



**Influencia de los sellos octogonales de advertencia
nutricional en la decisión de compra de frituras y
alimentos procesados en los miembros de la generación Z
que habitan la ciudad de Medellín**

CATALINA FINA RUIZ

LAURA MACÍA ÁLVAREZ

DIRECCIÓN

CARLOS MARIO BERRÍO MENESES

FACULTAD DE
COMUNICACIÓN, PUBLICIDAD Y DISEÑO

UNIVERSIDAD CATÓLICA LUIS AMIGÓ

MEDELLÍN

2024

El trabajo de grado “INFLUENCIA DE LOS SELLOS OCTOGONALES DE ADVERTENCIA NUTRICIONAL EN LA DECISIÓN DE COMPRA DE FRITURAS Y ALIMENTOS PROCESADOS EN LOS MIEMBROS DE LA GENERACIÓN Z QUE HABITAN LA CIUDAD DE MEDELLÍN” es propiedad de la Universidad Católica Luis Amigó. Las imágenes fueron tomadas de diferentes fuentes que se relacionan en los derechos de autor y las citas en la bibliografía. El contenido del trabajo de grado está protegido por las leyes de

derechos de autor que rigen al país. Este material tiene fines educativos y no puede usarse con propósitos económicos o comerciales.

Nota

el(los) autor(es) certificó(aron) (de manera verbal o escrita) No haber incurrido en fraude científico, plagio o vicios de autoría; en caso contrario eximió de toda responsabilidad a la Universidad Católica Luis Amigó, y se declaró el único responsable

AUTORES

Catalina Fina Ruiz

catalina.finaru@amigo.edu.co

https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0002089785

Laura Macia Alvarez

Laura.maciaal@amigo.edu.co

https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0002090138

DIRECCIÓN Y TUTORÍA

Carlos Mario Berrío Meneses

Asesor

carlos.berriome@amigo.edu.co

https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0001237160

Derechos Reservados



Esta obra es publicada bajo la licencia Creative Commons.
Reconocimiento-No Comercial-Compartir Igual 2.5 Colombia.
Formato de plantilla de Juan-Diego López-Medina, 2021.

DEDICATORIA

Dedicamos este trabajo de grado a los compañeros docentes que nos formaron y apoyaron durante toda la carrera, especialmente a Carlos Mario Berrio Meneses al ser nuestro asesor de trabajo de grado todo el año, y al profesor Jhon Esteban Morales Quintero, quien es el encargado del semillero de investigación de Publicidad ÉMICO y desde el primer momento nos apoyó y asesoró tanto en el trabajo de grado como en el proceso investigativo.

AGRADECIMIENTOS

En la presente investigación agradecemos a los profesores de programa de Publicidad que con sus enseñanzas y contenidos nos formaron para tener una visión crítica del mercadeo y la comunicación de las marcas, a la larga permitiendo que la realización de este trabajo de grado fuese más íntegra y organizada.

También, reconocemos la importancia y el apoyo que tuvimos por parte del semillero de investigación del programa de Publicidad ÉMICO, quienes con sus capacitaciones y diferentes sesiones con enfoques diferentes en el campo publicitario no solo ayudaron al desarrollo y proceso de la investigación, si no que con la práctica en seminarios, congresos y ponencias se nos facilitó entender y comprender todas las fases que se llevaron a cabo en este trabajo de grado.

RESUMEN

El Ministerio de Salud y Protección social introdujo los sellos octogonales de advertencia nutricional Colombia en los productos en el año 2021, considerando cinco sellos principales: “Alto en grasas trans”, “Alto en grasas saturadas”, “Alto en azúcares”, “Alto en sodio” y “Contiene edulcorantes”, promoviendo así los hábitos saludables y la comunicación correcta con los consumidores. Sin embargo, su utilidad es puesta en juicio al considerarse si el mensaje que estos dejan en los compradores es claro y cumple su objetivo. Por ello, en esta investigación se busca determinar la influencia que tienen estos sellos en la decisión de compra de la Generación Z en Medellín, siendo estos un nicho del mercado que está muy arraigado a las tendencias fitness y a la era de la información. Por consiguiente, se realizaron grupos focales virtuales como herramienta de recolección de datos, hablando con personas de todas las edades de la Generación Z que están en diferentes etapas, desde el colegio hasta postgrados. Los temas considerados en estos encuentros fueron hábitos de compra y consumo, por qué consumían estos alimentos, fidelización con marcas en específico, opiniones sobre los sellos y sus aplicaciones, y cómo se deberían difundir y continuar en Colombia. Como resultados tuvimos que estos jóvenes consumen estos alimentos por costumbre y nostalgia, siempre teniéndolos en cuenta al momento de hacer la compra de la canasta familiar, y no dejándolos de lado por la existencia de sellos, además no tienen muy claro lo que estos significan, cuántos son y por qué están en los empaques. Asimismo, mencionan que los sellos se han convertido en un “paisaje” por su color, ubicación y costumbre de verlos, y de modo informativo, no conocen de campañas o boletines de parte del Ministerio de Salud y Protección Social donde se explique la razón de los sellos octogonales. Por otro lado, algunos de los

ABSTRACT

The Ministerio de Salud y Protección Social (Ministry of Health and Social Protection) introduced the octagonal nutrition warning seals on products in 2021 in Colombia, considering five main seals: “High in trans-fat”, “High in saturated fat”, “High in sugars”, “High in sodium” and “Contains sweeteners”, thus promoting healthy habits and correct communication with consumers. However, their usefulness is put into question when considering whether the message they give to shoppers is clear and fulfills their objective. Therefore, this research seeks to determine the influence that these seals have on the purchase decision of Generation Z in Medellín, being these a market segment that is deeply rooted in fitness trends and the information age. Accordingly, virtual focus groups were conducted as a data collection tool for this research, talking to people of all ages of Generation Z who are in different stages, from high school to post-graduate degrees. The topics considered in these meetings were purchasing and consumption habits, why they consumed these products, loyalty to specific brands, opinions about the seals and their applications, and how they should be disseminated and continued in Colombia. As results we had that these young people consume these foods out of habit and nostalgia, always taking them into consideration when purchasing the family market, and not leaving them aside because of the existence of seals, in addition they are not very clear about what these mean, how many there are and why they are on the packaging. They also mention that the seals have become a “invisible” because of their color, location and habit of seeing them, and for information purposes, they do not know of any campaigns or bulletins from the Ministerio de Salud y Protección Social explaining the reason for the octagonal seals. On the other hand, some of the participants mentioned that when there are three or more seals or

participantes mencionaron que al haber tres o más sellos o ser un alimento que no consumían antes, dudan el comprarlo o directamente lo descartan.

Palabras Clave

Sellos octogonales – Generación Z – Hábitos de compra – Consumo – Alimentación saludable

it is a product that they did not consume before, they hesitate to buy it or directly discard it.

Keywords:

Octagonal seals - Generation Z - Purchasing habits - Consumption habits - Healthy eating

TABLA DE CONTENIDO

1	PLANTEAMIENTO	9
2	OBJETIVOS	10
2.1	Objetivo General	10
2.2	Objetivos Específicos	10
3	DELIMITACIÓN	11
4	JUSTIFICACIÓN	13
5	MARCO TEÓRICO	14
5.1	Sellos en los empaques	14
5.2	Sellos octogonales de advertencia nutricional	15
5.3	Separación generacional	17
5.4	Teoría de la persuasión	18
6	METODOLOGÍA	21
6.1	Línea de investigación	21
6.2	Cronograma	21
6.3	Población y muestra	22
6.4	Técnicas e instrumentos	23
7	RESULTADOS	24
7.1	Sellos en los empaques	24
7.2	Sellos octogonales de advertencia nutricional	24
7.3	Separación generacional: Generación Z	24
7.4	Teoría de la persuasión	25
8	CONCLUSIONES	26
9	REFERENCIAS	27
	ANEXOS	29
	Anexo 1. Guion para Moderador de los Grupos de Interés sobre Sellos Octogonales y Consumo en la Generación Z	29

Anexo 2. Producto desarrollado a partir de la investigación

31

INTRODUCCIÓN

Durante los últimos años se han implementado los sellos de advertencia nutricional en varios países, incluyendo Colombia, quien comenzó a ponerlos en práctica recientemente con la ley 2120 del 2021 emitida por el país desde el Ministerio de Salud y Protección Social, lo cual originó una intriga que derivó a la realización de la presente investigación. En el curso de la participación de sesiones del semillero de investigación de Publicidad ÉMICO en el programa de publicidad de la Universidad Católica Luis Amigó, se planteaba la duda sobre la funcionalidad de estos y el impacto que han tenido en la población en las decisiones de compra de los consumidores, duda que se busca indagar de manera delimitada en el transcurso de este proyecto investigativo.

Resolver dicha inquietud a lo largo y ancho de la población colombiana sin duda es un reto, por ello se acota a la Generación Z que habita en la ciudad de Medellín, la cual es el lugar geográfico en donde se lleva a cabo la investigación en un inicio. Planteando la duda de si realmente estos sellos han tenido un impacto en esta generación en específico, y si sus decisiones de compra se ven influenciadas por estos u otros factores que también pueden entrar en juego durante el proceso de la compra. Además, se escoge a las frituras y alimentos procesados como una categoría para delimitar entre todo lo que incluye comida.

Por otro lado, se considera que a nivel de comunicación es importante conocer qué impacto tiene este tema, teniendo en cuenta que el objetivo inicial de la implementación de estos sellos es prevenir enfermedades crónicas relacionadas al consumo de exceso de nutrientes, por ende, se cuestiona si la promoción de publicidad social sobre esta normativa para el conocimiento público de los ciudadanos es apropiada y tiene resultados positivos.

1 PLANTEAMIENTO

Los sellos octogonales de advertencia nutricional que podemos encontrar en alimentos procesados figuran en la reglamentación colombiana desde el año 2021 por medio de la Resolución 0810, donde se especifican las condiciones y proporciones de estos, además de establecer un plazo de dieciocho (18) meses para su aplicación en los empaquetados de alimentos según los ítems que se plantean. Más tarde, llegaría la ley 2120 del 2021, la cual decreta la implementación del Etiquetado Frontal de Alimentos en “Todos los productos comestibles o bebibles clasificados de acuerdo a nivel de procesamiento con cantidad excesiva de nutrientes críticos” (Congreso de Colombia, 2021), como una forma de promover entornos alimentarios saludables garantizando el derecho fundamental a la salud. Posteriormente, la Universidad de Antioquia realizaría un estudio sobre el diseño de los sellos frontales derivada de una contratación del Ministerio de Salud y Protección Social, donde concluyeron que la forma más adecuada sería una octogonal, reemplazando la anteriormente establecida que era circular y con iconografía, reglamentado con la Resolución 2492 del 2022.

Tras esto, se une la tendencia a los hábitos y alimentación saludables, donde, según la Encuesta Nacional de Tendencias Fitness de Colombia del año 2024, los programas de ejercicio para niños/as y adolescentes se han ubicado en el top 5 nacional desde el año 2020, el cual se contrasta con la tendencia número quince (15) del año 2024 “Actividad Física iniciativa estilo de Vida Saludable”, la cual directamente menciona la relación de los hábitos de alimentación con la promoción de la actividad física en todas las edades. Esto nos da una guía a la alta frecuencia de los hábitos saludables, especialmente en niños y adolescentes, que, según Mark McCrindle en “The ABC of XYZ: Understanding the Global Generations”, la generación Z se encontraría entre este rango de edades especificado.

Estos, al estar en años donde predominan la etapa de educación escolar y universitaria, tienen accesibilidad directa a frituras y alimentos procesados que contienen sellos de advertencia nutricional, ya sea en sus instituciones educativas, trabajos, máquinas expendedoras, tiendas de barrio o supermercados. Preguntándonos así sobre qué cambios puede haber en los factores decisivos de la compra y consumo de este tipo de productos en esta generación tras la implementación de tal normativa, especialmente en Medellín, teniendo en cuenta la eficiencia que los cambios en su diseño y aplicación generan, además de la preferencia de los mismos a la aplicación de hábitos saludables en sus vidas.

Finalmente, nuestra pregunta de investigación es ¿Qué influencia tienen los sellos octogonales de advertencia nutricional en la decisión de compra de frituras y alimentos procesados en los miembros de la generación Z que habitan la ciudad de Medellín?

2 OBJETIVOS

2.1 Objetivo General

Determinar la influencia que tienen los sellos octogonales de advertencia nutricional en la decisión de compra de frituras y alimentos procesados en los miembros de la generación Z que habitan la ciudad de Medellín, por medio de grupos focales que ayuden con el reconocimiento del consumo sobre productos que repercuten en la salud de dichos individuos.

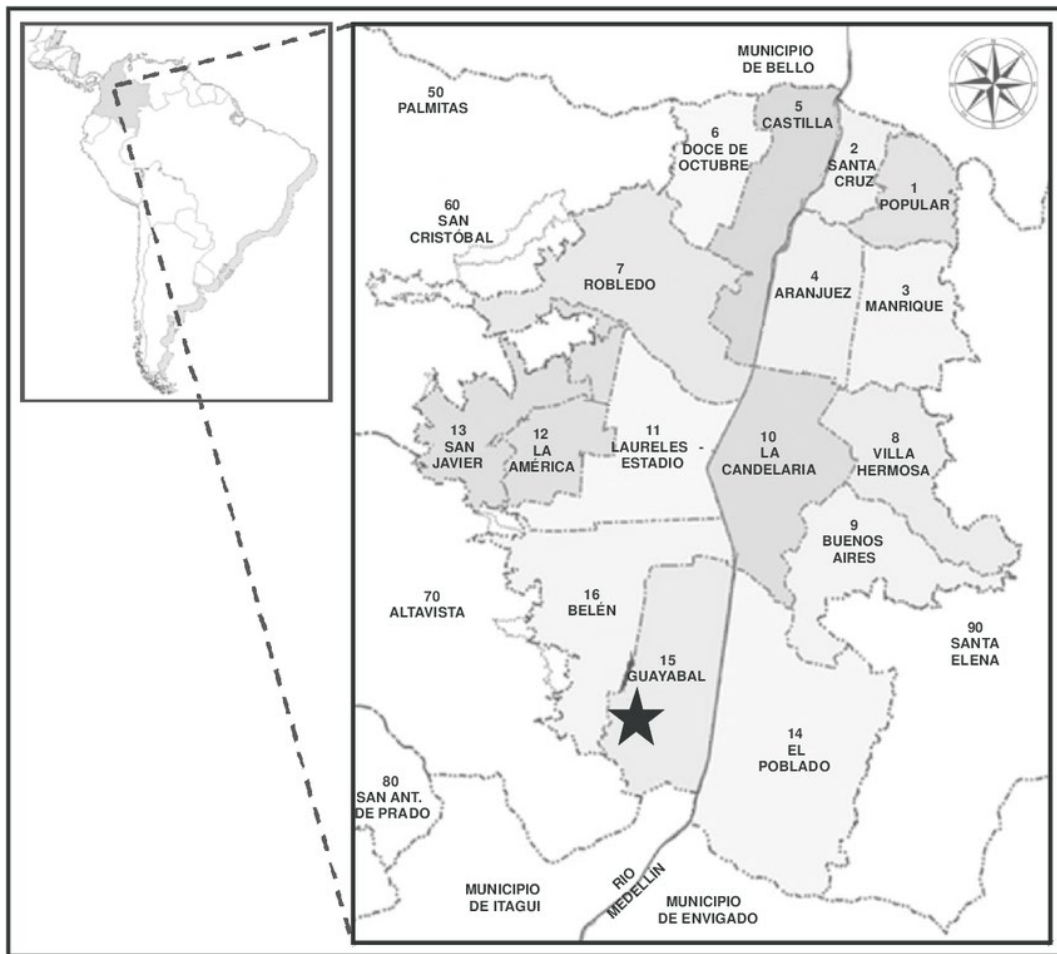
2.2 Objetivos Específicos

- Identificar los diferentes factores de compra en las frituras y alimentos procesados que influyen en la generación Z.
- Analizar la percepción que tienen los consumidores sobre los sellos octogonales que establece la normatividad colombiana en las decisiones de compra de frituras y alimentos procesados.
- Realizar un sitio web informativo y un perfil de Instagram, donde se evidencien de manera práctica los avances de la investigación e información sobre los sellos de advertencia.

3 DELIMITACIÓN

La investigación se desarrolló durante el año 2024 en la ciudad de Medellín, Colombia, por medio de grupos focales virtuales, siendo estos repartidos en los meses de julio, agosto y septiembre, con un total de seis reuniones.

Tabla 1. Mapa de Medellín



Fuente: (Rua-Urbe, Suarez-Acosta, Chauca, Ventosilla, & Almanza, 2013)

La población intervenida son personas de la Generación Z que viven en Medellín, ya sea esta su ciudad natal o no, teniendo asistentes con diferentes tiempos de estancias y que comparten o no sus compras, siendo este un factor importante para entender si son ellos los encargados de elegir los alimentos procesados o lo son las personas con quien viven, ya sea familia, compañeros o pareja.

Este público, además, pertenece a un rango de edad de 14 a 29 años divididos en cuatro sub-grupos principales, siendo la juventud más temprana de 14 a 18 años y de 19 a 22 años, y jóvenes adultos de 23 a 26 años y 27 a 29 años. Esta división tiene relevancia por la etapa en la que pertenecen, entendiendo que el consumo de alimentos es diferente con base en los estilos de vida y ocupaciones.

Según el Censo nacional de población y vivienda del año 2018, las personas pertenecientes a la Generación Z que habitan dentro de Medellín son 563,955 (Gobernación de Antioquia, 2018), sin embargo, la investigación está delimitada a seis grupos focales de dos a siete personas para facilitar la conversación activa entre los participantes.

4 JUSTIFICACIÓN

Los sellos de advertencia nutricional son una medida preventiva que busca promover entornos alimentarios saludables al resaltar componentes críticos de cada uno de los empaquetados, exactamente “Exceso en azúcares”, “Exceso en grasas saturadas”, “Exceso en sodio”, “Exceso en grasas trans” y “Contiene edulcorantes”. Estos son reglamentados en Colombia desde el año 2021; sin embargo, ya estaban presentes en el mercado desde años anteriores en varios países de Latinoamérica como Chile, Ecuador, Perú, México.

El estudiar la influencia de estos en el consumidor, puede generar la oportunidad de conocer cómo son el movimiento visual en los empaques, la eficiencia de cada sello en términos de visibilidad y conocimiento, y la percepción de los alimentos procesados en un mundo cada vez más inclinado en tendencias fitness. Por otro lado, al ser un producto de comunicación al público general, es importante investigar si las personas que directa o indirectamente compran estos productos saben cuáles son los componentes especificados y sus consecuencias directas en la salud, lo que es un tema que escasamente se ha indagado, considerándose algo nuevo en la sociedad colombiana.

Si bien los sellos tienen una aplicación en un público amplio, esta investigación se enfoca directamente en la generación Z, al contemplar etapas desde niños a adultos jóvenes, los cuales están en edades educativas o de inicio al mundo laboral y pueden encontrar los sellos de advertencia nutricional en supermercados, tiendas de barrio, vendedores ambulantes e incluso desde sus propios hogares, al ser parte de la decisión de compra directa o indirectamente. Este público, además, se ve influenciado por las redes sociales y el contenido de internet, los cuales contienen una gran cantidad de información inmediata, y parte de esta puede estar mal referenciada o ser de opinión, generando el paso de información falsa, siendo un punto clave en conocer todo lo que respecta a los componentes de los sellos de advertencia nutricional.

Por otro lado, a pesar de su normalidad y propósito, no se han realizado estudios amplios sobre la influencia en la compra y consumo de alimentos de productos que tengan en sus empaques los sellos de advertencia nutricional, siendo hasta ahora sólo investigado en países como Perú, los cuales igualmente tienen un enfoque hacia los jóvenes. Sin embargo, es importante mencionar sobre el artículo de investigación realizado en estudiantes de la carrera publicidad en la Universidad Católica Luis Amigó, sede Medellín en el año 2023, el cual da bases de la importancia en conocer la presencia de tales sellos en el consumo de alimentos en los jóvenes de Medellín, resaltando el conocimiento de sus componentes, si el público investigado ha notado la presencia de estos, si los ha llegado a leer y si finalmente si llegan a afectar sus decisiones de compra.

Si bien el estudio anteriormente mencionado es base para la realización de esta investigación, se pretende tener un público más amplio en los jóvenes, considerando factores de este como el nivel educativo, hábitos de vida y, por lo tanto, espacios donde tiene mayor influencia de compra de productos con sellos de advertencia nutricional.

5 MARCO TEÓRICO

5.1 Sellos en los empaques

Los sellos en los diferentes empaques cumplen funciones netamente informativas, resaltando cualidades o advertencias de los diferentes productos. Estos, en Colombia, han sido reglamentados y guiados a un uso claro y concreto, especialmente en el ámbito publicitario, como se puede observar en el Código Colombiano de Autorregulación Publicitaria, expedido por la Comisión Nacional de Autorregulación Publicitaria (CONARP, 2013), el cual tiene un artículo donde habla de las advertencias e información para “Publicidad de alimentos y bebidas no alcohólicas”:

La información y las advertencias, incluyendo llamados, asteriscos, notas al pie, sobreimposiciones o textos similares que aparezcan en la publicidad de alimentos o bebidas no alcohólicas, deben ser coherentes con las imágenes o representaciones que se hacen en la publicidad. La información y las advertencias deberán hacerse de forma visible, legible, audible y entendible, de acuerdo con la forma que adopte la publicidad y el medio de que se trate. (p. 24)

Si bien, el Código da una apreciación abierta sobre el uso informativo de las advertencias y de la información, estas se pueden presentar por medio de sellos en los propios empaques, recordando así la importancia de la veracidad y la confianza que se deben presentar desde la publicidad. Por otro lado, según, se respalda tal afirmación “En efecto, el consumidor confía su elección a la información que mediante actos publicitarios o mediante los empaques es consignada para su conocimiento.” (Granados Aristizábal, 2012, pág. 4)

Desde el punto de la confianza, esta se hace relevante especialmente por los efectos negativos que ocasionan especialmente en una marca que no es clara y directa con su información, como mencionan Forehand y Grier (2003) “In general, advertising claims that are difficult for consumers to verify are likely to prompt skepticism, consumer distrust, or disbelief of marketer actions” [En general, las afirmaciones publicitarias que resultan difíciles de verificar para los consumidores pueden provocar escepticismo, desconfianza o incredulidad hacia las acciones del anunciante] (como se citó en (Bickart & Ruth, 2012))

Desde investigaciones consultadas, se puede mencionar a Bickart y Ruth (2012), quienes en “Green Eco-Seals and Advertising Persuasion” realizan diversos estudios enfocados en la respuesta de consumidores a sellos ecológicos:

The results of this study suggest that environmental concern affects consumer response to eco-seals. Consistent with our hypotheses, when concern is low, the presence or absence of an eco-seal on a package does not affect purchase intentions generated through an ad, regardless of consumer familiarity with the brand. However, when the consumer’s environmental concern is high, eco-seals generate more favorable intentions for familiar brands and less favorable intentions for unfamiliar brands. [Los resultados de este estudio sugieren que la preocupación por el medio ambiente influye en la respuesta de los consumidores a los sellos ecológicos. De acuerdo con nuestras hipótesis, cuando la preocupación es baja, la presencia o ausencia de un sello ecológico en un envase no afecta

a las intenciones de compra generadas a través de un anuncio, independientemente de la familiaridad del consumidor con la marca. Sin embargo, cuando la preocupación medioambiental del consumidor es alta, los ecopresellos generan intenciones más favorables para las marcas conocidas y menos favorables para las marcas desconocidas.] (Bickart & Ruth, 2012)

Tal investigación genera una base en importancia de los sellos en diversos empaques de alimentos y en conocer las percepciones de los consumidores respecto a esto:

In addition, it is possible that different ways of framing the advertising appeal might affect the persuasiveness of the eco-seal through fostering greater message vigilance. By application, we expect that a prevention-oriented ad appeal will heighten the salience of the ambiguous eco-seal cue because of the salience of avoiding negative outcomes. [Además, es posible que las distintas formas de enmarcar el llamamiento publicitario afecten a la persuasión del sello ecológico al fomentar una mayor vigilancia del mensaje. Por aplicación, esperamos que un llamamiento publicitario orientado a la prevención aumente la prominencia de la señal ambigua del sello ecológico debido a la prominencia de evitar resultados negativos.] (Bickart & Ruth, 2012)

Por tales hipótesis y resultados, generan recomendaciones sobre el uso de los sellos ecológicos; sin embargo, su aplicación es abierta a cualquier tipo de sello de advertencia que sea aplicable a empaques, resaltando así la persuasión de los mismos hasta el público objetivo alcanzado y cómo estos pueden llegar a depender de la preocupación del tema presentado en los sellos y la familiaridad de la marca:

First, advertisers and marketers should be very clear about their target, as the persuasive impact of advertiser-controlled content depends on consumer characteristics including level of environmental concern and familiarity with the brand. Second, advertisers may want to play up or play down the eco-seal sponsor, depending on the target audience. Third, the advertiser's message appeal should be developed with care, since it appears that a message appeal framed around the consumer's promotion goals has little differential impact on persuasion. [En primer lugar, los anunciantes y responsables de marketing deben tener muy claro cuál es su público objetivo, ya que el impacto persuasivo de los contenidos controlados por el anunciante depende de las características del consumidor, como el nivel de preocupación medioambiental y la familiaridad con la marca. En segundo lugar, los anunciantes pueden querer dar más o menos importancia al patrocinador del sello ecológico, dependiendo del público objetivo. En tercer lugar, el mensaje atractivo del anunciante debe elaborarse con cuidado, ya que parece que un mensaje atractivo enmarcado en torno a los objetivos de promoción del consumidor tiene escaso impacto diferencial sobre la persuasión.] (Bickart & Ruth, 2012)

5.2 Sellos octogonales de advertencia nutricional

En Colombia, así como en parte de América Latina, los estados han comenzado a realizar e implementar normativas que permitan regular el consumo de ciertos alimentos que han venido evidenciando, con el paso del tiempo, que contribuyen a una problemática de salud. Por ello el país, a través del Ministerio de Salud y Protección Social establece unas resoluciones que se han ido modificando en los últimos años según la efectividad que tienen éstas implementadas en la decisión de compra consciente de los habitantes de la nación,

dichas normativas nacen desde el llamado de atención de la Organización Panamericana de la Salud - OPS (como se citó en (Ministerio de Salud y Protección Social, 2021)) donde indica en su línea estratégica 3 del Plan de acción para la prevención de la obesidad en la niñez y la adolescencia. (2014-2019), insta a los gobiernos a “elaborar y establecer normas para el etiquetado del frente del envase que promuevan las elecciones saludables al permitir identificar los alimentos de alto contenido calórico y bajo valor nutricional de manera rápida y sencilla

A raíz de esta sugerencia a los gobiernos que también había sido mencionada previamente por la Organización Mundial de la Salud (OMS) por medio de un informe realizado en el año 2016 donde mencionan el “poner en marcha un etiquetado del frente del envase fácil de interpretar, apoyando en la educación del público para que tanto los adultos como los niños tengan conocimientos básicos en materia de nutrición” (como se citó en (Ministerio de Salud y Protección Social, 2021)) el gobierno colombiano estableció en primera instancia la Resolución 810 del 16 de junio de 2021 donde se habla por primera vez en el país sobre un reglamento técnico que especifica cómo será la implementación del etiquetado, sus excepciones, proporciones, prohibiciones, aplicaciones, condiciones, entre otros.

Dicha resolución circuló y se puso en vigencia a partir de su fecha de publicación, sin embargo, poco después el Congreso de Colombia emitió la Ley 2120 de 2021, la cual, un mes después de la resolución anterior estableció que se

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). (Congreso de Colombia, 2021)

Lo que llevó a suscribir el Contrato 113 de 2022 entre el Ministerio de Salud y Protección Social y la Universidad de Antioquia con la finalidad de "Realizar la evaluación de la mayor evidencia disponible para establecer formas, color, tamaño, leyendas y ubicación del etiquetado frontal de advertencia para productos procesados en Colombia". (Ministerio de Salud y Protección Social, 2022)

Tal normativa implicó igualmente una actualización del diseño de los sellos frontales de advertencia nutricional, pasando de una forma circular, como fue propuesta en la Resolución 810 del 16 de junio de 2021, a una forma octagonal:

Forma del sello frontal de advertencia: la forma de destacar las características nutricionales indicadas en el inciso primero de este artículo será incluyendo sellos en la etiqueta, los cuales consistirán en un símbolo octagonal de fondo color negro y borde blanco, y en su interior el texto EXCESO EN, seguido de: "GRASAS SATURADAS" o "GRASAS TRANS" o SODIO o "AZÚCARES" o con el texto "CONTIENE EDULCORANTES" de manera individual o con 2 o 3 o 4 o 5 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 blancas, la palabra "MINSALUD", según la figura 6 del presente artículo." (Ministerio de Salud y Protección Social, 2022)

Este avance se dio con base en la investigación realizada por el Programa de Extensión de la Escuela de Nutrición y Dietética de la Universidad de Antioquia, estipulando que la forma más eficiente de presentar un etiquetado frontal es la octogonal:

"Los resultados de este estudio mostraron que el etiquetado de advertencia con forma octagonal, de color negro con la expresión "EXCESO EN" ubicado en la parte superior izquierda y con los tamaños sugeridos por la versión chilena fue el mejor diseño debido a su alta capacidad de capturar la atención y el mayor potencial de maximizar la percepción de insalubridad por la presencia de nutrientes críticos relacionados con las EC" (Programa de Extensión de la Escuela de Nutrición y Dietética, 2022)

Considerando igualmente los diseños de sellos de advertencia presentados en otros países en una comparativa:

"(...) se destaca que el octogonal fue el etiquetado con mayor evidencia disponible, debido a que estuvo presente en el 88,89% de los estudios seleccionados, seguido del etiquetado de advertencia triangular (33,33%), la lupa/exclamación (33,33%) y el etiquetado de advertencia circular (22,22%)" (Programa de Extensión de la Escuela de Nutrición y Dietética, 2022)

Es importante destacar la relevancia de los sellos de advertencia nutricional y su repercusión en la población. Éstos finalmente tienen como objetivo prevenir las tasas altas de mortalidad en la población por enfermedades adquiridas producto del consumo excesivo de nutrientes, por ello se menciona que

"Los beneficios de las campañas informativas y el etiquetado de alimentos están relacionados con el acceso a información clara y completa sobre los nutrientes de los productos que se van a adquirir en el mercado y serán destinados para el consumo. Lo anterior genera un impacto positivo en la salud de la población a mediano y largo plazo, generando un menor número de casos por enfermedades crónicas y los costos de tratamiento asociados, gasto de bolsillo, pérdida de productividad por las horas no laboradas y pérdida de productividad por la muerte prematura de personas en edad productiva." (Ministerio de Salud y Protección Social, 2020)

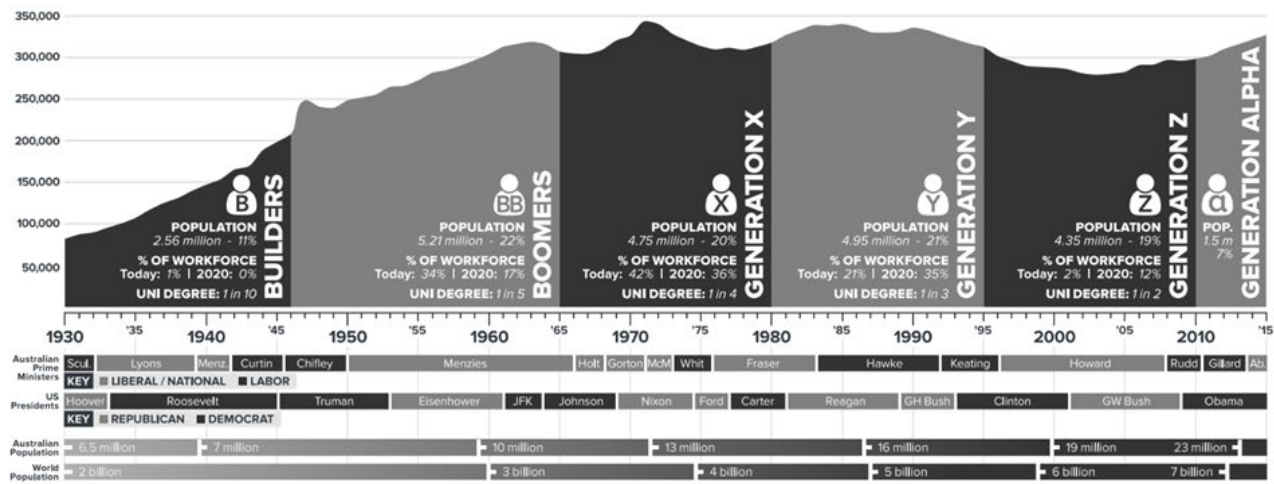
5.3 Separación generacional

En esta investigación específicamente, se abordará la prevención de las enfermedades crónicas que plantea el Ministerio de Salud y Protección Social en la generación Z; la separación generacional por edades ha sido un elemento importante en los últimos años para definir tendencias y actitudes, especialmente a partir de la investigación de Neil Howe y William Strauss, en la cual en "The Fourth Turning: An American Prophecy" definen "Una generación está compuesta por personas cuya ubicación común en la historia les confiere una personalidad colectiva. La duración de una generación es aproximadamente la duración de una fase de la vida".

Esta separación considera contextos, siendo uno de los puntos clave en el que Mark McCrindle en The ABC of XYZ: Understanding the Global Generations considera que "Cuando las tasas de natalidad aumentaron en 1995,

tuvimos los inicios de la Generación Z. (...) Las tasas de natalidad, además de los cambios y tendencias sociales, dan una base sólida a las definiciones generacionales” (McCrindle, 2009) dando así su apreciación de la división generacional, ya incluyendo las generaciones Z y Alpha, como se explica en la siguiente figura:

Tabla 2. Australian Generations



Fuente: M. McCrindle, 2009

5.4 Teoría de la persuasión

La implementación de esta prevención o toma de conciencia sobre el consumo de exceso de nutrientes que está teniendo, en este caso, la generación Z, con el consumo de frituras y alimentos procesados se realiza por medio de la teoría de la persuasión, cuya definición desarrollada por Perloff es “un proceso simbólico en el que los comunicadores intentan convencer a otras personas de que cambien sus actitudes o comportamiento con respecto a un tema a través de la transmisión de un mensaje, en un ambiente de libre elección.” (Perloff, pág. 5) por medio del cual se espera que a través de una educación sobre dichos nutrientes y las causas más comunes de muertes en Colombia, se persuada a dicha generación a concientizarse sobre aquellos productos que ingieren y observar si dicha concientización influye en su decisión de compra hacia dichos alimentos.

Dicha persuasión no busca perjudicar a ninguna marca que produzca o distribuya estas frituras y alimentos procesados, pero sí busca determinar si la implementación de la ley colombiana actual tiene un efecto real en la decisión de compra de estos productos, haciendo que el factor nutricional sea decisivo para la adquisición de este, o por el contrario, se evidencie que predominan otros factores como el precio, la presentación, el sabor, la recordación, entre otros, por encima de la posible afectación a nivel salud.

Es clave tener en cuenta que, como se mencionó anteriormente, la persuasión es una comunicación que finalmente puede o no influir en la libre elección del receptor de dicho mensaje, si bien el Ministerio de Salud y Protección Social implementó la Ley 2120 del 2021 con la finalidad de, como su propio título lo indica “...fomentar entornos alimentarios saludables y prevenir enfermedades no transmisibles...” (Ministerio de Salud y Protección Social, 2022) no se desarrolló una campaña de concientización y educación sobre estos sellos de advertencia como sí lo hizo, por ejemplo, el Gobierno de México con su campaña #EtiquetadoParaLaSalud, donde incluso se desarrolló una landing page en el sitio web de la gobernación para promover información sobre dichos sellos; “aquí encontrarás información importante sobre el etiquetado frontal de alimentos y bebidas, que te ayudará a elegir mejor e inclinarte por opciones más sanas.” (Gobierno de México, 2021) cuyo objetivo era educar para que los ciudadanos tuvieran la opción de elegir consumir alimentos más saludables después de conocer el significado del etiquetado frontal.

Tabla 3. Etiquetado frontal de alimentos y bebidas

¿Y TÚ, YA CONOCES EL NUEVO ETIQUETADO FRONTAL DE ALIMENTOS?

 Por el derecho a conocer lo que bebemos y comemos, conoce los nuevos sellos del etiquetado frontal.

ETIQUETADO FRONTAL
Es una herramienta que muestra de manera directa, clara, sencilla y visible, cuando un producto contiene en **exceso: energía (calorías), azúcar, grasas o sodio; es decir nutrimentos e ingredientes que de consumirse demasiado, representan un riesgo a la salud.**

LO INTEGRAN

5 sellos en forma de octágono, mostrando los ingredientes críticos:
CALORÍAS, GRASAS SATURADAS, GRASAS TRANS, AZÚCAR y SODIO

Y ADEMÁS
2 leyendas de advertencia sobre contenido de cafeína y edulcorantes, no recomendables para consumo en niños.
CONTIENE CAFEÍNA EVITAR EN NIÑOS
CONTIENE EDULCORANTES, NO RECOMENDABLE EN NIÑOS

EXCESO GRASAS SATURADAS

 Para cuidar nuestra salud, ahora los productos cuentan con estos **sellos negros** al frente que nos **ayudarán** a tomar decisiones sobre lo que estamos consumiendo.

En aquellos productos con empaques pequeños, encontrarás un **sello con un número** que te indica cuantos ingredientes **críticos para tu salud** contienen, solo recuerda que, entre menos sellos, mejor.

PERO... ¿QUÉ SON LOS INGREDIENTES CRÍTICOS?

 Son aquellos ingredientes contenidos en alimentos o bebidas de manera excesiva, representan riesgos para la salud y aumentan la probabilidad de generar enfermedades crónicas como obesidad, diabetes, hipertensión, cáncer, entre otras.

Los sellos te ayudarán a elegir lo que es saludable para ti y tu familia.

#EtiquetadoParaLaSalud


 GOBIERNO DE MÉXICO |
 
 GISAMAC
GRUPO INTERSECTORIAL DE SALUD ALIMENTACIÓN Y NUTRICIÓN

f t i g y o gov.mx

Fuente: Gobierno de México, 2021

6 METODOLOGÍA

6.1 Línea de investigación

Publicidad y sociedad.

6.2 Cronograma

Tabla 4. Cronograma parte 1

ACTIVIDAD/MESES	MAYO 2024				JUNIO 2024				JULIO 2024			
	SEM 1	SEM 2	SEM 3	SEM 4	SEM 1	SEM 2	SEM 3	SEM 4	SEM 1	SEM 2	SEM 3	SEM 4
ESTRUCTURACIÓN DE LA METODOLOGÍA												
ESTRUCTURACIÓN DEL GUION												
ESTUDIO DE ESPACIOS APTOS PARA GRUPOS FOCALES												
BÚSQUEDA DE PARTICIPANTES PARA LAS PRIMERAS SESIONES DE GRUPOS FOCALES												
REALIZACIÓN DE GRUPOS FOCALES												
ORGANIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN RECOLECTADA												

Fuente: Desarrollo propio, 2024

Tabla 5. Cronograma parte 2

ACTIVIDAD/MESES	AGOSTO 2024				SEPT 2024				OCTUBRE 2024				NOVIEMBRE 2024			
	SEM 1	SEM 2	SEM 3	SEM 4	SEM 1	SEM 2	SEM 3	SEM 4	SEM 1	SEM 2	SEM 3	SEM 4	SEM 1	SEM 2	SEM 3	SEM 4
APLICACIÓN DE HERRAMIENTA																
ANÁLISIS DE DATOS																
REDACCIÓN DE RESULTADOS Y CONCLUSIÓN. REVISIONES FINALES																
CREACIÓN DE HERRAMIENTA																

Fuente: Desarrollo propio, 2024

6.3 Población y muestra

El universo tomado en cuenta para esta investigación son todos los jóvenes de la Generación Z que viven en Medellín. El rango generacional del mismo está dado por investigaciones de Mark McCrindle en The ABC of XYZ: Understanding the Global Generations, quien determinó que las personas que pertenecen a esta generación son todos aquellos nacidos entre 1995 y 2010. Por ello, según el Censo nacional de población y vivienda del año 2018, las personas pertenecientes a esta generación que habitan dentro de Medellín son 563,955 (Gobernación de Antioquia, 2018).

Basados en esto, nuestra muestra está conformada por jóvenes de diferentes edades y estratos de la Generación Z, buscando así determinar si hay algún punto relacionado con economía familiar y estilos de vida.

6.4 Técnicas e instrumentos

Se realizarán una serie de grupos focales de 6 a 8 integrantes cada uno, donde se llevará una conversación guiada por un moderador para conocer qué tanto saben de los sellos de advertencia y su aplicación, si han notado la presencia de estos y si realmente en algún momento de forma consciente o inconsciente ha afectado alguna compra personal. Se tienen planeados 8 grupos focales, donde se mezclan personas de diferentes edades y estratos sociales que se planteen dentro de la Generación Z. Tales grupos estarán divididos de diversas formas:

3 o 4 grupos de edades: 14 a 18 años, 18 a 22 años, 22 a 26 años y 26 a 29 años;

Por etapas: adolescencia: 14 a 22 años y adultez: 23 a 29 años;

Personas de 28 y 29 años. Este se considera al ser una edad crítica por la “crisis de los 30 años”;

Cabe resaltar que se harán tantos grupos focales como sea posible y necesario hasta que los resultados empiecen a repetirse.

7 RESULTADOS

7.1 Sellos en los empaques

Podemos ver que se cuestiona si realmente estos sellos tienen una información clara, se mencionaba que estos sellos “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” (Fina Ruiz, Macia Alvarez, & Morales Quitero, 2024), no obstante, el hecho de que la generación z no conciba de su significado, pone en tela de juicio lo anterior, ni los adultos, ni los niños tienen realmente conocimientos sobre nutrición. Se ha evidenciado una tendencia en canales digitales donde la prevención en salud ha cogido fuerza, pero no lo suficiente para que las personas vean afectada su decisión de compra en este tipo de alimentos de manera significativa, cabe aclarar incluso que esta tendencia digital no guarda relación con el Gobierno Nacional ni ninguna institución en representación de este.

7.2 Sellos octogonales de advertencia nutricional

Uno de los objetivos del Ministerio de Salud y Protección Social era “poner en marcha un etiquetado del frente del envase fácil de interpretar, apoyando en la educación del público para que tanto los adultos como los niños tengan conocimientos básicos en materia de nutrición”, sin embargo, según lo evidenciado en los grupos focales ninguno de los participantes recuerda haber visto algún anuncio o información acerca de los sellos y su funcionamiento o significado, de hecho, muchos de ellos ni siquiera saben exactamente qué significan, solo lo suponen por sentido común, podemos encontrarnos comentarios como el de Fernanda donde dice que “hay personas que no los entienden y hay personas que no saben que existen” o como el de Sergio cuando menciona que “muchas veces uno puede ver el sello pero no saber lo que significa”.

Asimismo, se establecía que esta investigación busca “determinar si la implementación de la ley colombiana actual tiene un efecto real en la decisión de compra de estos productos, haciendo que el factor nutricional sea decisivo para la adquisición de este, o, por el contrario, se evidencie que predominan otros factores como el precio, la presentación, el sabor, la recordación, entre otros, por encima de la posible afectación a nivel salud.” (Fina Ruiz, Macia Alvarez, & Morales Quitero, 2024), a lo que se puede concluir que, efectivamente, otros factores tienen prioridad ante los consumidores, como menciona Fernanda “el sabor es lo que le da su razón de ser”, más allá del impacto que pueda tener en la salud. Tanto así, que el consumo de las frituras y alimentos procesados se implementa para momentos de ansiedad, como lo hace Daniela, quien comenta que “A veces cuando tengo mucha ansiedad sí puedo llegar a comer bastante”, lo que evidencia cómo estos alimentos se consumen incluso en momentos de afectación, en vez de disminuir o prevenir su consumo.

7.3 Separación generacional: Generación Z

Es posible analizar que este cambio de consciencia a nivel salud, que ayude a prevenir las enfermedades crónicas de alto impacto en Colombia, pueda generarse de manera paulatina hasta verse evidenciado en las próximas generaciones que crezcan con un hábito de consumo más saludable, aunque para ello sea necesario educar a las generaciones actuales, quienes serán esos futuros padres que prevengan dichas condiciones médicas en los niños por medio de cambios en la dieta que ellos mismos tenían en su infancia. Para ello se comentaba que “el hecho de informar por una propaganda, (...) es muy importante” como mencionaba anteriormente Sergio, no

solo esto, sino también una estrategia de concientización completa en donde se eduque del significado de los sellos de advertencia y las consecuencias del consumo de exceso de nutrientes, como sugería Maria Isabel cuando comentaba su opinión; “Yo siento que eso como crecimos con estos alimentos el cambio generacional de educarnos sobre dejar de consumirlos no nos aplicaría, ya se volvieron parte de nosotros, pero por ejemplo los papás que apenas están educando a sus hijos, pueden limitarlos más y se dejarían llevar por una campaña con una alimentación saludable para que los sellos dejen de ser paisaje”.

7.4 Teoría de la persuasión

En función de lo planteado se observa como la idea principal de los sellos octogonales de advertencia nutricional tenían como objetivo “(...) genera un impacto positivo en la salud de la población a mediano y largo plazo, generando un menor número de casos por enfermedades crónicas y los costos de tratamiento asociados” (Ministerio de Salud y Protección Social, 2020) sin embargo, cuando contrastamos la realidad con los consumidores de la generación Z, quienes son el público objetivo y de muestra, se puede determinar que difícilmente este impacto sería positivo teniendo en cuenta que estos sellos se han convertido en paisaje, algo que se repite frecuentemente en las respuestas de las personas que han sido partícipes de esta investigación, con frases como “Yo la verdad, rara vez los noto, o sea yo siento que uno sabe que está ahí, pero los omito” dicha por Camila Gil en uno de los grupos focales desarrollados.

Se puede evidenciar que muchos de estos jóvenes y adultos tienen hábitos de consumo que provienen desde la infancia, pues el hecho de solo ver los empaques de las frituras y alimentos procesados les genera nostalgia y los transporta inmediatamente a recuerdos de su niñez, lo cual hace que participantes realicen anotaciones como “creciste con ellas, toda la vida te las has comido y te gustan, entonces no es como que ahorita empieces a decir “¡Ay!, es que como las papitas de limón que me he comido toda la vida ya tienen un sello, ya son peligrosas”” en donde podemos evidenciar que estos alimentos hacen parte de su día a día. Si bien estos sellos pretendían impactar en dichos hábitos de consumo para prevenir enfermedades y riesgos a nivel salud, utilizando métodos de persuasión como los que menciona Perloff, donde se busca convencer de un cambio a personas a través de mensajes, en este caso, de símbolos como lo son los sellos, no hubo un gran impacto en los consumidores, pues estos los han evitado por el hecho de que conocían previamente los productos y ya tenían una relación de confianza y fidelidad con los mismos.

8 CONCLUSIONES

De acuerdo con todo lo hallado a lo largo de la investigación, concluimos que los factores de compra de frituras y alimentos procesados de los jóvenes de la Generación Z van desde la costumbre a la nostalgia, siendo alimentos que están presentes desde la infancia, por lo que difícilmente elementos como los sellos octogonales de advertencia nutricional pueden cambiar sus hábitos de consumo y sus preferencias. Incluso, es importante resaltar la insistencia de los participantes al mencionar que ellos ya sabían que este tipo de productos es “malo” para la salud, contemplando la cantidad de grasa y elementos que traen, por lo que la existencia de los sellos de advertencia nutricional no cambió su conocimiento de las frituras y alimentos procesados.

Ahora bien, se puede considerar que no hay una comunicación efectiva que pretenda informar sobre la importancia de los sellos de advertencia nutricional a la población colombiana, pues si bien existe información sobre el tema, es necesario indagar para encontrarla, además de que no es fácil de entender por completo para advertir de las consecuencias a nivel salud que puede generar el consumo de estos excesos de nutrientes. Esto a la larga puede hacer que el objetivo se disipe, ya que el solo hecho de tener que rebuscar para conocer un poco más lo hace menos asequible y difícil de entender, especialmente a personas que en este momento presentan alguna enfermedad crónica y el conocer más e informarse puede mejorar su calidad de vida en el corto plazo.

El hecho de que haya un vacío en la difusión de la información de los sellos octogonales de advertencia nutricional hace pensar en la posibilidad de que solo se está siguiendo una normativa que ya se había aplicado en otros países pero que no ha tenido correcta aplicación en la población colombiana, la cual puede entender todo mediante otros mecanismos. Además de cuestionarse la participación y aceptación de las marcas al ver sus productos con un mensaje negativo directo como lo son los excesos. Esto se puede sospechar de acuerdo con lo mencionado por varios participantes de los grupos focales, quienes creen en esa teoría al no entender muy bien los componentes de los sellos octogonales de advertencia nutricional.

Por lo anterior se desarrolla una cuenta en la red social Instagram, en donde a través de videos reels se llama la atención de la Generación Z con el fin de comunicar todo lo relacionado a tales sellos, pues entendemos desde nuestro ejercicio profesional como publicistas que es un canal digital con alto alcance que puede generar intriga sobre el tema a esta población, por medio de ganchos visuales, auditivos y guiones estructurados estratégicamente. Esto con el fin de generar tráfico a un sitio web desarrollado con la finalidad de informar sobre la realidad en Colombia en relación con las enfermedades crónicas que están conectadas a los hábitos alimenticios, mostrando estadísticas, compartiendo opiniones sobre el tema en general, y comentado por medio de artículos diversos puntos interesantes que puedan crear la iniciativa en los ciudadanos de prestar más atención sobre estos sellos e informarse al respecto.

9 REFERENCIAS

- Congreso de Colombia. (2021). *LEY N° 2120 DE 2021*. Obtenido de Función Pública GOV (LEY N° 2120 DE 2021): <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=168029>
- CONARP. (2013). *Código Colombiano de Autorregulación Publicitaria*. Obtenido de UCEP: <https://www.ucepcol.com/codigo-autorregulacion>
- Granados Aristizábal, J. I. (2012). Empaque, publicidad y sellos de productos agropecuarios: hacia una producción y comercialización responsable y ecológicamente sustentable. *Producción + Limpia*, 78-91. Obtenido de Repositorio La Sallista: <http://repository.lasallista.edu.co/dspace/bitstream/10567/131/1/78-91%20%20p%2bl%20V6%20N2.pdf>
- Bickart, B., & Ruth, J. A. (2012). Green Eco-Seals and Advertising Persuasion. *Journal of Advertising*, 51–67.
- Ministerio de Salud y Protección Social. (2021). *Resolución 810 del 16 de junio de 2021*. Obtenido de Ministerio de Salud y Protección Social: https://www.minsalud.gov.co/Normatividad_Nuevo/Resoluci%C3%B3n%20No.%20810de%202021.pdf
- Ministerio de Salud y Protección Social. (2022). *Resolución 2492 del 2022*. Obtenido de Ministerio de Salud y Protección Social: https://www.minsalud.gov.co/Normatividad_Nuevo/Resoluci%C3%B3n%20No.%202492de%202022.pdf
- Programa de Extensión de la Escuela de Nutrición y Dietética. (29 de Julio de 2022). *Documento técnico de los resultados de la revisión sistemática de la literatura libre de conflicto de interés sobre la forma, contenido, figura, proporción, símbolos, textos, colores, tamaño, ubicación en los empaques de los productos que deban contenerlo*. Obtenido de Ministerio de Salud y Protección social: <https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/VS/PP/SSNAB/revison-sistemática-forma-etiquetado-frontal-advertencia.pdf>
- Ministerio de Salud y Protección Social. (Mayo de 2020). *Análisis de Impacto Normativo en la temática de etiquetado nutricional y frontal de los alimentos envasados en Colombia*. Obtenido de Ministerio de Salud y Protección Social: <https://www.minsalud.gov.co/Normativa/Documents/AIN%20etiquetado%20V02032020.pdf>
- McCrimble, M. (2009). *The ABC of XYZ: Understanding the Global Generations*. Australia: Sydney : UNSW Press.
- Perloff, R. M. (s.f.). *La dinámica de la persuasión*. Obtenido de Studocu: <https://www.studocu.com/cl/document/pontificia-universidad-catolica-de-chile/comunicacion-y-persuasion/la-dinamica-de-la-persuasion-richard-m-perloff/9460598>
- Gobierno de México. (5 de Octubre de 2021). *Etiquetado frontal de alimentos y bebidas: Hablemos de salud*. Obtenido de Gobierno de México: <https://www.gob.mx/promosalud/acciones-y-programas/etiquetado-de-alimentos>

- Gobernación de Antioquia. (2018). *Población Antioquia censada 2018 por tipo territorio, sexo y edades simples*. Obtenido de Datos abiertos Colombia: https://www.datos.gov.co/Estadisticas-Nacionales/Poblacion-Antioquia-censada-2018-por-tipo-territorio/evm3-92yw/about_data
- Fina Ruiz, C., Macia Alvarez, L., & Morales Quitero, J. (2024). Influencia de los sellos octogonales de advertencia nutricional en la decisión de compra de frituras y alimentos procesados en los miembros de la generación Z que habitan la ciudad de Medellín.
- Howe, N., & Strauss, W. (2000). *Millennials Rising: The next great generation*. Knopf Doubleday Publishing Group. Obtenido de https://www.google.com.co/books/edition/Millennials_Rising/To_Eu9HCNqIC?hl=es&gbpv=0
- Strauss, W., & Howe, N. (1997). *The Fourth Turning: An American Prophecy*. Broadway Books.
- Rua-Uribe, G., Suarez-Acosta, C., Chauca, J., Ventosilla, P., & Almanza, R. (2013). Modelling the effect of local climatic variability on dengue transmission in Medellin (Colombia) by means of time series analysis. *Biomédica : revista del Instituto Nacional de Salud*.

ANEXOS

Anexo 1. Guion para Moderador de los Grupos de Interés sobre Sellos Octogonales y Consumo en la Generación Z

Presentación del tema

Cordial saludo a todos y todas. Soy [Nombre del moderador] y les doy la bienvenida a este espacio de diálogo. El día de hoy estaremos hablando sobre un tema que consideramos de alto impacto en la salud de la población global, en especial de nuestros ciudadanos Colombianos, es por ello que nos dispondremos a dialogar sobre: la influencia tienen los sellos octogonales de advertencia nutricional en la decisión de compra de frituras y alimentos procesados en los miembros de la generación Z que habitan la ciudad de Medellín. Se les recuerda que las conversaciones serán grabadas para efectos de calidad en la recopilación de datos investigativos.

Explicación del Tema

En los últimos años, en Colombia se han implementado los sellos octogonales de advertencia nutricional en los empaques de alimentos procesados y bebidas. Estos sellos están diseñados para informar a los consumidores sobre el alto contenido de nutrientes críticos como azúcares, grasas saturadas, sodio y edulcorantes en estos productos. Este diálogo se utilizará como método de recolección de datos para un trabajo de grado que busca medir la influencia de estos en la generación Z, que va desde 1994 hasta el 2010.

Objetivo del Grupo Focal

El objetivo de este grupo focal es recolectar información acerca de las experiencias y opiniones de los miembros de esta generación, en donde entran ustedes. Su participación es fundamental para comprender mejor cómo la información nutricional presentada en los empaques impacta en los hábitos de consumo y la decisión de compra de la generación Z en Medellín con respecto a estos productos.

Dinámica del Grupo

Comenzaremos dividiendo el grupo en parejas para que puedan entablar una conversación donde plantean su posición inicial sobre su posición previa acerca de este tema. Verán diversas imágenes relacionadas y dialogarán sobre la percepción que tienen sobre ellas. En cada mesa, tendrán la oportunidad de expresar sus ideas y opiniones libremente con su compañero. Posteriormente, tendremos una discusión grupal para compartir las diferentes perspectivas y llegar a conclusiones más generales. Es importante aclarar que las discusiones y preguntas se harán de forma transicional, de manera que se priorizará el flujo de las conversaciones, llegando a ser más cómodas para los participantes.

Preguntas para Guiar la Discusión

Introducción: Hábitos de compra de mercado en la ciudad de Medellín

¿Dónde compran sus alimentos?

¿Cada cuanto mercan?

Experiencia con los sellos octogonales:

¿Han notado la presencia de los sellos octogonales o circulares en los empaques de alimentos procesados y bebidas?

¿Qué opinan del diseño y la información que presentan estos sellos?

¿Consideran que son fáciles de entender?

Influencia en la decisión de compra:

¿De qué manera han impactado estos sellos en sus decisiones?

¿Los sellos octogonales han influido en su manera de comprar frituras y alimentos procesados?

¿Han dejado de comprar algunos productos debido a los sellos octogonales?

Percepción y conocimiento:

¿Consideran que la información presentada en los sellos es suficiente para tomar decisiones informadas sobre su salud?

¿Qué otras estrategias de información nutricional les parecen efectivas?

¿Creen que se debería realizar una campaña de concientización sobre los sellos?

Hábitos de consumo:

¿Con qué frecuencia consumen frituras y alimentos procesados?

¿Qué factores influyen en sus decisiones de compra de estos productos? Sabor, precio, recomendación

¿Consideran que su alimentación es saludable en general?

Discusión Grupal

El moderador guiará la discusión para asegurar que todos tengan la oportunidad de participar y que se aborden los diferentes puntos de vista, sin opacar o minimizar la opinión de ninguno de los participantes.

Conclusión

Al finalizar el grupo de interés, se agradecerá la participación de todos y todas. Se recordará que sus opiniones son de gran valor para nuestra investigación y toda la información recopilada será tratada con absoluta confidencialidad únicamente para fines investigativos.

Anexo 2. Producto desarrollado a partir de la investigación

Con el fin de llegar a los consumidores de empaquetados, se proponen dos productos:

- Un perfil en la red social Instagram con información muy clara sobre los sellos cuyo objetivo es llevar tráfico al sitio web, atrayendo a público joven a interesarse en el tema.

Tabla 6. Captura de pantalla de la cuenta de Instagram



Fuente: Desarrollo propio, 2024

- Un sitio web con artículos, opiniones y contenido de valor que permite conocer a más profundidad los sellos. La forma de llegar a este es por medio del perfil en Instagram

Tabla 7. Capturas de pantalla del sitio web



¿QUÉ SOMOS?

SELLOS NUTRICIONALES

Inicio Sobre los sellos Infografías Artículos Informativos Opiniones Contacto

CONOCE MÁS

Sobre los sellos

Los sellos de advertencia nutricional son una medida preventiva que busca promover entornos alimentarios saludables al resaltar componentes críticos de cada uno de los empaquetados, exactamente "Exceso en azúcares", "Exceso en grasas saturadas", "Exceso en sodio", "Exceso en grasas trans" y "Contiene edulcorantes". Estos son reglamentados en Colombia desde el año 2021; sin embargo, ya estaban presentes en el mercado desde años anteriores en varios países de Latinoamérica como Chile, Ecuador, Perú, México.



Fuente: Desarrollo propio, 2024