

Efecto de los sellos de advertencia en los empaques de comida sobre la percepción de salud e
intención de compra en adultos colombianos

Universidad de los Andes
Facultad de Ciencias Sociales
Departamento de Psicología

Estudiante: Susana Ochoa Yepes
Director: Carlos Gantiva

Resumen

Actualmente, se evidencia un problema de salud pública en el mundo debido a las diversas enfermedades que se originan por los tipos de alimentos que las personas ingieren, por ejemplo, productos ultra procesados, los cuales tienen una mala calidad nutricional, pero tienden a ser percibidos por los consumidores de manera errónea como saludables (OMS, 2015). Los empaques de estos productos juegan un rol determinante en la decisión de compra de los consumidores. Estas decisiones causan diferentes enfermedades como la diabetes, la obesidad y otro tipo de enfermedades físicas asociadas al sobrepeso; por ende, la prevención y el control de dichas patologías es una prioridad de salud pública (OMS, 2009).

En cuanto a la diabetes, esta es una enfermedad crónica que se da por un aumento de azúcar en la sangre. En Colombia, se estima que 3 de cada 100 personas padecen de esta enfermedad, no obstante, el número podría ser mayor, es decir 1 de cada 10 colombianos, ya que la mayoría de individuos no saben que tienen la enfermedad (Ministerio de Salud, 2017). Adicionalmente, el número de personas con diabetes en el mundo aumentó de 108 millones de personas en 1980 a 442 millones de personas en el 2014; así mismo, se evidenció un aumento del 5% de mortalidad prematura por esta patología entre el 2000 y el 2016 (OMS, 2020). Es decir, esta patología causa la muerte de 263 mil personas en Latinoamérica y de 1.6 millones de individuos en el mundo cada año (Ministerio de Salud, 2020). Por otro lado, con relación a la pandemia actual, se ha encontrado datos que indican que las personas con diabetes tienen mayor riesgo de mortalidad ante el contagio de COVID-19 (Diabetes Voice, 2020).

En cuanto a la obesidad, según la OMS (2009), esta es una enfermedad crónica no transmisible que ha alcanzado datos críticos en el mundo; pues, cada año mueren 2,8 millones de personas por causa de esta. Así mismo, en el 2016 más de 1.900 millones de adultos en el mundo tenían sobrepeso y más de 650 millones eran obesos (OMS, 2017). Con relación a los datos de Colombia, en el 2013 murieron 4.067 personas entre los 30 y los 70 años debido a la obesidad. (Ministerio de Salud, 2016). Adicionalmente, el sobrepeso y la obesidad pueden generar diversos efectos negativos sobre la salud, lo que puede llevar a que se presenten diferentes enfermedades como diabetes tipo 2, hipertensión, enfermedad coronaria, accidente cerebrovascular, problemas ginecológicos, aumento del colesterol, apnea del sueño, problemas respiratorios, enfermedad del hígado y de la vesícula y artrosis (CDC, 2020). También se ha encontrado que las personas con obesidad tienen un mayor riesgo de muerte si se contagian de COVID-19 (Petrova et al, 2020).

Para prevenir problemas como la obesidad, el sobrepeso o la diabetes, la Organización Panamericana de Salud (2014), planteó una serie de objetivos y lineamientos en torno al establecimiento de normas para el etiquetado de los productos de alimentos con el fin de promover decisiones más saludables por parte de los consumidores. Diversos países de Latinoamérica, como Ecuador, México, Chile, Perú, Brasil, Uruguay, Argentina y Bolivia, han implementado diferentes diseños y tipos de sellos de advertencia en los empaques de alimentos con altos contenidos calóricos para desincentivar su consumo (Ministerio de Salud y Protección Social, 2020).

El Gobierno colombiano busca unirse al movimiento de estos países por medio de la modificación de la Resolución 333 de 2011, la cual, es el reglamento técnico sobre los requisitos de etiquetado nutricional que deben cumplir los alimentos envasados para consumo humano. Esto, con el fin de que la tabla nutricional sea obligatoria para todos los alimentos, que esta se establezca tanto por porción como por cada 100 gramos, y que se establezcan los sellos de advertencia en aquellos productos que superen los 100 gramos, ya sea en grasas saturadas, azúcares añadidos y/o sal/sodio (ICBF, 2011).

Lo anterior, puede ser analizado a través de un modelo de salud que explique la importancia de la implementación de una nueva legislación en Colombia y que explique la relevancia de establecer una investigación que examine la eficacia de la misma. Dicho modelo es el Proceso de Adopción de Precauciones (PAP), el cual, se basa en la reducción de un riesgo por medio de un motivador y de enriquecimiento en la información que se les da a las personas. Así mismo, este se basa en la necesidad de conocer los riesgos y la percepción de los costos y los beneficios de una situación (Weinstein, 2002). La nueva legislación colombiana relacionada con el uso de los sellos de advertencia, busca aumentar el grado de información de los consumidores en cuanto a los productos de comida, lo que a su vez, puede ser un motivador para la disminución en la ingesta de ciertos alimentos.

El PAP tiene siete etapas por las cuales la persona transita para realizar un cambio significativo ante una situación (e.g., nuevos hábitos alimenticios). En cuanto a la primera etapa, la persona se da cuenta que hay un riesgo en una situación debido a la información que se le brinda, lo que, como se mencionó previamente es lo que se busca implementar con los sellos de advertencia en los empaques de comida. Luego, las siguientes etapas buscan que las personas realicen o tomen una acción en torno a generar un cambio en su conducta (Rodríguez& Londoño, 2010).

Actualmente hay evidencia sobre la eficacia de estos sellos de advertencia en los empaques de comida. Por ejemplo, un estudio realizado en Brasil, comparó el efecto del uso de diferentes tipos de sellos y de las frases que contenían. Por lo cual, los investigadores dividieron a los participantes de manera aleatoria en cuatro grupos diferentes. El primer grupo observó sellos triangulares con la frase "a lot of", el segundo sellos triangulares con la frase "high in", el tercero sellos en forma de hexágono (sellos utilizados en Chile) con la frase "high in", y el cuarto grupo fue de control. Los participantes respondieron a una serie de preguntas mientras observaban las imágenes de nueve productos; esto, con el fin de evaluar su comprensión acerca de los nutrientes del producto, su percepción del término saludable y sus intenciones de compra (Khandpur et al., 2019).

En este sentido, en Colombia es escasa la evidencia sobre el efecto de los sellos de advertencia en los empaques de alimentos, en parte, por la novedad de esta política de salud pública. Por lo anterior, esta investigación busca evaluar el efecto de los sellos de advertencia en los empaques de comida sobre la intención de compra y la percepción de salud de los adultos colombianos.

Pregunta de investigación

¿Cuál es el efecto de los sellos de advertencia en los empaques de comida sobre la intención de compra y la percepción de salud en adultos colombianos?

Objetivo general

Evaluar el efecto de los sellos de advertencia en los empaques de alimentos, como estrategia de promoción de hábitos saludables en población adulta.

Método

Tipo de estudio y diseño

Estudio cuasiexperimental con un diseño factorial mixto 2 x 3. La variable independiente intersujeto es el Grupo. Por lo cual, un grupo de personas observará empaques de alimentos SIN el sello de advertencia. El segundo grupo, evaluará empaques de comida CON el sello de advertencia. La variable independiente intrasujeto es la Comida (azúcar añadido, la sal/sodio y grasas saturadas). Las variables dependientes serán: (a) intención de compra, (b) percepción del

producto como saludable o dañino, (c) identificación de los nutrientes del producto y (d) respuesta de atención hacia los componentes del empaque.

Participantes

A través de un muestreo no aleatorio participaron en el estudio de manera voluntaria 183 individuos (146 mujeres y 37 hombres) entre los 18 y los 36 años. La muestra se recolectó por medio de diferentes redes sociales. Para participar en el estudio, cada participante debió firmar el consentimiento informado de la investigación.

Estímulos

Doce empaques a color de alimentos existentes en los mercados de otros países para evitar sesgos y/o experiencias pasadas por parte de los participantes, lo que pudo haber sucedido si se utilizaban productos que se encuentran del mercado colombiano que son conocidos por los mismos. Adicionalmente, estos empaques fueron de comida cotidiana del día a día y que no implican un costo mayor para el consumidor. Dichos empaques se editaron en el programa Adobe Photoshop, y los sellos de advertencia (figura 1), se establecieron en la parte superior derecha de seis de los empaques.



Figura 1. Sellos de advertencia en empaques de comida a implementar en Colombia.

Procedimiento

Se invitó a una serie de participantes a que respondieran a las preguntas de la investigación, las cuales se hicieron vía online por la plataforma Qualtrics. Inicialmente, el participante dio su consentimiento informado. Luego, se dividieron los participantes de manera aleatoria en los dos grupos. Después, se les presentó cada estímulo con las diferentes preguntas asociadas a las

variables dependientes, las cuales, se respondían utilizando una escala análoga visual de 10 puntos. Al finalizar el estudio, se solicitaron algunos datos demográficos para la caracterización de la muestra.

Análisis estadístico

A partir de la metodología que se llevó a cabo, se implementaron ANOVAs mixtas de medidas 2 x 3 con el grupo (con sellos de advertencia /sin sellos de advertencia) como factor intersujeto y los componentes alimenticios (azúcar, grasas, sal) como factor intrasujeto. Todos los análisis se realizaron en el programa SPSS.

Consideraciones éticas

Para empezar, la investigación busca evaluar el efecto de los sellos de advertencia en los empaques de comida sobre la población adulta colombiana de la manera más segura y cumpliendo con las medidas de seguridad y los protocolos establecidos en la Resolución #8430 de 1993. En este sentido, para la investigación se tienen en cuenta los principios éticos que se podrían ver afectados por la misma, el nivel de riesgo de esta, los diferentes riesgos y/o beneficios y las medidas para mitigar los riesgos.

Principios éticos

En cuanto a los Principios Éticos de los Psicólogos y el Código de Conducta (2017), en la investigación se tienen en cuenta los siguientes:

Principio A: Beneficencia y no maleficencia

Este principio se basa en que los psicólogos se esfuercen por generarle el mayor bienestar a los participantes, así como, se basa en minimizar o eliminar el daño a los mismos. Con relación a la investigación, esta busca garantizarles bienestar a los participantes por medio del consentimiento informado, el cual, hace énfasis en que estos no tienen ningún tipo de obligación a participar en el mismo. Por el contrario, su participación es voluntaria y, así mismo, estos tienen la oportunidad de abandonar la investigación en cualquier momento. Adicionalmente, por medio de éste se establece que los participantes pueden realizar preguntas y/o dudas antes, durante y después de la investigación; por lo que, se les da un medio de contacto con los investigadores.

Principio D: Justicia

Este principio se basa en que los psicólogos tengan en cuenta la imparcialidad y la justicia a lo largo de una investigación. Por esto, en este estudio se abre la participación al mismo de manera voluntaria y se asignan los grupos de manera aleatoria. Lo anterior, permite que se mantenga una equidad en la selección de los participantes, para que así, todos obtengan el mismo beneficio de la investigación, así como evidencien los mismos riesgos. Adicionalmente, se pretende facilitar el acceso de los participantes a una infografía con los resultados de la investigación.

Principio E: Respeto por los derechos y la dignidad de las personas

Este principio hace énfasis en que los investigadores tengan en cuenta los diferentes derechos que tienen los participantes, tales como la privacidad, la confidencialidad, entre otros; así mismo, este se enfoca en mantener y respetar la autonomía de las personas por medio de la invitación de las mismas a participar de manera voluntaria en la investigación. Lo anterior, se hace con el fin de promover el bienestar de los participantes. Por lo cual, el principio también tiene en cuenta la dignidad de las personas por medio de que los investigadores conozcan los diversos aspectos del entorno de los participantes y de ellos, para así, disminuir los prejuicios hacia los mismos. En el caso de esta investigación, se establece un consentimiento informado que evidencia el cumplimiento de los diferentes derechos, así como el valor de los participantes. Por lo cual, este consentimiento respeta la autonomía de los participantes porque los invita a participar en la investigación de manera voluntaria, y adicionalmente, hace énfasis en que se mantendrá la confidencialidad de la información brindada por las personas por medio de garantizarles que esta quedara almacenada en la cuenta de Qualtrics de la Universidad de los Andes, la cual, requiere de una contraseña para ingresar; por lo que, únicamente los miembros del equipo de investigación podrán tener acceso a la misma. Además, en el consentimiento informado se puede observar que se comprende la cultura e identidad de la persona debido a la explicación que este da sobre los beneficios y riesgos de la investigación, y debido a la opción que se le brinda a los participantes de retirarse en cualquier momento del proceso.

En este orden de ideas, dentro de este principio se abarcan algunos de los planteamientos del Manual Deontológico y Bioético de Psicología (2019), tales como, el principio de totalidad y

el principio solidaridad. En cuanto a la totalidad, este principio reconoce la necesidad del respeto a la unicidad de cada individuo; frente a lo cual la investigación establece los beneficios, así como, los posibles daños que se pueden presentar en cada individuo y plantea la manera de mitigarlos. En relación a los beneficios de la investigación, se pretende realizar una infografía con los resultados de la misma con el fin de otorgarle a los participantes información sobre las etiquetas de advertencia en los empaques de comida, para que así, estos tengan una herramienta útil en su proceso de toma de decisiones.

Con relación a la solidaridad, este principio tiene en cuenta el reconocimiento de la dignidad humana y la promoción de los derechos de los participantes, lo cual, se evidencia en el consentimiento informado de la investigación, el cual, establece las medidas necesarias para garantizarlo; pues, tiene en cuenta la confidencialidad, el anonimato, la autonomía, entre otras.

Nivel de riesgo

De acuerdo con la Resolución 8430 de 1993 del Ministerio de Salud por la cual se establecen una serie de requisitos para la investigación en salud, esta investigación se considera como de riesgo mínimo. Debido a que se les pedirá a los participantes que respondan una serie de preguntas acerca de la percepción de “saludabilidad” o daño de un producto, comprensión de los nutrientes de los alimentos, intención de compra y atención hacia los empaques de comida. Es decir, se está recolectando información directa de los participantes, ya que son estos quienes responderán a las preguntas establecidas a lo largo de la investigación.

Por otro lado, en esta investigación únicamente se podría presentar el tipo de vulnerabilidad por relaciones de poder informal; puesto que, la idea es poner el cuestionario en diferentes redes sociales personales para que las personas que quieran participar entren por este medio. Por lo cual, los investigadores han tenido una relación previa con estos individuos, lo que podría generar que estos se sientan presionados a participar en la misma o incluso a evitar abandonar el estudio en caso de que lo deseen así. Pues, estos podrían sentir algún tipo de responsabilidad con los investigadores. Adicionalmente, las personas podrían evitar hacer parte del estudio por temor a dar información sobre ellos mismos.

Análisis de los beneficios potenciales y de los riesgos para los participantes de la investigación

Una vez realizado un análisis exhaustivo de los beneficios y los riesgos de la investigación se pueden establecer una serie de planteamientos. En cuanto a los beneficios, se espera que a través de la participación de los individuos se pueda llegar a unas conclusiones que permitan determinar mejores estrategias para promover hábitos saludables. Así mismo, este estudio podría aumentar la conciencia y la comprensión de las personas sobre los diferentes componentes de los alimentos, lo que, a su vez, promovería una vida más saludable.

En cuanto a los daños, se puede establecer que no hay daños físicos debido a que la investigación no representa ningún tipo de lesión, dolor, sufrimiento, etc.; además, los datos de los participantes se mantendrán confidenciales, lo cual, evita que ocurran estos daños. Así mismo, esta investigación tampoco presenta un daño social, ya que no afecta la interacción del participante en sus relaciones, pues como se estableció previamente, se velará por la confidencialidad. Adicionalmente, este estudio tampoco trae daño económico porque no implica ningún tipo de pérdida financiera por la participación en el mismo; pues, este se realizará de manera online, por lo cual los participantes no requerirán incurrir en gastos de transporte, comida, entre otros (Citro et al, 2003).

Identificación y descripción de las medidas concretas para mitigar los riesgos

Una vez establecidos los posibles daños de la investigación, se pretende plantear las medidas para mitigarlos. En este sentido, a lo largo del estudio se evitará profundizar en temas personales relacionados a la alimentación, por lo que únicamente se preguntará sobre la percepción que los adultos tienen hacia un producto en específico. Adicionalmente, se estableció un consentimiento informado que le brindara toda la información de la investigación a los participantes, y será un medio por el que se les da un método de contacto con los investigadores en caso de que alguna persona requiera atención antes, durante o después del estudio.

Además, se pretende mitigar la vulnerabilidad por relaciones de poder informal por medio de dejarle sumamente claro a los participantes en el consentimiento informado de que pueden abandonar libremente el estudio en cualquier momento sin ningún tipo de consecuencia. Así mismo, por medio del consentimiento se hará énfasis en el anonimato de la investigación, ya que, no se les pedirá ningún dato personal a los participantes.

Resultados

Intención de compra

El ANOVA identificó un efecto principal significativo para el factor Comida ($F(2,362) = 3,967$, $p = .02$, $\eta^2 = .20$). La intención de compra de comida con azúcar es mayor que la intención de compra de comida con sodio ($p = .02$). No se encontraron otros efectos principales ni de interacción significativos (todas las $p > .05$).

Percepción del producto como saludable

El ANOVA identificó un efecto principal significativo para el factor Comida ($F(2,362) = 21,390$, $p < .001$, $\eta^2 = .106$). La comida con azúcar es percibida como menos saludable que la comida con sodio ($p < .001$) y grasas ($p < .001$). El factor Sello también fue significativo ($F(1,181) = 3.89$, $p = .05$, $\eta^2 = .02$). Los empaques con sellos fueron percibidos como menos saludables ($p = .05$). No se encontró ningún efecto de interacción.

Percepción del producto como nutritivo

El ANOVA identificó un efecto principal significativo para el factor Comida ($F(2,362) = 32,477$, $p < .001$, $\eta^2 = .152$). La comida con azúcar es percibida como menos nutritiva, seguida por la comida con sodio y la de grasas (todas las $p < .006$). No se encontraron otros efectos principales ni de interacción significativos (todas las $p > .05$).

Percepción del producto como riesgoso

El ANOVA identificó un efecto principal significativo para el factor Comida ($F(2,362) = 10,504$, $p < .001$, $\eta^2 = .055$). La comida con sodio es percibida como menos riesgosa que la comida con azúcar ($p = .001$) y grasas ($p < .001$). El factor Sello también fue significativo ($F(1,181) = 7.39$, $p = .007$, $\eta^2 = .03$). Los empaques con sellos fueron percibidos como más riesgosos ($p = .007$).

Detección de componentes del paquete que captan la atención del usuario

El ANOVA identificó un efecto principal significativo para Región ($F(1,172) = 28.03$, $p < .001$, $\eta^2 = .24$). El sello sólo captó la atención en el 28.16% de los casos.

Discusión

Esta investigación tenía como propósito estudiar el efecto de los sellos de advertencia en los empaques de comida sobre la intención de compra y la percepción de salud en los adultos colombianos. En este sentido, los resultados expuestos previamente nos permiten hacer un análisis exhaustivo en torno a la respuesta de la pregunta de investigación.

Para empezar, se observa que la variable independiente intrasujeto Comida influye significativamente las variables dependientes (a) la intención de compra, (b) la percepción del producto como saludable o dañino y (c) la identificación de los nutrientes del producto. Por lo que se evidencia que la mayor intención de compra es la de productos con azúcar. Así como se observa que los productos con azúcar son percibidos como los menos saludables y nutritivos; y como se observa que los productos con sodio son percibidos como los menos riesgosos. Lo anterior, lleva a la primera conclusión importante que es que los productos que contienen azúcar tienden a ser percibidos por los participantes como los menos saludables y nutritivos, a pesar de que son los que tienen la mayor intención de compra.

Por otro lado, se evidencia que los productos con sello de advertencia influyen significativamente la variable dependiente (b) la percepción del producto como saludable o dañino. Lo que lleva a la segunda conclusión importante que es que el sello disminuye la percepción del producto como saludable y aumenta la percepción de riesgo del mismo. Lo que quiere decir que el sello lleva a los participantes a pensar que los productos son menos saludables y más riesgosos para la salud de lo que pensaban antes, a pesar de que esto no influye su elección de compra.

En este orden de ideas, es de gran importancia contrastar los resultados de la presente investigación con estudios que se hayan realizado en el pasado sobre este tema; y en este caso en específico, con la investigación que se realizó en Brasil, ya que, esta fue la base del estudio. En esta se llegó a la conclusión de que no había diferencias significativas entre los diferentes sellos de advertencia, sin embargo, sí se encontró una diferencia importante entre el grupo de control y el grupo que observó el sello “high in”. Pues, esta plantea que el sello de advertencia disminuye la percepción de salud y aumenta la comprensión del contenido del producto. Sin embargo, a pesar de que el sello es útil para informar mejor a los consumidores, no necesariamente cambia sus decisiones de compra. Por lo cual, para observar de mejor manera esta variable, sería ideal hacerlo en entornos reales, como el proceso de compra de los individuos en un supermercado. (Khandpur et al., 2019).

Lo anterior, apoya los resultados y las conclusiones principales de la investigación llevada a cabo, pues al igual que en el estudio de Brasil, se observa como la percepción de salud se ve influenciada significativamente por el sello. Así mismo, otra investigación apoya esta conclusión, ya que establece que el sello de advertencia influye en la percepción de salud en mayor escala, y en menor medida en las intenciones de compra. Pues, la percepción de salud baja significativamente en el grupo que ve sello en comparación con el grupo de control (Franco-Arellano et al., 2020).

No obstante, también es sumamente relevante establecer las limitaciones y los alcances del presente estudio. Para empezar, la mayoría de los participantes fueron mujeres, ya que estas ocupaban el 80% de la muestra, mientras los hombres únicamente ocupaban el 20% de esta. Lo anterior, reduce la probabilidad de encontrar diferencias y/o variaciones entre los géneros, pues, tal como se evidenció en el estudio realizado en Brasil, el sello de advertencia con forma triangular le llama más la atención a los hombres, mientras las mujeres obtenían mejores resultados en el sello de hexágono (Khandpur et al., 2019). Por lo cual, si se podrían encontrar diferencias entre los géneros, lo que representa una oportunidad a futuro de aumentar la cantidad de hombres en la muestra para realizar un nuevo análisis.

Adicionalmente, el 88% de los participantes de la muestra tienen un nivel educativo superior, lo que quiere decir que la muestra en general se conforma de individuos con un alto nivel educativo. Así mismo, el 70% de los participantes reportan estar entre los niveles 7,8 y 9 de la escalera socioeconómica que va de 1 a 10, lo que significa que en general los individuos están en una alta posición socioeconómica. Lo anterior, permite evidenciar que la muestra está sumamente segmentada en relación al nivel educativo y socioeconómico, lo que permite sacar unas conclusiones significativas para esta población en específico. No obstante, a futuro se podría observar el comportamiento de personas con otro tipo de características sociodemográficas para buscar diferencias en estos aspectos.

En conclusión, la investigación cumple con el objetivo propuesto de evaluar el efecto de los sellos de advertencia en los empaques de alimentos, como estrategia de promoción de hábitos saludables en población adulta, ya que, se observó que estos aumentan la percepción del producto como riesgoso y reducen la percepción del producto como saludable. Sin embargo, hay una gran oportunidad a futuro de realizar investigaciones que determinen si hay diferencias entre los niveles educativos, entre los géneros y los tipos de sellos de advertencia.

Referencias

- Acuerdo Número 15 de 2019 (7 de mayo), por medio del cual se expide y actualiza el Manual Deontológico y Bioético de Psicología. Recuperado de: https://www.colpsic.org.co/aym_image/files/Acuerdo%20N%C2%B0%2015,%202019.pdf
- Centros para el Control y la Prevención de Enfermedades (CDC). (2020). Los efectos del sobrepeso y obesidad en la salud. Centros para el Control y la Prevención de Enfermedades (CDC). Recuperado de: <https://www.cdc.gov/healthyweight/spanish/effects.html>
- Citro, C., National Research Council (U.S.), Ilgen, D., y Marrett, C. (2003). Protecting Participants and Facilitating Social and Behavioral Sciences Research. Washington, D.C: National Academies Press.
- Diabetes Voice. (2020). COVID-19 y diabetes. Diabetes Voice. Recuperado de: <https://diabetesvoice.org/es/noticias-breves/covid-19-y-diabetes/>
- Ethical Principles of Psychologists and Code of Conduct. (2017). American Psychological Association (APA). Recuperado de: <https://www.apa.org/ethics/code/ethics-code2017.pdf>
- Franco-Arellano, B., Vanderlee, L., Ahmed, M., Oh, A., L'Abbé, M. (2020). Influence of front-of-pack labelling and regulated nutrition claims on consumers' perceptions of product healthfulness and purchase intentions: A randomized controlled trial. Elsevier.
- ICBF. (2011). Resolución 333 de 2011. Instituto Colombiano de Bienestar Familiar. Recuperado de: https://www.icbf.gov.co/cargues/avance/docs/resolucion_minproteccion_0333_2011.htm
- Khandpur, N., Mais, L. A., de Moraes Sato, P., Martins, A. P. B., Spinillo, C. G., Rojas, C. F. U., ... & Jaime, P. C. (2019). Choosing a front-of-package warning label for Brazil: A randomized, controlled comparison of three different label designs. Food Research International, 121, 854-861.
- Ministerio de Salud. (2016). Impuestos a las bebidas azucaradas. Ministerio de Salud. Recuperado de: <https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/DE/AS/papeles-salud-n5.pdf>
- Ministerio de Salud. (2017). Día Mundial de la Diabetes Mellitus 2017. Ministerio de Salud.

Recuperado de:
<https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/VS/PP/ET/dia-mundial-diabetes-2017.pdf>

Ministerio de Salud. (2020). Tres de cada 100 colombianos tienen diabetes. Ministerio de Salud. Recuperado de: <https://www.minsalud.gov.co/Paginas/Tres-de-cada-100-colombianos-tienen-diabetes.aspx>

Ministerio de Salud. (2020). El 23% de los fallecidos por COVID-19 en el país tenían diabetes. Ministerio de Salud. Recuperado de: <https://www.minsalud.gov.co/Paginas/El-23-de-los-fallecidos-por-covid-19-en-el-pais-tenian-diabetes-.aspx>

Ministerio de Salud y Protección Social. (2020). Análisis de Impacto Normativo en la temática de etiquetado nutricional y frontal de los alimentos envasados en Colombia. Ministerio de Salud. Recuperado de: [file:///Users/susana/Downloads/ain-etiquetado-alimentos-envasados%20\(1\).pdf](file:///Users/susana/Downloads/ain-etiquetado-alimentos-envasados%20(1).pdf)

Organización Mundial de la Salud (OMS). (2009). Policy - Ley 1355 de 2009. Por medio de la cual se define la obesidad y las enfermedades crónicas no transmisibles asociadas a esta como una prioridad de salud pública y se adoptan medidas para su control, atención y prevención. Organización Mundial de la Salud (OMS). Recuperado de: <https://extranet.who.int/nutrition/gina/en/node/26173>

Organización Mundial de la Salud (OMS). (2015). Alimentos y bebidas ultra procesados en América Latina: tendencias, efecto sobre la obesidad e implicaciones para las políticas públicas. Organización Mundial de la Salud (OMS). Recuperado de: https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/7698/9789275318645_esp.pdf?sequence=5&isAllowed=y

Organización Mundial de la Salud (OMS). (2017). 10 datos sobre la obesidad. Organización Mundial de la Salud (OMS). Recuperado de: <https://www.who.int/features/factfiles/obesity/es/>

Organización Mundial de la Salud (OMS). (2020). Obesidad y sobrepeso. Organización Mundial de la Salud (OMS). Recuperado de: <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/obesity-and-overweight>

Organización Mundial de la Salud (OMS). (2020). Diabetes . Organización Mundial

de la Salud (OMS). Recuperado de: <https://www.who.int/es/news-room/factsheets/detail/diabetes>

Organización Panamericana de la Salud. (2014). Plan de acción para la prevención de la obesidad en la niñez y la adolescencia. Organización Panamericana de la Salud. Recuperado de: <https://www.paho.org/hq/dmdocuments/2015/Obesity-Plan-Of-Action-Child-Spa-2015.pdf>

Petrova et al. (2020). La obesidad como factor de riesgo en personas con COVID-19: posibles mecanismos e implicaciones. Atención Primaria. Recuperado de: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7247450/>

Rodríguez, I. y Londoño C. (2010). El proceso de adopción de precauciones en la prevención secundaria del consumo de cigarrillo en estudiantes universitarios. Universidad Católica de Colombia. Recuperado de: http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0123-91552010000100008

Weinstein, N.D & Sandman, P.M (2002). The precaution adoption process model and its application. Health Behavior and Health Education: Theory, Research and Practice.

Anexos

Anexo 1. Formato de consentimiento informado

Introducción. Esta investigación tiene por objetivo evaluar el efecto de los sellos de advertencia en los empaques de alimentos, como estrategia de promoción de hábitos saludables en la población adulta de Colombia.

Procedimiento. La tarea consiste en separar a los participantes de manera aleatoria en dos grupos, donde se evaluarán seis empaques de alimentos en cada uno. En un grupo se mostrarán dos empaques por cada tipo de sello de advertencia, ya sea, alto en grasas saturadas, alto en sal/sodio, o alto en azúcares añadidos. En el otro grupo se mostrarán los mismos empaques de alimentos sin sellos de advertencia. Dichos empaques serán creados por los investigadores con el fin de evitar sesgos o experiencias pasadas de los participantes. Por lo cual, primero se procederá con las preguntas relacionadas a los objetivos específicos de la investigación y a cada uno de los estímulos, y luego se responderá a una serie de preguntas de tipo sociodemográfico. De acuerdo con la resolución No. 8430 del Ministerio de Salud, se establece que esta investigación representará un riesgo mínimo para usted, ya que no implica ningún tipo de riesgo físico, social, económico, legal, etc. Sin embargo, usted podría llegar a experimentar emociones y sensaciones relacionadas a la ansiedad de manera momentánea.

Beneficios. No hay beneficios directos para los participantes. Sin embargo, se espera que, a través de su participación, los investigadores puedan determinar mejores estrategias para promover hábitos de vida saludable. Así mismo, los participantes podrían aumentar su atención ante alimentos más saludables, así como su comprensión ante los componentes de diversos alimentos; puesto que, al finalizar la investigación se pretende realizar una infografía con los resultados de la misma, para que así, los participantes tengan más información y un mayor conocimiento sobre las etiquetas de advertencia en los empaques de comida, lo cual, les permitirá llevar a cabo un proceso de toma de decisiones más informado.

Confidencialidad. Todos los datos obtenidos de los participantes se mantendrán confidenciales y sólo serán reportados grupalmente (resultados combinados, pero no resultados individuales).

Además, se mantendrá el anonimato de los participantes por medio de no preguntarles datos personales, y todos los cuestionarios se mantendrán ocultos, por lo que nadie a parte de los investigadores principales tendrá acceso a ellos. Lo anterior, se le va a garantizar a los participantes por medio de la codificación de la información y el almacenamiento de la misma a través de la cuenta Qualtrics de la Universidad de Los Andes, la cual, requiere de una contraseña para ingresar. En este sentido, únicamente los miembros del equipo de investigación podrán acceder a la información.

Participación. Recuerde que usted no está obligado a participar en la investigación, razón por la cual podrá dejar de participar en cualquier momento sin consecuencias negativas de ningún tipo. Adicionalmente, tendrá la oportunidad de resolver sus dudas y preguntas antes, durante y después de la investigación con las personas encargadas de la misma.

Preguntas sobre el estudio. En caso de tener dudas frente a cualquier aspecto del estudio puede ponerse en contacto con Carlos Gantiva (c.gantiva@uniandes.edu.co) o Susana Ochoa Yepes (s.ochoa@uniandes.edu.co), miembros del equipo de investigación. Si tiene dudas sobre aspectos éticos de esta investigación puede contactar al Comité de Ética del Departamento de Psicología a través del correo electrónico eticapsic@uniandes.edu.co

He leído el consentimiento y ACEPTO participar _____

He leído e consentimiento y NO ACEPTO participar _____