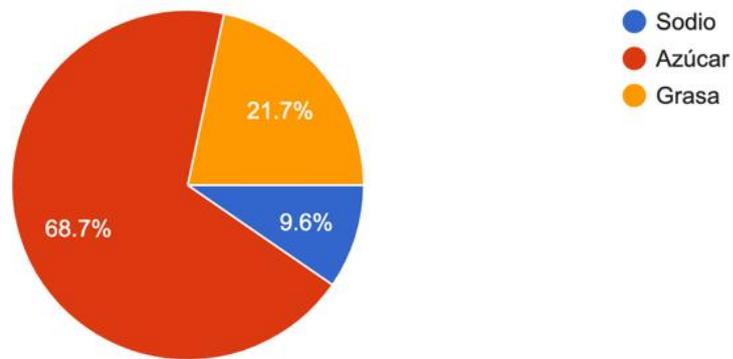
Figura 6: El gobierno es el encargado de informar sobre nutrición (10 totalmente de acuerdo)



Fuente: Encuesta propia

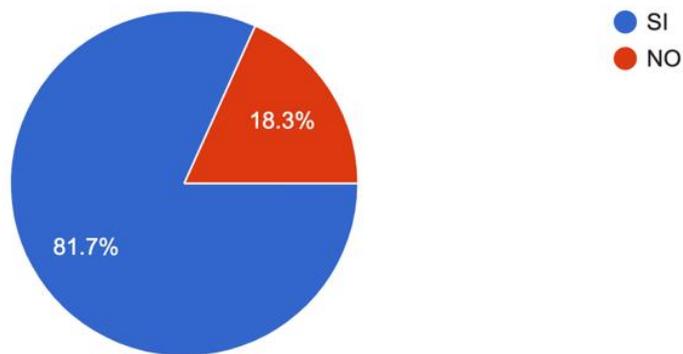
Ahora bien, al empezar a evaluar la satisfacción de esta iniciativa el 76,2% considera que esta iniciativa es positiva para todos a pesar de las decisiones que posteriormente tomen a la hora de comprar productos empaquetados y el 81,7% afirma que el impacto se verá más a largo plazo, en un corto-mediano plazo seguirán consumiendo de la misma manera que lo venían haciendo. El azúcar es el gran perjudicado, el 68,7% considera que el sello “alto en azúcares” va a ser el que más van a tener en cuenta a la hora de comprar.

Figura 7: Cual es el componente que más afectaría tu decisión de compra



Fuente: Encuesta propia

Figura 8: La resolución impactara más a largo plazo que a corto



Fuente: Encuesta propia

Conclusiones

Después de observar y analizar todos los resultados obtenidos y de acuerdo con los diferentes métodos de recolección de datos aplicados, tanto cualitativos como cuantitativos, es importante mencionar que la inclusión de los sellos alto en azúcar, grasas y sodio de la normativa 810 del 2016 por parte del gobierno es una variable que NO influye significativamente sobre la decisión de compra en las bebidas “alto en” en la ciudad de Bogotá en los estratos 4,5 y 6, por ende las ventas de estos productos no se van a ver impactadas de una manera significativa por lo menos en un corto plazo.

En cuanto a las diferentes variables evaluadas que este estudio tuvo para la industria del consumo masivo, se logros obtener los siguientes hallazgos:

- Es claro que los consumidores sí se preocupan por su salud y por conocer la información nutricional de todas las bebidas, pero a pesar de ello no tienden a cambiar sus hábitos de consumo.
- La normativa se espera que tenga un impacto a largo plazo, porque a pesar de que todos los consumidores son conscientes del impacto negativo de algunas bebidas dicen seguir consumiéndolas.
- Las empresas deben tener en cuenta a la hora de producir un producto que el azúcar es el elemento más determinante en la decisión de compra de manera negativa a diferencia del sodio que es el que menos influye.
- La confianza debe seguir siendo trabajada por los productores de bebida. Si bien se ve un incremento de confianza en los usuarios colombianos, es claro que se necesita implementar diferentes estrategias call to action para poder seguir fortaleciendo la confianza de los consumidores.

- Las marcas juegan un papel fundamental a la hora de tomar una decisión ya que se evidencia de manera clara que a pesar de que tenga sellos frontales si es una marca que consumen a diario no lo dejarán de hacer.

Recomendaciones

Aunque los resultados de la investigación evidencian que los sellos de etiquetado frontal no tendrán un efecto negativo y directo en el consumo de bebidas “exceso en”, al menos en el corto plazo, como se esperaba inicialmente, es evidente por legislación como está, además de los diferentes tipos de impuestos a bebidas “exceso en” que vienen surgiendo en años recientes, que es necesario que las compañías encuentren una forma de adaptar el contenido nutricional de sus productos a un contexto nacional en el que se busca disminuir el consumo este tipo de productos. Además, no es algo que deba quedarse en el cambio o adaptación del contenido de productos actuales. En el largo plazo, es de esperarse que con la implementación de normativas cada vez más fuertes contra la industria de bebidas “exceso en”, ya sea en términos de información o de tributación, los márgenes financieros de estos productos disminuyan. Es por esto que, con el fin de prevenir esta disminución, se recomienda que las empresas del sector concentren sus inversiones en el desarrollo de nuevos productos que no solamente cumplan con los límites de la normativa, sino que hagan de su bandera la protección de la salud de sus consumidores y así puedan aprovechar además la nueva tendencia de alimentos saludables.

Referencias

"POR MEDIO DE LA CUAL SE ADOPTAN MEDIDAS PARA FOMENTAR ENTORNOS ALIMENTARIOS SALUDABLES Y PREVENIR ENFERMEDADES NO TRANSMISIBLES Y SE ADOPTAN OTRAS DISPOSICIONES"

26920486

Así es el nuevo etiquetado frontal y nutricional que podría ahorrarle más de 2.7 billones de pesos al sistema de salud. Semana. <https://www.semana.com/nacion/articulo/asi-es-el-nuevo-etiquetado-frontal-y-nutricional-que-podria-ahorrarle-mas-de-27-mil-millones-de-pesos-al-sistema-de-salud/202140/>

Censo Nacional de Población y Vivienda 2018. (2018).

DANE. <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/censo-nacional-de-poblacion-y-vivenda-2018>

Conozca cómo es el mapa de los estratos en las grandes ciudades de Colombia. (2019).

LaRepública. <https://www.larepublica.co/economia/este-es-el-mapa-de-los-estratos-en-las-grandes-ciudades-del-pais-2866032>

A Consulta Pública Resolución Para etiquetado frontal de advertencia. Ministerio de Salud y Protección Social de Colombia. <https://www.minsalud.gov.co/Paginas/A-consulta-publica-resolucion-para-etiquetado-frontal-de-advertencia.aspx>

Correa, T., Fierro, C., Reyes, M., Dillman Carpentier, F. R., Taillie, L. S., & Corvalan, C. (2019). “*Responses to the Chilean law of food labeling and advertising: exploring knowledge, perceptions and behaviors of mothers of young children*”. Springer Science and Business Media LLC. 10.1186/s12966-019-0781-x

Davvetas, V., & Diamantopoulos, A. (2018). Should Have I Bought the Other One? Experiencing Regret in Global Versus Local Brand Purchase Decisions. *Journal of International Marketing*, 26(2), 1-21. 10.1509/jim.17.0040

Dinkevyeh, E., & Wilken, R. (2017). What do You Think, Darling? Revisiting Knowledge on Purchase Decisions of Couples within Households. *Marketing (Munich)*, 39(4), 47-56. 10.15358/0344-1369-2017-4-47

Etiquetado Frontal. Organización Panamericana de la Salud. <https://www.paho.org/es/temas/etiquetado-frontal#:~:text=El%20consumo%20excesivo%20de%20az%C3%BAcares,%20card%C3%ADacas%20cerebrales%20y%20renales.>

Kanter, R., Reyes, M., Swinburn, B., Vandevijvere, S., & Corvalán, C. (2018). *The Food Supply Prior to the Implementation of the Chilean Law of Food Labeling and Advertising*. MDPI AG. 10.3390/nu11010052

Mora-Plazas, M., Gómez, L. F., Miles, D. R., Parra, D. C., & Taillie, L. S. (2019). *Nutrition Quality of Packaged Foods in Bogotá, Colombia: A Comparison of Two Nutrient Profile Models*. MDPI AG. 10.3390/nu11051011

Prueba de Chi-Cuadrado. (2022). IBM. <https://www.ibm.com/docs/es/spss-statistics/saas?topic=tests-chi-square-test>

Ramirez, O. A., & Shonkwiler, J. S. (2017). *Western Agricultural Economics Association A Probabilistic Model of the Crop Insurance Purchase Decision*

Resolución No. 810 de 2021

Reyes, M., Garmendia, M. L., Olivares, S., Aqueveque, C., Zacarías, I., & Corvalán, C. (2019). *Development of the Chilean front-of-package food warning label*. Springer Science and Business Media LLC. 10.1186/s12889-019-7118-1

Roberto Hernández Sampieri. *Metodología de la Investigación - Sexta*

Edición. UCA.ar. <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>

Rodríguez-García, J., Peñaloza-Quintero, R. E., & Amaya-Lara, J. L. (2017). *Estimación de la carga global de enfermedad en Colombia 2012: nuevos aspectos metodológicos*.

Universidad Nacional de Colombia. 10.15446/rsap.v19n2.66179

Saavedra-Garcia, L., Moscoso-Porras, M., & Diez-Canseco, F. (2022). An Experimental Study Evaluating the Influence of Front-of-Package Warning Labels on Adolescent's Purchase Intention of Processed Food Products. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(3), 1094. 10.3390/ijerph19031094

Santos-Antonio, G., Bravo-Rebatta, F., Velarde-Delgado, P., & Aramburu, A. (2019). *Efectos del etiquetado nutricional frontal de alimentos y bebidas: sinopsis de revisiones sistemáticas*. Pan American Health Organization. 10.26633/rpsp.2019.62

Smith, L., Id, T., Reyes, M., Arantxa, M., Id, C., Popkin Id, B., & Corvalá, C. (a). *An evaluation of Chile's Law of Food Labeling and Advertising on sugar-sweetened beverage purchases from 2015 to 2017: A before-and-after study*

Taillie, L. S., Hall, M. G., Gómez, L. F., Higgins, I., Bercholz, M., Murukutla, N., & Mora-Plazas, M. (2020). *Designing an Effective Front-of-Package Warning Label for Food and Drinks High in Added Sugar, Sodium, or Saturated Fat in Colombia: An Online Experiment*. MDPI AG. 10.3390/nu12103124

Wang, L., Yao, X., Wang, G., & Du, K. (2022). Reactions to Pictorial and Text Cigarette Pack Warning Labels among Chinese Smokers. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(18), 11253. 10.3390/ijerph191811253

Zhang, Y., Tang, X., Liu, Z., & Xiong, G. (2020). The Influence of the Service Quality and Image of the Free Trade Island on Tourists' Purchase Intention: A Comparative Study of Hainan Island and Jeju Island. *Journal of Coastal Research*, 112(sp1), 279-284. 10.2112/JCR-SI112-075.1

Anexos

DEMOGRÁFICOS

CIUDAD		N.S.E.		EDAD		GENERO	
Bogotá	01	Estrato 4	01	De 15 a 25	01	Hombre	01
	02	Estrato 5	02	De 26 a 30	02	Mujer	02
Otro. ¿Cuál? _____	03	Estrato 6	03	De 31 a 35	03		
	04		04	De 36 a 40	04		
	05		05	Más de 40	05		
	06		06	Edad Exacta:			
	07			_____			
	08						
	09						
	10						

BLOQUE # 2: SITUACIÓN LABORAL

3. En la actualidad, ¿Cuál es su situación laboral?

a. Empleado de empresa privada	01
b. Empleado de empresa pública	02
c. Trabajador independiente	03
d. Empresario/empleador	04
e. Incapacitado permanente para trabajar	05
f. Cesante / Desempleado	06

4. ¿Cuál de las siguientes opciones describe mejor su ocupación actual? (ENC: LEA LAS OPCIONES. RESPUESTA UNICA.)

Dirección y Gerencia	01
Jefatura	02
Coordinador	03
Analista	04
Técnico	05
Auxiliar	06
Otro. ¿Cuál? _____	

5. ¿En qué actividad económica se desempeña? (ENC: RESPUESTA UNICA.)

Agropecuario	01
Servicios	02
Industrial	03
Transporte	04
Comercio	05
Financiero	06
Construcción	07
Minero y energético	08
Educación	09
Comunicaciones	10
Otra. ¿Cuál? _____	

6. ¿En cuál de los siguientes rangos se encuentra actualmente su ingreso total mensual? Recuerde que estos datos son utilizados exclusivamente para fines estadísticos (ENC: LEA LAS OPCIONES: RESPUESTA UNICA, RECUERDE QUE 1 SMLV EQUIVALE EN 2021 A \$ 908.526)

Menos de 1 SMLV	01
Más de 1 hasta 2 SMLV	02
Más de 2 hasta 5 SMLV	03
Más de 5 hasta 10 SMLV	04
Más de 10 SMLV	05

BLOQUE # 3 CONOCIMIENTO DE LA NORMATIVA

7. ¿Conoce usted la normativa 810 con referencia al etiquetado de los productos empacados, que a partir del 15 de diciembre todos deberán traer sellos de alto en grasas, azúcar, sodio, entre otros?

SI	01
NO	02

8. ¿Usted se considera un consumidor de productos alimenticios empacados (Bebidas, Paquetes, Dulces, pasabocas, etc ?

SI	01
NO	02

9. ¿Usted suele comprar este tipo de productos para su consumo personal?

SI	01
NO	02

10. ¿Cuándo fue la última vez que compro un producto alimenticio que viniera empacado?

a. Menos de 1 día	01
b. Menos de 3 días	02
c. entre 3 y 5 días	03
d. Más de 1 semana	04
e. Más de 2 semanas	05

11. ¿Su empresa y/o la actividad , están relacionadas con la producción de productos empacados?

Directamente relacionado	01
Indirectamente relacionado	02
Nada relacionado	03

BLOQUE # 4: Percepción de los compradores

12. Utilizando una escala de 1 a 10, donde 1 es Totalmente en desacuerdo y 10 es Totalmente de acuerdo, ¿qué tan de acuerdo está con respecto a las siguientes afirmaciones? (ENC: REGISTRE CALIFICACIÓN PARA CADA ASPECTO, RESPUESTA ÚNICA POR ASPECTO, ROTAR FRASES)

	Totalmente en desacuerdo									Totalmente de acuerdo
a. Los productos sin ningún tipo de sello son más sanos	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10
b. Entre menor sea la cantidad de azúcar, sodio, grasa, es mejor	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10
c. Considero que la alimentación saludable es responsabilidad de cada uno	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10

d. Me considero una persona que suele leer el número de calorías y las tablas nutricionales	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10
e. Conozco de que están compuestos los productos empaquetados que como a diario	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10
f. El gobierno debe garantizar que la población este enterada de cada uno de los compuestos de un producto	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10
g. SI me es posible comprar el mismo producto, prefiero el que no tiene sellos	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10
h. Tengo conocimiento de qué manera, el sodio, la grasa y el azúcar afectan mi salud	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10
i. Dejare de comprar productos que antes compraba porque ahora tienen algún sello	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10
j. Prefiero la marca antes que el número de sellos que la misma contenga	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10

13. ¿En su opinión cual de estos nutrientes es el que más afecta tu decisión de compra sobre algún producto?

Sodio	01
Azúcar	02
Grasa	03

14. Teniendo en cuenta su experiencia, ¿cuál diría que son los productos que deben recibir ese sello?

--

15. Después de las preguntas califique que tan satisfecho esta con esta nueva normativa 810 (ley de etiquetado) teniendo en cuenta una escala de 1 a 10, donde 1 es "Totalmente insatisfecho" y 10 "Totalmente satisfecho".

Totalmente insatisfecho										Totalmente insatisfecho
01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	10