

Etiquetado frontal y el impacto en la decisión de compra

Romero Lorenzi, Matías Nicolás
Licenciatura en Nutrición
mnrlorenzi@gmail.com

UNIVERSIDAD
SIGLO 21
OPEN LAB 2024

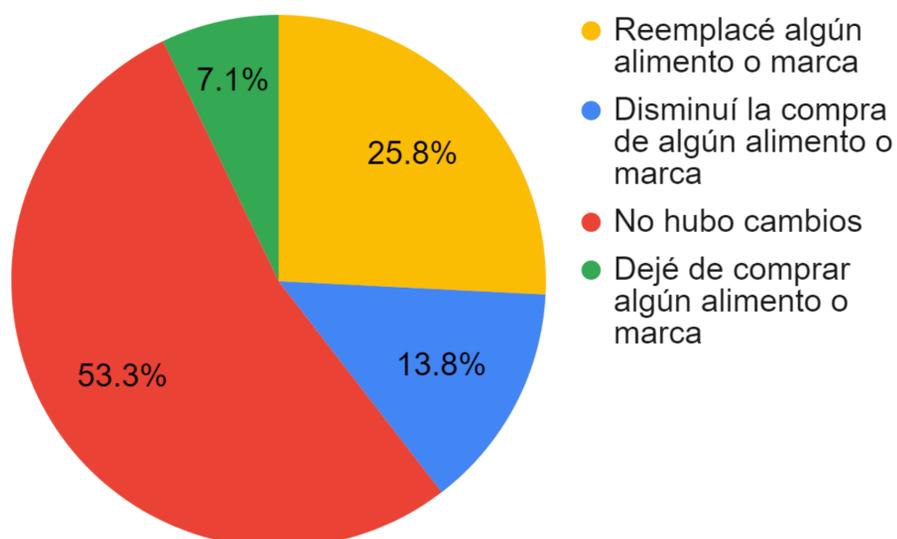
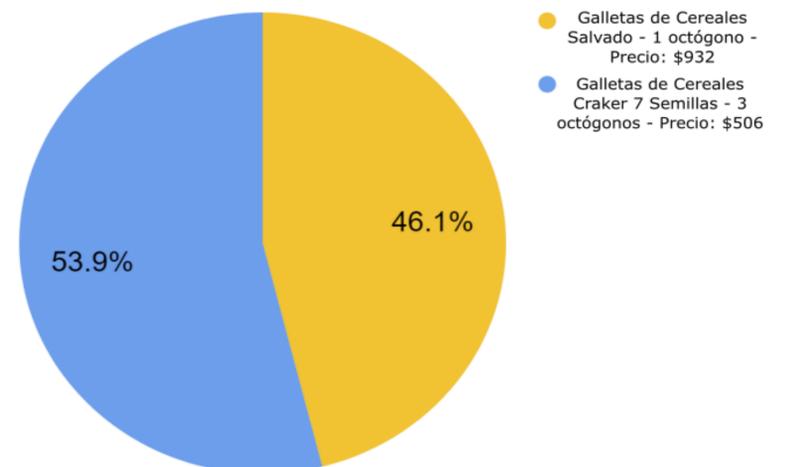
Tema-Pregunta

¿Qué impacto tiene el etiquetado frontal de los alimentos sobre la decisión de compra de los consumidores? En 2022, en Argentina se implementaron los etiquetados frontales en los alimentos como política pública. Es por esto, que es importante llevar registro de la efectividad de la medida.



Objetivos

Describir el impacto del etiquetado en el proceso de decisión de compra de los alimentos. Además, analizar el comportamiento de los consumidores frente a los sellos y describir los factores que intervienen en la compra de estos productos.



Discusión

Se encontraron diferencias con los pocos estudios ya realizados sobre la población argentina. Por un lado, mayor desconocimiento del significado de los sellos, y por otro, las ponderaciones de los factores como el sabor y el precio a la hora de comprar este tipo de alimentos.

Principales resultados

Los resultados muestran que gran parte de las personas planifican las compras de alimentos. En la mayoría, la presencia de sellos no modifica la selección de los productos, aunque si lo hace el precio. Se observó también poca comprensión del significado de la presencia de los sellos en los envases.

En los individuos que sí tuvieron cambios por el etiquetado frontal, se debió principalmente por el exceso de grasas y de azúcares.



Método Observacional, descriptiva y transversal