PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA DE CALI.

Pregrado en Economía.

Regulación publicitaria y su impacto en el sector agroindustrial colombiano: Una evaluación de los efectos de los sellos nutricionales en el mercado de alimentos ultraprocesados.

Presentado por:

Mabel Niryeth Paredes Moreno.

Dirigido por:

Jaime Rafael Ahcar Olmos.

(2024)

RESUMEN

El presente trabajo de grado analiza las afectaciones de la imposición gubernamental de los sellos nutricionales a alimentos ultraprocesados. Para ello, se realiza un estudio descriptivo y analítico de los datos obtenidos mediante una encuesta a consumidores, para finalizar con la discusión de las implicaciones en los oferentes del sector. Los resultados del estudio muestran que la implementación de los sellos nutricionales ha tenido un impacto significativo en la persuasión y percepción de los demandantes, por ende, ha acarreado una modificación en las decisiones de compra.

Keywords: Nutritional labels, ultra-processed foods, consumers, impact, perception, purchasing decisions.

ABSTRACT

This thesis analyzes the impacts of the government's imposition of nutritional labels on ultra-processed foods. A descriptive and analytical study is conducted using data obtained from a consumer survey to examine the implications for industry suppliers. The study's findings reveal a significant impact of nutritional labels on consumer persuasion and perception, leading to a shift in purchasing decisions.

ÍNDICE.

OBJETIVOS. *5*

GENERAL: 5

ESPECIFÍCOS: 5

HIPOTESIS DE INVESTIGACIÓN: *5*

JUSTIFICACIÓN. *6*

INTRODUCCIÓN. *8*

METODOLOGÍA. *10*

CAPITULO 1. ..... *12*

SECTOR AGROINDUSTRIAL, ALIMENTOS ULTRAPROCESADOS Y SALUD PÚBLICA. *12*

1.1 CONTEXTUALIZACIÓN DEL SECTOR. 12

1.2 COLOMBIA Y LOS ULTRAPROCESADOS. 13

CAPITULO 2. ..... *16*

DIETA COLOMBIANA Y ELECCIÓN DE CONSUMO. *16*

2.1 TEORÍA DEL CONSUMIDOR. 17

2.2 ELECCIÓN DE CONSUMO DE ULTRAPROCESADOS. 18

2.3 SELLOS NUTRICIONALES Y EL ROL DE LA PUBLICIDAD 20

CAPITULO 3. ..... *21*

IMPACTO DE LOS SELLOS NUTRICIONALES. *21*

3.1 INCENTIVOS. 21

3.2 RESULTADOS. 22

3.2.1 GRÁFICOS. 23

CONCLUSIÓN. *30*

OBJETIVOS.

GENERAL: Analizar el impacto de las restricciones publicitarias en la industria de alimentos ultraprocesados (Sellos Nutricionales) en Colombia, observando las respuestas de los demandantes antes las medidas implementadas.

ESPECIFÍCOS:

1. Contextualizar sobre los tipos de bienes de consumo según su grado de procesamiento, localizando los alimentos ultraprocesados en su sector de mercado.
2. Conducir una encuesta dirigida a los demandantes de alimentos ultraprocesados, que facilite la obtención de conclusiones sobre el impacto de las regulaciones publicitarias (SELLOS) impuestas a este segmento del mercado.
3. Realizar análisis descriptivo de los resultados de la encuesta y analizar sus implicaciones.

HIPOTESIS DE INVESTIGACIÓN:

La implementación de sellos nutricionales frontales que adviertan sobre el alto contenido de nutrientes críticos (como azúcares añadidos, sodio y grasas saturadas) en alimentos ultraprocesados afecta negativamente la percepción de los consumidores hacia estos productos, disminuyendo su atractivo y la intención de compra.

JUSTIFICACIÓN.

De acuerdo con el Ministerio de Salud y Protección Social, más de la mitad de la población colombiana tiene exceso de peso, padeciendo sobrepeso u obesidad. En los adultos, la prevalencia de obesidad es del 21,3%. En niños y adolescentes, uno de cada tres menores de 18 años tiene sobrepeso u obesidad. Cuando en 2021 se declaró la obesidad y sobrepeso un problema de salud pública en Colombia los focos del gobierno se situaron sobre el sector de alimentos ultraprocesados, en consecuencia, la intervención estatal incrementó sustancialmente en el mercado incorporando medidas restrictivas e impositivas como las restricciones publicitarias, una de ellas, la imposición de sellos nutricionales. Los sellos nutricionales, por su parte, son etiquetas que se colocan en los alimentos ultraprocesados para advertir a los consumidores sobre el contenido de nutrientes críticos, como grasas saturadas, grasas trans, azúcares y sodio, y tiene como principal objeto evitar las problemáticas de peso y otros problemas graves de salud, mediante la persuasión del consumidor, a la par que, limitan la capacidad de las empresas de ultraprocesados de alimentos para publicitar sus productos libremente.

En la riqueza de las naciones Smith (1776) destacó la necesidad de la separación entre el Estado y la Economía, argumentando que el Estado debería desempeñar un papel limitado, ya que la libre empresa y la competencia conducirían a la eficiencia económica y al aumento de la riqueza. Keynes (1936), a contrario sensu, veía con menos optimismo la autonomía de la Economía asumiendo que puede fallar, y argumentó que los mercados libres no siempre conducen a la eficiencia económica y al aumento de la prosperidad. Ambas ideas, que parecen contraponerse, coexisten en el artículo 333 de la constitución política colombiana, que establece que el sistema económico colombiano es una Economía Social de Mercado, fruto de ser un Estado Social de Derecho. Lo anterior, supone que si bien “se reconoce a la empresa y en general a la iniciativa privada la condición de motor de la economía, se limita razonable y proporcionalmente la libertad de empresa y la libre competencia económica, con el único propósito de cumplir fines

constitucionalmente valiosos destinados a la protección del interés general” (Corte Constitucional, 2010).

INTRODUCCIÓN.

El presente documento abordará desde una perspectiva económica la interminable discusión sobre la intervención del Estado en el Mercado, estudiando los efectos de la imposición de restricciones a la publicidad a los alimentos ultraprocesados en pro de la salud pública, mediante la imposición de sellos nutricionales (Imagen 1). Los sellos nutricionales, también conocidos como *etiquetado frontal de advertencia*, "indican la cantidad de un nutriente crítico por porción en relación con la ingesta diaria recomendada (IDR). Si un producto supera el 25% de la IDR para un nutriente crítico, se le asigna un sello negro" (OPS, 2021). Son un sistema informativo dirigido a los consumidores sobre el contenido excesivo de nutrientes críticos en alimentos y bebidas procesados, su objetivo es la identificación de productos con alto contenido de calorías, azúcares añadidas, grasas saturadas, sodio y grasas trans.

Imagen 1.

Sellos nutricionales.

Adaptado de *Sellos de Advertencia* [imagen], por Nestlé, 2023, disponible en: https://www.nestle-contigo.co/elige-a-tu-medida/ley-etiquetado

Dado el anterior fin descrito, se analizará el comportamiento de los demandantes a partir de la imposición de los sellos nutricionales, mediante la realización de una encuesta, con el fin de condensar a través de descripción gráfica los hallazgos y evaluar así el impacto de las medidas gubernamentales en el mercado de ultraprocesados, una noción inicial con base en la teoría económica básica, sugiere

que la presencia de estos sellos al desincentivar el consumo tendrá afectación en las empresas del sector, sin embargo, en contraste directo, a la fecha no ocurre esto, por el contrario, en la práctica parece ser que las variaciones en el consumo no son suficientemente significativas para ejercer presiones sobre la oferta, Guillermo Carvajal, gerente de Asuntos Corporativos de Riopaila, para una entrevista en el periódico El País mencionó que, “En Colombia a pesar de todo lo que se ha generado acerca del consumo de azúcar, y del proceso de etiquetado que arrancó este año, no hemos visto realmente una caída en los consumos” (13 May 2024, P.5). Por lo cual, se espera situar los precedentes para el análisis más profundo y el seguimiento detallado de estas medidas con el fin de corroborar con mayor certeza su eficacia en periodos posteriores.

El trabajo constará de tres capítulos, iniciando con uno introductorio al sector y dinámicas del mercado en cuestión, avanzará con la indagación de la situación nutricional y participación de los alimentos ultraprocesados en la dieta de los colombianos, como prefacio de un tercer capítulo capaz de arrojar conclusiones a partir de datos primarios. El objetivo general inicial, planteaba aproximar el impacto mediante el relacionamiento descriptivo de los sellos nutricionales en los oferentes del sector de alimento ultraprocesados de forma directa, contactando empresarios de la base de datos de la sección económica de la revista Emprestite que consta de 1200 empresas del sector en Cali para la realización de una encuesta. Las interacciones telefónicas no fueron fructíferas y la implementación de medidas de contacto directo/presencial resultaba improcedente por limitaciones presupuestales. Sin éxito, la estrategia para la obtención de los datos primarios debió replantearse.

Las dificultades metodológicas de la realización de una encuesta dirigida directamente a las empresas desembocaron en reformulación de la encuesta, esta vez dirigida a los consumidores a partir de la cual se hizo posible observar el impacto de los Sellos nutricionales. Es así como, puesto en marcha, el proceso metodológico requirió de la elaboración de una segunda encuesta a jóvenes de entre 16 a 25 años, ubicados en la ciudad de Cali, estudiantes de la universidad Javeriana.

METODOLOGÍA.

Dadas las características de interdisciplinariedad del presente escrito, que busca principalmente un análisis económico, apoyado en la revisión y discusión precedente, se adoptará un enfoque metodológico mixto; la estrategia metodológica seleccionada será de triangulación la cual "pretende verificar convergencia, confirmación o correspondencia al contrastar datos, así como a corroborar o no los resultados y descubrimientos en aras de una mayor validez interna y externa del estudio" (Hernández, Fernández y Baptista, 2014). Es importante mencionar que, en la investigación social "el uso de estrategias de triangulación garantiza la validez de los resultados pues implementa instrumentos propios de lo cualitativo y lo cuantitativo, disminuyendo la brecha a sesgos metodológicos" (Clavijo, Guerra y Yañez, 2014). Por último, la expansión o ampliación, la profundización y el incremento de evidencia mediante la utilización de diferentes enfoques metodológicos proporcionará mayor seguridad y certeza sobre las conclusiones aportadas en este trabajo.

En cuanto a técnicas para la recopilación de datos, cuantitativamente se emplearon la observación, como procedimiento empírico generalizado, a través de la consulta de bases de datos en fuentes fiables como: el Ministerio de Salud, la OMS, la FAO, la ONU, entre otros, de donde se extraerán los datos de las tendencias y estadísticas de la problemática de salud descrita en este capítulo. Adicionalmente, como fuente de datos primarios se diseñó, desarrolló y posteriormente se analizó una encuesta llevada a cabo en la ciudad de Cali, para evaluar los impactos y recepción de los sellos nutricionales en jóvenes de entre 16 a 25 años, se pone de presente que la selección de la muestra obedeció a la búsqueda de soluciones frente a las dificultades presupuestales mencionadas en la introducción, se reconoce la idoneidad de una selección en un rango de edad más heterogéneo como una mejor opción, los encuestados se encontraban ubicados en la ciudad de Cali, estudiantes de la universidad Javeriana.

La encuesta en mención contenía una total de 16 preguntas, 13 de selección múltiple y el restante abiertas, divididas en 4 secciones[1]. Con un total de 53 respuestas, las conclusiones fueron las esperadas. El tipo de muestreo seleccionado fue no probabilístico, dados los intereses de la investigación. Por otro lado, se parte del precedente monográfico de la tesis "*Publicidad: arma o herramienta*", trabajo preliminar que aborda la misma temática desde el análisis a la disputa entre los derechos de las empresas contrapuesto con el derecho a la salud, que concluyó con la confirmación de que la intervención del Estado en la Economía es nociva para las empresas. Así pues, cualitativamente se trabajó la investigación documental, como forma de contraste argumentativo y teórico desde el análisis y abstracción de postulaciones legales, teoría del consumidor, teoría psicológica conductual, entre otros.

[1] Encuesta disponible en: https://docs.google.com/forms/d/1AC9UL7ckXx5_XnB_7NAZ2BZ4_EjsxUz_kH52P_OvQaI/edit#responses

CAPITULO 1.

SECTOR AGROINDUSTRIAL, ALIMENTOS ULTRAPROCESADOS Y SALUD PÚBLICA.

1.1 CONTEXTUALIZACIÓN DEL SECTOR.

De acuerdo con el DANE, el sector agroindustrial representó aproximadamente el 8,4% del PIB nacional y generó más de 3 millones de empleos en 2022. El Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural de Colombia (MADR), define el sector agroindustrial como, "el conjunto de actividades productivas, industriales y comerciales que tienen como base las materias primas de origen agropecuario, forestal, pesquero y acuícola, y que tienen como fin la transformación, industrialización, comercialización y distribución de productos alimenticios y no alimenticios". Así también, señala que el sector agroindustrial se divide en dos grandes subsectores:

- Subsector primario: Comprende las actividades de producción de materias primas de origen agropecuario, forestal, pesquero y acuícola.
- Subsector secundario: Comprende las actividades de transformación, industrialización, comercialización y distribución de productos alimenticios y no alimenticios.

Es pues en el subsector secundario donde se desenvuelve la oferta de alimentos, mismos que, de acuerdo con las cuatro categorías NOVA (mismas que a su vez se categorizan en 33 subgrupos) incluyen, alimentos no procesados o mínimamente procesados, ingredientes culinarios procesados, alimentos procesados y alimentos ultra procesados; estos últimos, son aquellos que han sufrido un alto grado de procesamiento industrial, y que contienen ingredientes como azúcares añadidos, grasas saturadas, grasas trans, sal, aditivos y potenciadores del sabor, consecuencia de lo cual, su consumo se asocia con el desmejoramiento en la salud.

1.2 COLOMBIA Y LOS ULTRAPROCESADOS.

De conformidad con estudios sociodemográficos realizados por la universidad de Antioquia en colaboración con las universidades de Sao Paulo, Harvard y Washington en 2020; Colombia, a partir de la apertura comercial experimenta una transición nutricional que le ha supuesto una incorporación sustancial de alimentos ultraprocesados con incrementos dramáticos desde el 2005. Para dicho año "el promedio de contribución calórico de estos productos era del 16%, sin embargo, a partir de ese momento los ultraprocesados han aumentado sus ventas totales en más de 6% anualmente" (Khandpur N, et al., 2020). Según el Observatorio de la Industria de Alimentos y Bebidas (OIA), los alimentos ultraprocesados representaron el 52,7% del valor de la producción del sector agroindustrial colombiano en 2022. El poder adquisitivo, la edad y la ubicación geográfica juegan un papel en el consumo, siendo así que, "los niños presentan una mayor ingesta de ultraprocesados, cerca del doble que los adultos de más de 50 años (…) y los habitantes urbanos en términos generales tiene de 1,5 a 1,7 más veces ingesta calórica de estos alimentos en contraparte de los rurales con menos estatus socioeconómico" (Khandpur N, et al., 2020).

Por otra parte, el Boletín de Prensa N$_o$ 324 de 2021, emitido por el Ministerio de Salud, expuso que la "prevalencia de personas con exceso de peso en Colombia, es del 56,4 %, por lo que se ha convertido en un problema en salud pública en el país" (Ministerio de Salud, 2021). Los colombianos tienen un alto grado de preferencia por alimentos ultraprocesados, "el 79.3% de esta población consume embutidos al menos una vez al mes, el 51,9% comidas rápidas, el 83,7% gaseosas, 85% alimentos de paquete y 89,3% dulces y golosinas" (Ministerio de Salud, 2019), lo cual implica que el problema con la mala alimentación es un hábito adquirido y desarrollado desde el hogar. Dicha preferencia se explica, de acuerdo con el citado Ministerio, por: la alta disponibilidad en el mercado de productos ultraprocesados, su bajo precio, poco conocimiento que tienen los consumidores acerca de estos alimentos y el volumen y contenidos persuasivos de la publicidad.

La Encuesta Nacional de la Situación Nutricional (ENSIN, 2015), elaborada por el ICBF en conjuntos con el DANE y demás entidades gubernamentales, expone que el problema de salud en Colombia se condiciona por determinantes estructurales, intermedios y singulares, y se desarticula en una serie de componentes de los cuales este documento se centrará en “prácticas de alimentación y nutrición”; para su diseño y análisis toma como base los cuestionarios de la Encuesta Nacional de Demografía y Salud (ENDS) desde 1990, los formularios aplicados en la ENSIN 2005 y 2010.

La situación se agrava con la revisión de los casos en niños, niñas y adolescentes, en Colombia “la prevalencia del exceso de peso actual en menores de 18 años es de 17,53% que se traduce en alrededor de 2.7 millones de afectados”. (Guarnizo, 2021) recolectó del ENSIN (2015) que, “el 88,8% de los niños entre 5 a 12 años consumieron golosinas o dulces 0,9 veces al día, y el 81,8% consumieron gaseosas 0,5 veces al día o 3,5 veces por semana. En niños y adolescentes entre 13 y 18 años este consumo es mayor. En efecto, el 85,5% consumieron golosinas o dulces 1 vez al día, y el 85,4% consumieron gaseosas 0,7 veces al día” (Guarnizo, 2021). Consecuentemente, el mismo documento arroja que “el exceso de peso en los menores en edad escolar se incrementó de 18,8% en 2010 a 24,4% en 2015”.

Las repercusiones del consumo reiterado de alimentos con baja calidad nutricional o ultraprocesados, suponen el riesgo de padecimientos y afecciones en la salud a largo plazo, ya que, “generan un patrón dietético asociado a un alto contenido de nutrientes relacionados con enfermedades crónicas” (Viola L, Noel G, Defagó MD, 2021). Las enfermedades asociadas más comunes son el sobrepeso y la obesidad. Adicionalmente, la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO, por sus siglas en inglés) y la Organización Mundial de Salud (OMS), indican que, cada año se reportan 3,6 millones de nuevos casos de obesidad, y 2,1 millones de personas mueren anualmente a causa de esta enfermedad. Uno de los factores más preocupantes es la interrelación existente que tienen la obesidad y el sobrepeso con el padecimiento posterior de enfermedades no transmisibles (ENT), como la diabetes, hipertensión, afecciones cardiacas y

algunos tipos de cáncer; las ENT son las causantes del 63% del número total de muertes anuales, lo que hace impostergable la toma de acciones para hacer frente a esta situación.

Con base en todo lo anterior, entendiendo la relevancia de la problemática tratada, el presente escrito continuará explorando la presencia de los ultraprocesados en la dieta de los colombianos, desde la aproximación a las motivaciones detrás del consumo de ultraprocesados y los factores sociodemográficos que influyen en las decisiones de compra. Con el fin de concluir tras la elaboración de una encuesta a los estudiantes de pregrado entre 16 y 26 años de la universidad Javeriana de Cali cuál es la percepción del consumidor sobre las medidas gubernamentales implementadas para desincentivar el consumo de ultraprocesados, más puntualmente los sellos nutricionales, y como es que esta percepción de la demanda permite aproximar el efecto de dichas medidas sobre el sector de la oferta de ultraprocesados.

CAPITULO 2.
DIETA COLOMBIANA Y ELECCIÓN DE CONSUMO.

En el desarrollo conceptual de la teoría económica de la elección se estudia, fundamentalmente, el comportamiento de los agentes económicos (para el caso, demandantes) en relación con sus opciones disponibles, sujetos a restricciones presupuestarias, lo anterior, supone de manera tácita que “los precios de mercado ofrecen información acerca de los costos de oportunidad para los individuos y ésta desempeña un importante papel que afecta lo que ellos eligen” (Nicholson W, 2015). Así las cosas, la teoría microeconómica básica, postula la maximización de la utilidad como la razón intrínseca de las decisiones de consumo de los individuos. Por “opciones disponibles”, nos referimos a los bienes y servicios ofertados en el mercado, mientras que, por “utilidad” se entiende el grado de satisfacción que reporta para un consumidor la adquisición de dado bien o servicio; si bien, existe literatura suficiente que respalde la veracidad de lo anterior, el proceso de selección de los consumidores, que se presumen agentes racionales, requiere de mayor detenimiento.

Dentro de los aspectos a considerar, el costo de oportunidad de los demandantes se estructura con base en factores tanto endógenos como exógenos, no solo se considera el precio y el poder adquisitivo, sino también, las calidades de lo adquirido que son ponderadas por quien lo adquiere, es aquí donde aparece la valoración como parte ineludible del proceso de toma de decisiones de consumo; dicha valoración compromete diferentes factores, ya decía Santo Tomás de Aquino (1920) que “el valor de un objeto está determinado por su capacidad para satisfacer un propósito o necesidad humana”, por lo tanto, que “el valor subjetivo dependía de la apreciación individual” (Aquino S. T., 1920). Puede decirse entonces que, son los factores económicos en confluencia con factores sociales, las necesidades, el deseo, las experiencias, creencias y costumbres lo que en conjunto estructura la decisión de compra de un individuo.

2.1 TEORÍA DEL CONSUMIDOR.

En el núcleo de la microeconomía se encuentra la teoría del consumidor, una fascinante exploración de cómo los individuos toman decisiones de compra. Esta teoría intenta comprender cómo, frente a una multitud de opciones y limitaciones presupuestarias, los consumidores eligen los bienes y servicios que mejor satisfacen sus necesidades y deseos (Varian, 2014). Para desentrañar los misterios de la conducta del consumidor, la teoría se basa en algunos supuestos clave. En primer lugar, se asume que los consumidores actúan de manera racional, buscando maximizar su satisfacción o utilidad con los recursos disponibles (Mas-Colell, Whinston & Green, 2019). En segundo lugar, cada consumidor posee un conjunto único de preferencias, reflejadas en su ordenación de diferentes opciones de consumo. Un tercer supuesto crucial es la restricción presupuestaria: el presupuesto disponible limita las opciones de compra del consumidor. Finalmente, en el modelo ideal, los consumidores tienen acceso a información perfecta sobre los precios y características de los productos (Perloff & Robinson, 2018).

Para analizar las complejas decisiones del consumidor, la teoría del consumidor emplea herramientas conceptuales como la función de utilidad, que representa la satisfacción que obtiene el consumidor al consumir diferentes cantidades de bienes y servicios. La curva de indiferencia, por otro lado, muestra las combinaciones de bienes y servicios que generan el mismo nivel de satisfacción para el consumidor. El conjunto presupuestario representa todas las combinaciones de bienes y servicios que el consumidor puede adquirir con su presupuesto dado.

Finalmente, el punto de equilibrio es la combinación de bienes y servicios que maximiza la utilidad del consumidor dentro de su restricción presupuestaria. La teoría del consumidor no solo tiene relevancia académica, sino que también impacta significativamente en el mundo real. Las empresas la utilizan para comprender las preferencias y decisiones de compra de sus clientes, permitiéndoles desarrollar estrategias de marketing y precios más efectivas. Los gobiernos emplean la teoría del consumidor para evaluar el impacto de políticas como impuestos, subsidios y regulaciones en el bienestar de los consumidores. Finalmente, la teoría del

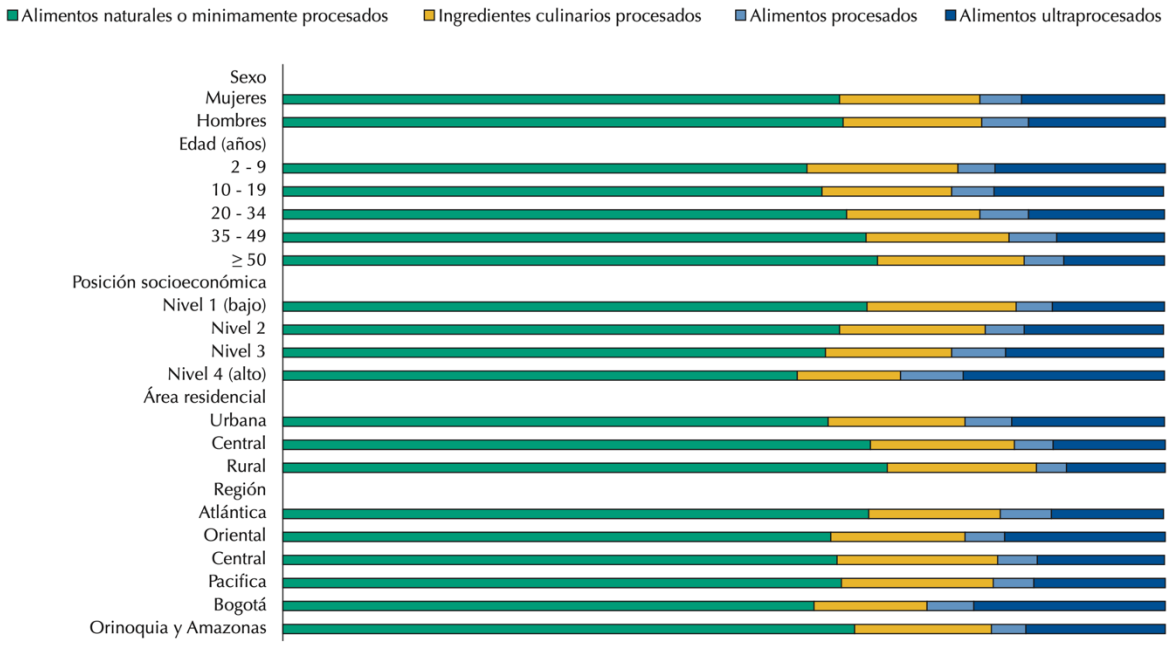
consumidor contribuye al estudio de la asignación eficiente de recursos y la distribución del bienestar en la sociedad.

2.2 ELECCIÓN DE CONSUMO DE ULTRAPROCESADOS.

La universidad de Antioquia, en conjunto con la universidad de Sao Paulo, el departamento de nutrición de Cambridge, La universidad de Harvard y otras instituciones colegiadas de renombre, realizaron en 2020 un estudio donde se evaluó la situación nutricional nacional desde el diseño de una encuesta estratificada para develar los factores sociodemográficos determinantes de la selección e ingesta de alimentos de los colombianos. El resultado, fue la sectorización de los encuestados, de acuerdo a la contribución calórica promedio de alimentos ultraprocesados en sus dietas como se ve en la figura 1.

Figura 1.

Distribución de la ingesta total de energía según clasificación NOVA y determinantes sociodemográficos.

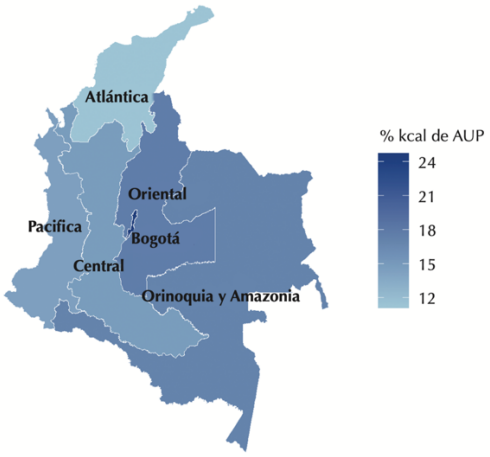


Adaptado de *Factores sociodemográficos asociados al consumo de alimentos ultraprocesados en Colombia*, (P. 6), por Khandpur N, Cediel G, Obango A, Jaime PC, Parra DC, 2020, *Rev Saude Publica*, 54 (19).

El citado artículo, además, ubicó en quintiles a los encuestados y descubrió que, en el primer quintil se ubicó el sector de la muestra con menor ingesta de alimentos ultraprocesados, mismo que estaba compuesto principalmente por personas de la región atlántica, mayores de 50 años, habitantes de zonas rurales y personas con estratos socioeconómicos bajos; para las cuales la contribución promedio de calorías de alimentos ultraprocesados fue de 0,2% (Khandpur N, et al., 2020, P. 6). En el extremo opuesto, el último quintil, compuesto mayoritariamente por niños, jóvenes y adolescentes de la región oriental, habitantes de zonas urbanas con estratos socioeconómicos más altos, tuvo un promedio del 41,1% (Khandpur N, et al., 2020, P. 1) de ingesta de ultraprocesados. Se obtuvo que, "Los niños de 2 a 9 años mostraron una ingesta de casi el doble de alimentos ultraprocesados que los participantes mayores de 50 años" (Khandpur N, et al., 2020, P. 1); además, no se advirtieron diferencias significativas en la ingesta de hombres y mujeres, sin embargo, "las mujeres consumieron mayor cantidad de panes, snack y productos de confitería y los hombres mayor cantidad de bebidas azucaradas y comidas listas para consumir" (Khandpur N, et al., 2020, P. 9).

Figura 2.

Distribución del consumo de alimentos ultraprocesados (AUP) en las regiones.



Adaptado de *Factores sociodemográficos asociados al consumo de alimentos ultraprocesados en Colombia*, (P. 7), por Khandpur N, Cediel G, Obango A, Jaime PC, Parra DC, 2020, *Rev Saude Publica*, 54 (19).

En términos generales, el estudio citado arrojó que son la exposición, la disponibilidad y el acceso los determinantes más directos del consumo de

ultraprocesados y que, las regiones del occidente colombiano y la población general de bajo estrato socioeconómico están más “protegidas” y conservan preparaciones culinarias tradicionales.

2.3 SELLOS NUTRICIONALES Y EL ROL DE LA PUBLICIDAD

Las empresas, en la búsqueda de la maximización de sus beneficios adelantan procesos estratégicos; la estrategia empresarial hace hincapié en desarrollar una de las siguientes metodologías, “1. Buscar un claro liderazgo general en costos, 2. Promover una diferenciación o desarrollo de rasgos novedosos o exclusivos en el producto o servicio que se ofrece, y, 3. Lograr una alta segmentación y posicionamiento del producto” (Cárdenas, 1998). Concretamente la tercera estrategia, se caracteriza por ahondar en la estrategia publicitaria, que implica entre otras cosas la utilización de medios pagados con el fin de informar, recordar o convencer a los consumidores de adquirir cierto tipo de productos o servicios; es entonces la publicidad la herramienta por excelencia de las empresas para su promoción y el principal medio de exposición.

Los sellos nutricionales impuestos por el gobierno son un tipo de regulación que puede afectar la libertad publicitaria de las empresas. Estos sellos se colocan en los productos alimenticios para informar a los consumidores sobre su contenido nutricional. Si bien, algunos argumentan que los sellos nutricionales son una restricción innecesaria a la libertad publicitaria, ya que las empresas ya están obligadas a proporcionar información nutricional en sus productos, otros argumentan que los sellos nutricionales son una herramienta importante para proteger la salud pública, ya que ayudan a los consumidores a tomar decisiones informadas sobre su alimentación.

En última instancia, el impacto de los sellos nutricionales en la libertad publicitaria es un tema complejo de índole jurídico que no se ahondará en este documento; en su lugar el siguiente capítulo condensará la respuesta de los consumidores a dichos sellos, desde la aproximación metodológica de una encuesta realizada en el sector de Cali.

CAPITULO 3.
IMPACTO DE LOS SELLOS NUTRICIONALES.

Estando de presente la situación nutricional del país, la conceptualización de los tipos de alimentos según su grado de procesamiento y la discusión sobre las elecciones de consumo, se dará paso al último apartado de este documento, mismo que contiene la información recolectada mediante encuesta que, permite relacionar descriptivamente la percepción de los consumidores frente a los sellos nutricionales y en contra partida, el efecto de éstos para las empresas del sector.

3.1 INCENTIVOS.

Desde utilitaristas como Bentham (*Introducción a los principios de la moral y la legislación*, 1789), neoclásicos como Marshall (*Principios de economía*, 1890), hasta monetaristas como Friedman (*Libre para elegir*, 1980), los filósofos económicos coinciden en que los incentivos importan. Los incentivos juegan un papel crucial en la economía, ya que influyen en las decisiones que toman los individuos, las empresas y los gobiernos. Un incentivo se define como cualquier factor que induce a un individuo o entidad a tomar una decisión o realizar una acción específica. Estos incentivos pueden ser positivos o negativos, y pueden basarse en recompensas, castigos o simplemente cambios en las expectativas.

Muy puntualmente, los sellos nutricionales actúan como un incentivo, la puesta en situación de elementos persuasivos como las etiquetas de “Alto en azucares” o “Alto en grasas”, pueden a la vez que informar, desincentivar el consumo; Dado que, los incentivos pueden cambiar la forma en que las personas valoran las diferentes opciones y, por lo tanto, afectar su percepción del costo de oportunidad. Al tomar decisiones motivadas por incentivos, las personas renuncian a otras opciones potenciales. En el caso abordado en este documento, se mencionó la relevancia de las ponderaciones en las tomas de decisiones y los costos de oportunidad, a continuación, se develará, cuál es la respuesta de los consumidores.

3.2 RESULTADOS.

Aproximadamente el 81.1% de las personas encuestadas afirma consumir alimentos ultraprocesados todas las semanas, si bien no es posible sectorizar el aporte calórico de estos alimentos en la dieta general de cada uno, el 11,3% afirmó ingerir estos productos de forma diaria, por lo cual es factible considerar que hay una incorporación de los alimentos ultraprocesados en las rutinas alimentarias de los colombianos encuestados. Cuando se cuestionó sobre la aptitud e idoneidad de los sellos nutricionales como fuentes de información aproximadamente el 24.5% los consideró de difícil comprensión, mientras que el 62.2% calificó como confiable la información aportada por los mismos. En cuanto al recibimiento, el 60.4% de las personas reaccionó de forma negativa ante la presencia de sellos en un producto, mientras que solo el 9.4% al ver los sellos mantiene una percepción positiva del producto que los contenga. Aparentemente, el sello que más desincentiva el consumo es el de “Alto en azucares”, 58,5% de las personas que lo ve, con frecuencia prefiere otro bien en sustitución.

Más directamente, en cuanto al impulso de los consumidores subsiguiente a las advertencias de los sellos más del 60% de los encuestados, indicó sentirse menos propenso a comprar ultraprocesados; 34% de los cuales indica haber reducido su consumo general en consecuencia, y 32% ha optado por buscar productos con mejores perfiles nutricionales, mientras que otro 35.8% se mostró indiferente. La sola presencia de los citados sellos consiguió que el 56.6% de los encuestado decidiera no comprar un producto ultraprocesados, siendo así como, el 49.1% descartó mayoritariamente el consumo de bebidas azucaradas, mientras que otro 41.5% alejó de su dieta las comidas rápidas y los snacks salados.

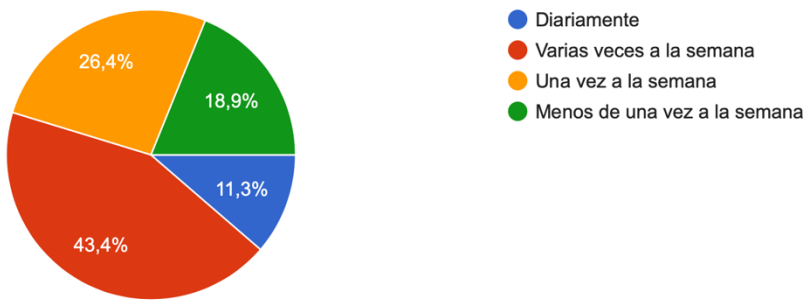
Aún con todo lo anterior, lo cierto es que el 58.5% de los encuestados no asocia los sellos con una pérdida o disminución de confiabilidad frente a una marca, sin embargo, el 52.8% indicó que las advertencias de estos influyen en su decisión de abstener a probar nuevos ultraprocesados. A continuación, se representará gráficamente la información recopilada de los datos anteriormente indicados.

3.2.1 GRÁFICOS.

A la pregunta ¿Con qué frecuencia consume alimentos ultraprocesados?, los encuestados respondieron indicando que más de la mayoría absoluta, tiene incorporados los alimentos ultraprocesados en su dieta semanal. Como puede apreciarse en la figura 3, solo menos de la cuarta parte indicó tener un consumo bajo de este tipo de alimentos.

Figura 3.

Participación de ultraprocesados en la dieta.

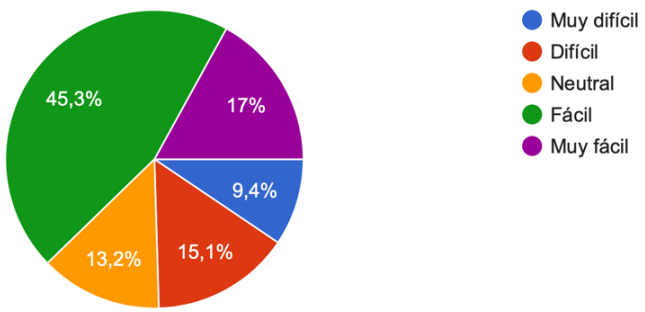


Fuente: Elaboración propia. Encuesta aplicada a 53 personas. Abril (2024).

Los resultados revelan una clara percepción de que los sellos nutricionales son de fácil comprensión para la mayoría de los consumidores. (Figura 4)

Figura 4.

¿Qué tan fácil es comprender la información presente en los sellos nutricionales?

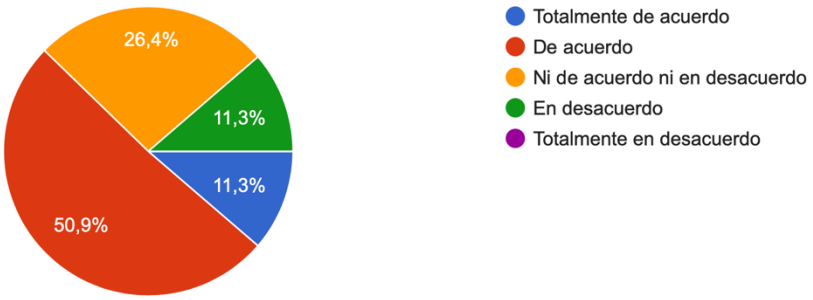


Fuente: Elaboración propia. Encuesta aplicada a 53 personas. Abril (2024).

Pese a que cerca del 10% encuentre los sellos muy difíciles de comprender, el sentir general expresa una clara confianza hacia la información que estos brindan (Figura 5).

Figura 5.

¿Considera que los sellos nutricionales son una fuente confiable de información?

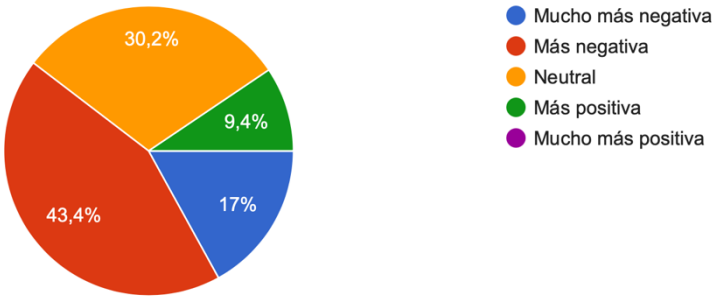


Fuente: Elaboración propia. Encuesta aplicada a 53 personas. Abril (2024).

Precisamente, a raíz de la confianza en los sellos, las advertencias de estos impactan en la percepción de los consumidores de manera fundamentalmente negativa, mientras que por otro lado, 30% de los encuestados indicó sentirse indiferente y un grupo minoritario aseguró tener una recepción positiva (Figura 6).

Figura 6.

Percepción de los ultraprocesados a partir de los sellos.

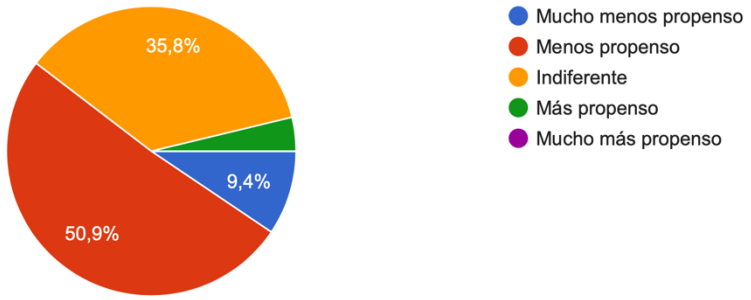


Fuente: Elaboración propia. Encuesta aplicada a 53 personas. Abril (2024).

Es congruente, en consecuencia, que quienes se muestran indiferentes a los sellos no tomen los mismos en consideración a la hora de tomar sus decisiones de compra. Sin embargo, es ineludible el impacto negativo de estos en las dinámicas de consumo. Lo más usual, es que la propensión por el consumo de ultraprocesados decaiga en presencia de sellos de advertencia tal como se aprecia a continuación.

Figura 7.

Propensión al consumo de ultraprocesados

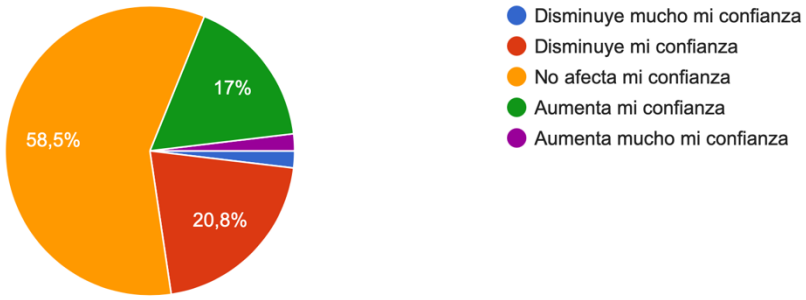


Fuente: Elaboración propia. Encuesta aplicada a 53 personas. Abril (2024).

En un giro sorpresivo, la afectación a las dinámicas de consumo antes mencionada, no tienen necesaria o directamente un impacto negativo o estigmatización para las marcas. Cerca del 60% de quienes respondieron, se muestra indiferente y no ve disminuida o aumentada su confianza en las marcas con productos con sellos.

Figura 8.

¿En qué medida los sellos nutricionales influyen en su confianza en una marca?

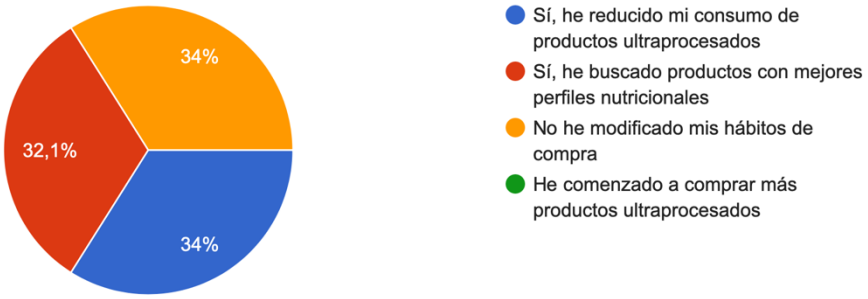


Fuente: Elaboración propia. Encuesta aplicada a 53 personas. Abril (2024).

La encuesta fue consistente en aportar evidencia sobre las fluctuaciones en la compra de este tipo de productos y el recibimiento de los sellos por el sector consumo. La generalidad reduce la participación de los ultraprocesados en su selección de alimentos, si bien, se mantiene el área de quienes se muestran indiferentes, lo cierto es que, ninguna persona indicó haber aumentado su consumo.

Figura 9.

¿Ha modificado sus hábitos de compra a raíz de la información presente en los sellos nutricionales?

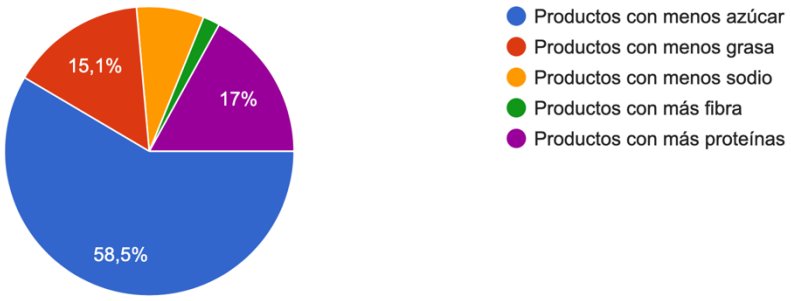


Fuente: Elaboración propia. Encuesta aplicada a 53 personas. Abril (2024).

Entre los sellos, "Alto en azúcares" es el de mayor impacto en los encuestados. La mayoría de ellos modifica su cesta de la compra al verlo (Figura 10). En general, son indudablemente persuasivos, al menos el 50% de los encuestados ha reducido su consumo de ultraprocesados tras leer las advertencias (Figura 11).

Figura 10.

Sustituciones y selecciones.



Fuente: Elaboración propia. Encuesta aplicada a 53 personas. Abril (2024).

Figura 11.

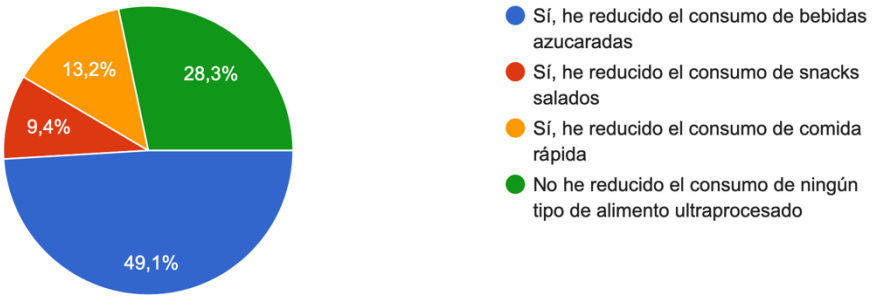
¿Ha comenzado a comprar más o menos productos con sellos de advertencia?

Fuente: Elaboración propia. Encuesta aplicada a 53 personas. Abril (2024).

En suma, una reflexión a los empresarios nuevos y consagrados en el sector debería ser que, las advertencias de los sellos resuenan muy directamente en las bebidas azucaradas, siendo este el producto ultraprocesados con mayor reducción en el consumo (Figura 12). Que los consumidores se interesan en conocer los efectos directos del consumo de sus productos en la salud (Figura 14). Y que, las incorporaciones de nuevas líneas de producto van a verse necesariamente implicadas, ya que, la presencia de los sellos influye en la mayoría de los encuestados como una razón para no probar un nuevo producto (Figura 13).

Figura 12.

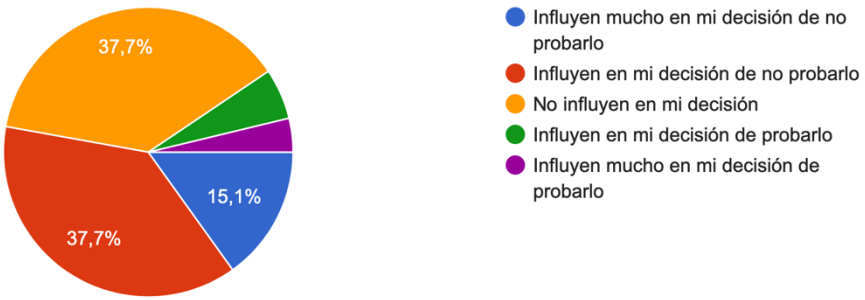
Ultraprocesado más afectado por los sellos.



Fuente: Elaboración propia. Encuesta aplicada a 53 personas. Abril (2024).

Figura 13.

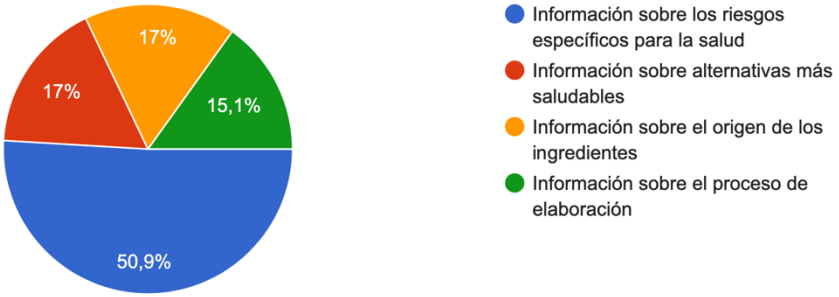
¿En qué medida los sellos nutricionales influyen en su intención de probar un nuevo producto?



Fuente: Elaboración propia. Encuesta aplicada a 53 personas. Abril (2024).

Figura 14.

Información deseada por los demantantes.

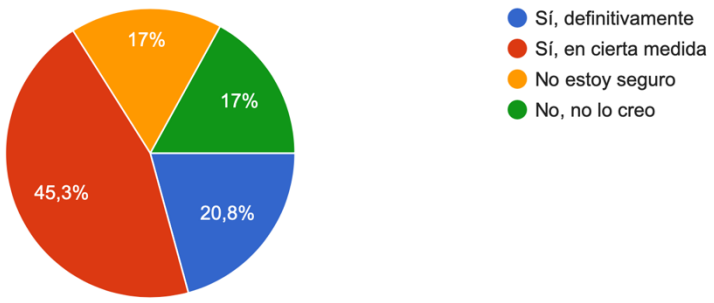


Fuente: Elaboración propia. Encuesta aplicada a 53 personas. Abril (2024).

Es improcedente pretender aproximar la respuesta de las empresas, sin embargo, en opinión de más del 50% de encuestados los sellos nutricionales han impulsado a las empresas por optar por perfiles nutricionales más saludables (Figura 15). Lo cierto es que, bien sea o no ésta la postura de la oferta, es claro que es la reacción esperada por los demandantes.

Figura 15.

¿Considera que los sellos nutricionales han impulsado a las empresas a desarrollar nuevos productos con perfiles nutricionales más saludables?



Fuente: Elaboración propia. Encuesta aplicada a 53 personas. Abril (2024).

CONCLUSIÓN.

Las políticas de salud pública, como la implementación de sellos nutricionales en Colombia, que buscan disminuir el consumo de alimentos nocivos y promover hábitos alimenticios más saludables, han demostrado ser una herramienta efectiva para desincentivar el consumo de alimentos ultraprocesados. Este documento exploró el impacto de estas medidas en los consumidores y halló que, al menos para la muestra seleccionada en el rango de edades dispuesto, los sellos nutricionales cumplen con su objetivo de persuadir a los demandantes y modificar sus decisiones de compra, dado que tienen un alto nivel de notoriedad y son considerados como una fuente de información confiable.

Adicionalmente, se logró identificar algunos de los determinantes en la selección de bienes de consumo alimenticios por parte de los colombianos, se realizó un detenimiento en la clasificación NOVA, especificando sus subgrupos y las características fundamentales asociadas al sector de mercado estudiado; por tanto, se contextualizó de manera preliminar sobre los ultraprocesados. A continuación, se expuso la situación nutricional y se realizaron las observaciones sectoriales y sociodemográficas que ofreció información acerca del relacionamiento con este tipo de alimentos. Subsiguientemente, haciendo uso de la teoría económica, pudieron especificarse aspectos conceptuales fundamentales como el costo de oportunidad, las relaciones de asociación en la toma de decisiones, los incentivos y demás, para entender, si se quiere, la naturaleza de los sellos nutricionales previo paso a evaluar su impacto.

Por último, se condujo exitosamente una encuesta, base de los resultados de este documento. Los resultados de la investigación a partir de datos primarios tienen como limitante fundamental que las conclusiones aquí aportadas podrían sufrir de un sesgo, propio de la selección del grupo poblacional, por lo que éstas pueden variar para otros grupos, sin embargo, la evidencia aportada por las respuestas recolectadas se tomará como indicio para continuar la discusión sobre la temática tratada. Así las cosas, la encuesta permitió el análisis descriptivo que dio cuenta de cómo 66.1% de los encuestados considera que sí hay un impacto real de la

presencia de sellos nutricionales. Cabe destacar que la demanda por información más detallada sobre los riesgos específicos para la salud asociados a los alimentos ultraprocesados se hace cada vez más alta.

En conclusión, si bien, a la fecha no existen estudios que capturen los efectos de la imposición de sellos nutricionales concretamente en las economías de la región, se esperaría que en Colombia las empresas de la industria alimentaria de ultraprocesados se enfrenten a un panorama desafiante; primero, frente al cumplimiento de los requerimientos legales que modifican obligatoriamente sus presentaciones y diseños tradicionales de empaquetado, con todos los gastos que ello implica. Segundo, en respuesta a las advertencias sobre el contenido de nutrientes críticos, se vean obligadas a reformular sus productos, lo que genera costos adicionales asociados a la modificación de sus estructuras productivas, significando con ello un reto para la supervivencia de éstas, ya que aquellas que no logren adaptarse a los nuevos requerimientos podrían verse obligadas a salir del mercado. Por último, es posible que el efecto real de estas medidas se observe en periodos posteriores y que la oferta de ultraprocesados se vea más presionada una vez que los colombianos adopten prácticas de alimentación saludable de manera más generalizada, por lo que es pertinente señalar de no son solo las medidas gubernamentales, sino la contextualización y educación nutricional las vías a seguir para la prevención de patrones de consumo perjudiciales para la salud.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

- Aquino, T. de (1989). Suma Teológica II. Editorial Rialp. (Traducción de Santiago Ibáñez).

- Bentham, J. (1789). Introducción a los principios de la moral y la legislación. Londres: Printed for W. T. Cadell, by J.Johnson.

- Base de datos empresas Cali. (2024). Disponible en https://empresite.eleconomistaamerica.co/Actividad/INDUSTRIA-ALIMENTOS/localidad/CALI/

- Corte Constitucional. Sentencia C-388 de 2016. M.P: EDUARDO CIFUENTES MUÑOZ. Rad. Expediente D-2588.

- *CLASIFICACIÓN NOVA DE ALIMENTOS*. (2010). Disponible en https://www.insp.mx/resources/images/stories/Centros/cinys/Infografias/pdfs/220110_ClasificacionNOVA.pdf

- Clavijo, Guerra, Yañez. (2014) Metódo, metodología y técnicas de invertigación aplicadas al derecho. Recuperado de https://fui.corteconstitucional.gov.co/doc/pub/31-08-2017_7b9061_60327073.pdf.

- Enfoques poblacionales de la prevención de la obesidad infantil. Apps.who.int. (2016). Recuperado de https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/250751/9789243504780-spa.pdf?sequence=1.

- ENSIN: Encuesta Nacional de Situación Nutricional. Portal ICBF - Instituto Colombiano de Bienestar Familiar ICBF. (2010). Recuperado de https://www.icbf.gov.co/bienestar/nutricion/encuesta-nacional-situacion-nutricional.

- ENSIN: Encuesta Nacional de Situación Nutricional. Portal ICBF - Instituto Colombiano de Bienestar Familiar ICBF. (2015). Recuperado de https://www.icbf.gov.co/bienestar/nutricion/encuesta-nacional-situacion-nutricional.

- FAO, OPS, UNICEF. 2022. Etiquetado Nutricional en la Parte Frontal del Envase en América Latina y el Caribe. Nota Orientadora. Santiago de Chile. https://doi.org/10.4060/cc1545es

- Fajardo Bonilla, E. (2012). Obesidad infantil: otro problema de malnutrición. Redalyc.org. Recuperado de https://www.redalyc.org/pdf/910/91025872001.pdf.

- Friedman, M. (1980). Libre para elegir. Edivisa.

- Figueroa, P. P. E., Barrera, I. C. S., Barrera, J. A. A., & Díaz, F. E. *Obesidad infantil: una amenaza silenciosa*. (2019). Recuperado de https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/DE/PES/resumen-politica-obesidad-infantil-amenaza-silenciosa.pdf

- Guarnizo, D. (2021). Publicidad para enfermar: restricciones al mercadeo de productos alimenticios ultraprocesados dirigido a niños y niñas en la Constitución colombiana. Dialnet. Recuperado de https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8197079.

- Harrys, J., Brownell, K. y Bargh, J. (2009). El modelo de defensa de la comercialización de alimentos: integración de la investigación psicológica para proteger a los jóvenes e informar las políticas públicas. Researchgate.net. Recuperado de https://acmelab.yale.edu/sites/default/files/2009_the_food_marketing_defense_model.pdf
- , de https://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-764164.

- Hernández, R., Fernández, C., Baptista, P. (2014). Metodología de la investigación, Edición 6.

- Hernán Cárdenas, J. (1998). Estrategia Empresarial. Recuperado de 2022, de https://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-764164

- Keynes, J. M. (1936). Teoría general del empleo, el interés y el dinero. Macmillan & Co.

- Khandpur, N., Cediel, G., Obando, D. A., Jaime, P. C., & Parra, D. C. (2020). Sociodemographic factors associated with the consumption of ultra-processed foods in Colombia. *Revista de saude publica*, *54*, 19. https://doi.org/10.11606/s1518-8787.2020054001176

- Marshall, A. (1890). **Principios de economía**. Londres: Macmillan and Co.

- Nicholson, W. (2015). Teoría microeconómica principios básicos y ampliaciones.

- OMS.. (2024). *Obesidad y sobrepeso*. Who.int. Recuperado de https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/obesity-and-overweight

- OPS, Paho.org. (2021). Etiquetado frontal. Recuperado de https://www.paho.org/es/temas/etiquetado-frontal

- País, E. (2024, mayo 13). Entrevista Sección Activos*: Guillermo Carvajal, gerente de Asuntos Corporativos de Riopaila*.

- Perloff, Jeffrey M., & Robinson, Carol S. (2018). Microeconomía (5ª ed.). México D.F.: Pearson Educación.

- Mas-Colell, Andreu, Whinston, Michael D., & Green, Jeffrey R. (2019). Microeconomía (2ª ed.). Barcelona: Ariel.

- Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. (2024) Gov.co. Recuperado de https://www.minagricultura.gov.co/paginas/default.aspx

- Ministerio de Salud de Colombia. (2021) *Obesidad, un factor de riesgo en el covid-19*. Gov.co. Recuperado de https://www.minsalud.gov.co/Paginas/Obesidad-un-factor-de-riesgo-en-el-covid-19.aspx

- Roberto, C. A., Monteiro, R. A., Cannon, G., Levy, C., da Costa e Silva, V. L., & Popkin, B. M. (2021). Front-of-package nutrition labels and consumer behavior in high-, middle-, and low-income countries: A systematic review and meta-analysis. JAMA Network Open, 4(11), e2136809.

- Scientists, A. (s/f). *Nutrición, Salud y Medio ambiente*. National Institute of Environmental Health Sciences. Recuperado de https://www.niehs.nih.gov/health/topics/enfermedades/nutricion.

- Smith, A. (1776). La riqueza de las naciones. Imprenta de W. Strahan y T. Cadell.

- Thomé C et al. (2021). Front of package nutrition labels and dietary intake: a systematic review and meta analysis. Nutrients, 13(10), 1216. Cita tomada de: Understanding of front of package nutrition labels: Guideline daily amount and warning labels in Mexicans with non-communicable diseases

- Viola, L., Noel Marchiori, G., & Defagó, M. D. (2020). De nutrientes a patrones alimentarios: cambio de paradigma en el abordaje nutricional de las enfermedades cardiovasculares. *Perspectivas en Nutrición Humana*, *22*(1), 101–111. https://doi.org/10.17533/udea.penh.v22n1a08

- Vallejo Figueroa, P., Sánchez Barrera, I., Arciniegas Barrera, J., & Escobar Díaz, F. (2019). Obesidad infantil: una amenaza silenciosa. www.minsalud.gov.co. Recuperado de https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/DE/PES/resumen-politica-obesidad-infantil-amenaza-silenciosa.pdf.

- Varian, Hal R. (2014). Microeconomía intermedia: un enfoque moderno (7ª ed.). Barcelona: Antoni Bosch.