

Conocimiento del etiquetado nutricional frontal en Argentina e impacto en la compra de alimentos

Knowledge of front nutritional labeling in Argentina and impact on food purchases

Alberici, Javier Andrés; Czackowski, Karina Vanesa; Gonzalez, Rocio Lourdes

Universidad Argentina de la Empresa. Facultad de Ciencias de la Salud. Licenciatura en Nutrición; Argentina

DOI: <https://doi.org/10.59872/icu.v9i13.562>

Contacto: jalberici@uade.edu.ar

Recepción: 30/04/2025; Aceptación: 15/05/2025;

Publicación: 18/06/2025

Palabras claves: Etiquetado Nutricional; Conducta del Consumidor; Conocimientos; Actitud

Keywords: Food Labeling; Consumer Behavior; Knowledge; Attitude

Resumen

El consumo excesivo de calorías, azúcares, grasas y sodio se asocia con enfermedades no transmisibles. Para combatirlas, varios países implementaron etiquetado frontal. En Argentina, la Ley 27.642, sancionada en 2021. Este estudio descriptivo y transversal evaluó el conocimiento de la Ley y su impacto en la elección de alimentos en 803 personas. Solo el 32,6% afirmó conocerla, mientras que un 29% la desconocía y un 38% expresó dudas. Excluyendo a quienes no la conocían, el 98% reconoció los sellos negros, aunque el desconocimiento aumentó al profundizar en otros aspectos. El conocimiento fue mayor en personas con actividad física o dietas específicas y varió según edad y nivel educativo. El sello más reconocido fue el de azúcares, seguido por grasas totales, sodio, grasas saturadas y calorías; las leyendas precautorias fueron las menos conocidas. Aunque los sellos más valorados fueron azúcares y grasas totales, un 52% no modificó sus hábitos de consumo y el etiquetado frontal quedó en antepenúltimo lugar como factor de compra. En conclusión, aún queda mucho trabajo por realizar. Se requiere mayor difusión y control para asegurar el cumplimiento de la Ley. El rol del Licenciado en Nutrición y el compromiso de la industria y el gobierno son fundamentales

Abstract

Excessive consumption of calories, sugars, fats, and sodium is associated with non-communicable diseases. To address this, several countries have implemented front-of-package labeling. In Argentina, Law 27.642 was enacted in 2021. This descriptive and cross-sectional study evaluated the knowledge level of the Law and its impact on food choices among 803 participants. Only 32,6% claimed to know about it, 29% were unaware, and 38% expressed doubts. Excluding those unfamiliar with the Law, 98% recognized the black seals, although deeper aspects revealed higher levels of unawareness. Knowledge was greater among individuals engaging in physical activity or following specific diets and varied by age and educational level. The most recognized seal was for sugars, followed by total fats, sodium, saturated fats, and calories, while precautionary legends were the least known. Although the most valued seals were sugars and total fats, 52% did not change their consumption habits, and front-of-package labeling ranked third-to-last as a purchasing factor. In conclusion, significant efforts are still needed. Greater dissemination and regulatory enforcement are essential to ensure compliance with the Law. The role of Nutritionists, alongside industry and government commitment, is essential.

Introducción

El consumo excesivo de calorías, azúcares, grasas y sodio es un problema de salud pública, asociado al desarrollo de enfermedades crónicas no transmisibles (ECNT) como sobrepeso u obesidad, diabetes, hipertensión arterial y enfermedades cardiovasculares. De acuerdo con cifras publicadas por la Organización Panamericana de la Salud (OPS) en 2020, las ECNT son la principal causa de muerte y discapacidad. Alrededor del 44% de las muertes en América fueron causadas por hipertensión arterial, hiperglucemia en ayunas, sobrepeso u obesidad (OPS, 2020).

En Argentina, los resultados de la segunda Encuesta Nacional de Nutrición y Salud (ENNyS), realizada en el año 2019, también revelaron cifras preocupantes respecto al exceso de peso. En el caso de niños menores de 5 años, la prevalencia fue del 13,6%, mientras que, en el rango de 5 a 17 años, esta cifra aumentó significativamente alcanzando el 41%. En la población adulta, la situación fue aún más alarmante, con una tasa del 67,9%.

Para combatir las ECNT, varios países de Latinoamérica ya han implementado sistemas de etiquetado frontal. Según la OPS (2023), el sistema de etiquetado frontal es una herramienta simple, práctica y eficaz para informar al público sobre los productos que pueden dañar la salud y ayudar a orientar las decisiones de compra.

Chile, pionero en esta iniciativa desde 2016, implementó una ley que exige etiquetas de advertencia en el frente del paquete, restringe el marketing y prohíbe las ventas escolares de productos con alto contenido de calorías, sodio, azúcar o grasas saturadas. Tras la implementación del etiquetado frontal, el consumo de bebidas azucaradas se redujo un 23,7 % entre 2015 y 2017, sin generar impactos negativos en el empleo o los salarios de la industria alimentaria (Taillie *et al.*, 2020). De hecho, la industria aumentó la venta de productos sin etiquetado frontal, mientras que aquellos con más sellos fueron mayormente reformulados.

México, que supo ser el mayor consumidor de productos ultraprocesados en América Latina y el cuarto a nivel mundial, implementó un sistema de etiquetado frontal en 2020, observando cambios positivos. La compra de productos con sellos de advertencia disminuyó y los consumidores eligieron alternativas más saludables. Durante el primer año de implementación, se registró una disminución del 7,6% en la compra de productos con etiquetado de advertencia (UNICEF, 2021). La Encuesta Nacional de Salud y Nutrición (ENSANUT) de 2021 mostró que el 74% de las personas consideraron al etiquetado frontal como una buena medida de salud (Instituto Nacional de Salud Pública de México [INSP], 2021).

Un informe de 2022 de la OPS, que recopiló 45 estudios sobre sistemas de etiquetado frontal en América Latina y el Caribe, concluyó que el etiquetado frontal favorece la identificación y reducción de compra de productos con exceso de nutrientes críticos, sin afectar el empleo o los salarios en el sector alimentario. El informe concluye que el etiquetado frontal es el sistema que mejor favorece el reconocimiento de productos con exceso de nutrientes críticos y la reducción de compra de dichos productos.

En Argentina, la Ley N° 27.642 de Promoción de la alimentación saludable, popularmente conocida como «Ley de etiquetado nutricional frontal», fue sancionada el 12 de noviembre de 2021 y reglamentada el 22 de marzo de 2022. Esta Ley plantea garantizar el derecho a la salud y a una alimentación adecuada, dar información nutricional comprensible de los alimentos envasados, advertir a los consumidores sobre los excesos de azúcares, grasas totales, saturadas y sodio y reducir las ECNT. Entre otros puntos, la Ley Argentina propone que los envases de los alimentos brinden información nutricional clara y adviertan a los consumidores cuando contengan niveles excesivos de nutrientes críticos, como azúcares, grasas totales, grasas saturadas y sodio. Para ello, establece la obligación de colocar sellos negros de advertencia en la parte frontal de los envases de alimentos y bebidas no alcohólicas que superen los límites establecidos.

Los límites se basan en el perfil de nutrientes de la OPS y la Organización Mundial de la Salud del año 2019, definidos como aquellos cuya excesiva presencia en la alimentación aumenta el riesgo de diversas enfermedades. Además, dicha Ley prevé la inclusión de leyendas de advertencia sobre el contenido de edulcorantes y cafeína con el objetivo de desalentar su consumo por parte de niños.

La Ley también establece una serie de prohibiciones. En colegios de nivel inicial, primario y secundario prohíbe vender alimentos que contengan al menos un sello o una leyenda precautoria. También prohíbe incluir personajes infantiles y celebridades en productos infantiles que contengan uno o más sellos. Los alimentos que contengan algún sello tampoco pueden incorporar información nutricional complementaria ni de logos o frases con el aval de sociedades científicas o asociaciones civiles. El objetivo final de estas medidas es reducir la prevalencia de ECNT.

Dada la reciente reglamentación de la Ley N° 27.642, a partir de agosto de 2022 comenzaron a aparecer los primeros alimentos con sellos negros octagonales en las góndolas de los comercios y el 20 de febrero de 2023 finalizó la prórroga otorgada por el Gobierno a algunas empresas para implementar la medida.

En países con mayor trayectoria en la aplicación de este tipo de políticas, como Chile y México, los resultados han sido positivos. En Chile, a pocos años de implementada la Ley de Alimentos de 2016, el 98,7% de los encuestados reconoció los sellos de advertencia en los envases y el 91,3% declaró haber reducido la compra de alimentos con sellos tras la vigencia de la norma (Alaniz-Salinas, 2020). Por su parte, en México, a un año de introducido el nuevo etiquetado frontal en 2020, el 89,4% de los adultos reportó haber visto los sellos y el 66,7% los leía regularmente, lo que representa una mejora respecto al sistema de etiquetado anterior. Asimismo, el 74% de los encuestados calificó el nuevo etiquetado como una medida «buena o muy buena» para identificar productos no saludables (González Cicero, 2023).

En Argentina, la aplicación de esta normativa es reciente y aún existen pocas investigaciones que evalúen su impacto real en el comportamiento del consumidor. Un estudio de opinión pública realizado recientemente por el Ministerio de Salud de la Nación, entre agosto y septiembre del 2023 a 1.304 personas, encontró que un 53,7% de los encuestados afirmaron conocer la Ley. Este porcentaje aumentó al 90,3% cuando se les mostraron los sellos de advertencia en los productos. A su vez, un 29,9% de los hogares refirieron haberse visto desalentados en el consumo de ciertos alimentos por la existencia del etiquetado frontal.

En otro estudio realizado por Britos *et al.* (2023), un 39% de las personas a cargo de niños, niñas y adolescentes residentes del Área Metropolitana de Buenos Aires indicaron que siempre leen el etiquetado frontal de los alimentos, siendo las mujeres quienes tienden a darle más importancia. Por su parte, Malzoni y Secchi (2024), en un estudio publicado en la Revista de la Sociedad Argentina de Nutrición, informaron que el 98,5 % de los participantes conocía el etiquetado frontal y el 85,7 % lo consideraba importante; sin embargo, solo el 44,3 % afirmó haber dejado de comprar productos con sellos de advertencia. Estos hallazgos reflejan una discrepancia entre el conocimiento y la modificación efectiva de las decisiones de compra.

Siendo una política pública de reciente implementación y de la cual aún existen pocas investigaciones a nivel nacional, el presente estudio pretende analizar el nivel de conocimiento del nuevo etiquetado frontal de alimentos y cuál es su impacto en la selección de alimentos desde la perspectiva del consumidor.

Materiales y Métodos

Estudio de enfoque cuantitativo, observacional, descriptivo y transversal. La población objetivo de estudio fueron personas mayores de 15 años que residen Argentina. El muestreo fue por voluntarios y se recopilaron 803 respuestas entre mayo y agosto del 2024.

El instrumento de recolección de datos estuvo basado en el utilizado por Agud *et al.* (2017) para evaluar el impacto del etiquetado nutricional en el comportamiento de los consumidores de la IV Región de Chile. La encuesta se llevó a cabo mediante un cuestionario autoadministrado, distribuido a través de un formulario en línea. Las preguntas estuvieron dirigidas a evaluar variables sociodemográficas como género, edad, nivel de estudios, lugar de residencia, patrón alimentario, nivel de actividad física, hijos e ingresos familiares; nivel de conocimiento de la Ley, de los sellos negros de advertencia y las leyendas precautorias; la importancia que le dan los consumidores a cada sello y leyenda; la actitud de los consumidores hacia el etiquetado frontal y la influencia del etiquetado nutricional frontal en la decisión de compra de alimentos utilizando una escala de Likert del 1 al 5, siendo 1 no es importante y 5 muy importante.

Los datos del estudio fueron analizados utilizando el software Jamovi 2.3.28. Para la presentación de los resultados se utilizó estadística descriptiva (tablas, figuras, medidas de frecuencia absoluta, relativa y promedios) y se realizaron pruebas de contraste ANOVA para determinar la relación existente entre nivel de conocimiento, la influencia de los sellos y las diversas variables sociodemográficas, considerando un nivel de significancia $p < 0,05$.

Resultados

Se recopilaron 803 encuestas entre mayo y agosto del 2024. El 81,1% de los encuestados residía en el Área Metropolitana de Buenos Aires y un 76,3% eran mujeres. En la Tabla 1 se presentan los resultados de las variables sociodemográficas.

Tabla 1. Variables sociodemográficas (n = 803)

Variable	n	%
Edad	Entre 15 y 19 años	68 8,5
	Entre 20 y 29 años	292 36,4
	Entre 30 y 39 años	140 17,4
	Entre 40 y 65 años	293 36,5
	Más de 65 años	10 1,2
Género	Femenino	613 76,3
	Masculino	189 23,5
	No responde	1 0,2
Lugar de residencia	Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA)	304 37,9
	Gran Buenos Aires (GBA)	374 43,2
	Otra zona dentro de Buenos Aires	102 12,7
	Región Centro	25 3,1
	Región NOA	6 0,7
	Región NEA	9 1,1
	Región Cuyo	6 0,7
	Región Patagonia	4 0,5
Ocupación	Estudia	164 20,4
	Trabaja	377 46,9
	Ambas	230 28,6
	Ninguna	32 4
Nivel educativo	Primario	7 0,9
	Secundario	115 14,3
	Universitario en curso	333 41,5
	Universitario graduado	243 30,3
	Universitario de posgrado	105 13,1
Hijos	Sí	330 41,1
	No	473 58,9
Nivel de ingresos familiar mensual	\$ 0 a \$ 774.000	129 16,1
	\$ 774.000 a \$ 1.499.000	235 29,3
	Mayor a \$ 1.500.000	238 29,6
	No responde	201 25

En la Tabla 2 se resumen los resultados de las preguntas iniciales destinadas a conocer aspectos relacionados con la alimentación, actividad física y compra de alimentos. El 75,2% de los encuestados respondieron que no seguían un plan de alimentación en particular. El 44% indicó que eran los responsables de las compras en su hogar, mientras que un 39,9% refirió que compartían las compras con otro integrante. Respecto al lugar de las compras de alimentos, un 59,8% respondió que las realizaba en hipermercados, supermercados o tiendas mayoristas.

Tabla 2. Preguntas 9 a 11 sobre alimentación, actividad física y compra de alimentos (n = 803)

Pregunta		n	%
¿Actualmente seguís alguna dieta o plan de alimentación en particular?	Sí	199	24,8
	No	604	75,2
¿Con qué frecuencia realizás al menos 30 minutos de actividad física aeróbica o de fortalecimiento muscular?	6 a 7 días por semana	71	8,8
	3 a 5 días por semana	304	37,9
	1 a 2 días por semana	238	29,6
	Ningún día de la semana	190	23,7
¿Quién realiza las compras en tu casa?	Principalmente yo	353	44
	Otro integrante	130	16,2
	Es una tarea compartida	320	39,9
¿Dónde realizás mayormente las compras de alimentos para tu hogar?	Hipermercados, supermercados o tiendas mayoristas	480	59,8
¿Dónde realizás mayormente las compras de alimentos para tu hogar?	Almacén o locales de cercanía (carnicería, panadería, etc.)	274	34,1
	Tiendas online	20	2,5
	Ferias, cooperativas o clubes de compra	5	0,6
	Otro	24	3

La primera pregunta de la sección sobre la información nutricional de los alimentos se centró en conocer la frecuencia con la que revisaban la tabla de información nutricional antes de la incorporación del etiquetado frontal. Solo el 16,8% (135) indicó leerla siempre, un 45,6% (366) lo hacía ocasionalmente, 17,7% (142) casi nunca y un 19,9% (160) admitió nunca haber consultado esta información.

Al consultar acerca de la Ley de Promoción de la Alimentación Saludable, solamente un 32,6% (262) respondió que considera conocer la Ley. En tanto, el 38,4% (308) expresó tener dudas respecto a su contenido y el 29% manifestó desconocerla.

Excluyendo a las 233 personas que respondieron desconocer la Ley, prácticamente todos (98,4%) mencionaron reconocer los sellos negros de advertencia de exceso. Sin embargo, al profundizar en otros aspectos de la Ley, se observó un aumento en el nivel de desconocimiento (Tabla 3). Los valores máximos que deben cumplir los alimentos para estar exentos de sellos y la prohibición de vender alimentos con al menos un sello en establecimientos educativos fueron los dos aspectos menos conocidos por los encuestados.

Tabla 3. Nivel de conocimiento de la Ley N° 27.642 (n = 570)

Aspectos de la Ley	Conoce	No conoce
Sellos negros de advertencia (octógonos) de exceso.	98,4%	1,6%
Valores máximos que deben cumplir los alimentos para estar exentos de sellos negros.	30,9%	69,1%
Prohibición de vender en establecimientos educativos de nivel inicial, primario y secundario alimentos que contengan al menos 1 sello o leyendas.	54,0%	46,0%
Prohibición de incluir personajes infantiles y celebridades en alimentos para niños que contengan al menos 1 sello de advertencia.	77,2%	22,8%

El nivel de conocimiento fue significativamente mayor en personas que realizaban actividad física siendo $F(2,519)= 3,19$; $p<0,05$ y en aquellos que refirieron seguir un plan de alimentación específico siendo $F(2,518)= 4,71$; $p<0,05$. También se encontraron diferencias significativas por edad y por nivel educativo, aumentando en ambos casos el conocimiento a medida que aumenta la edad o el nivel de estudios. Al analizar por género, lugar de residencia, y nivel de ingresos del hogar no se observaron diferencias significativas en el conocimiento de la Ley ($p>0,05$).

El sello más reconocido fue el de exceso de azúcares (99,6%), seguido grasas totales (97,7%), sodio (97,4%), grasas saturadas (95,8%) y exceso de calorías (93,5%). En contraste, las leyendas precautorias de «contiene edulcorantes» y «contiene cafeína» fueron las menos conocidas, con 79,8% y 70% respectivamente.

Un 51,8% de los encuestados contestaron que no cambiaron sus hábitos de consumo a partir de la implementación de la nueva Ley. En otras palabras, 1 de cada 2 personas no modificaron sus hábitos alimentarios a pesar de la inclusión de sellos que advierten excesos. Las personas entre 20 y 29 años y aquellos que no llevaban a cabo una dieta o plan de alimentación específico fueron quienes respondieron con mayor frecuencia no haber modificado sus hábitos.

Al preguntar sobre la actitud que tomarían si detectan que un alimento envasado contiene sellos negros de exceso, un 25,3% contestó que lo compraría igual a pesar de los sellos y el 47% contestó que lo seguiría comprando, aunque reduciría la frecuencia o cantidad que consume (Figura 1). En cuanto a quienes optarían por reemplazarlo, el 18,4% señaló que buscaría una marca con menos sellos, mientras que un 9,3% directamente lo reemplazaría por otro producto.

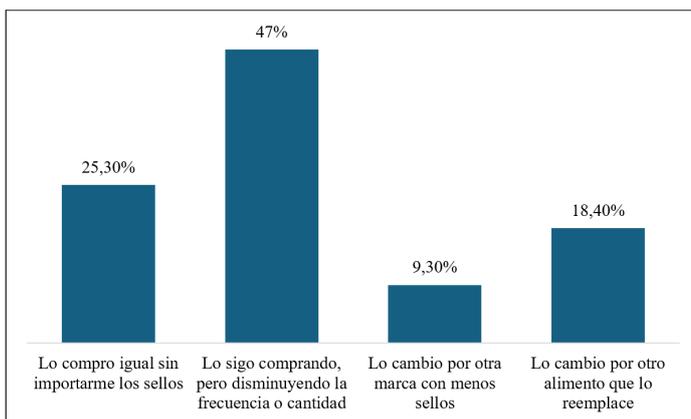


Figura 1. ¿Qué actitud tomás si detectás que un alimento contiene algún sello negro? (n = 570)

Para conocer los motivos que llevan a las personas a comprar un alimento, se les solicitó a los participantes que valoraran siete aspectos determinantes de la elección mediante una escala de Likert, donde 1 representaba «no es importante» y 5 «muy importante». El etiquetado frontal quedó en antepenúltima posición entre los aspectos evaluados con un puntaje promedio de 3,17 (Tabla 4). El aspecto más valorado por los consumidores fue la fecha de vencimiento ($M=4,28$), seguido del precio, ofertas y promociones ($M=3,80$).

Tabla 4. Determinantes de la elección de alimentos, en orden de importancia (n = 570)

Aspectos determinantes	Media	Desvío estándar
1° - Fecha de vencimiento	4,28	1,05
2° - Precio, ofertas y promociones	3,80	0,97
3° - Tamaño (gramaje)	3,35	1,05
4° - Calidad del producto o su origen (orgánico, vegano, etc.)	3,34	1,23
5° - Etiquetado frontal y composición nutricional	3,17	1,19
6° - Marca o fabricante	3,13	1,11
7° - Presentación del envase	2,70	1,12

Para ponderar cada sello y leyenda precautoria a la hora de elegir un alimento se utilizó una escala del 1 al 5, donde 1 representaba «no es importante» y 5 «muy importante». Los sellos valorados como más importantes fueron «exceso de azúcares» y «exceso de grasas saturadas» (Tabla 5).

Tabla 5. Valoración de cada sello y leyenda precautoria, en orden de importancia (n = 570)

Sello / Leyenda de advertencia	Media	Desvío estándar
1° - Azúcares	3,28	1,26
2° - Grasas saturadas	3,33	1,25
3° - Grasas totales	3,16	1,18
4° - Sodio	3,10	1,21
5° - Calorías	2,98	1,21
6° - Edulcorantes	2,71	1,21
7° - Cafeína	2,52	1,18

En contraste, las advertencias sobre el contenido de cafeína y edulcorantes resultaron ser las menos importantes, excepto en aquellas personas con hijos que mostraron mayor preocupación por el contenido de edulcorantes $F(1,423)= 21,5$; $p<0,01$ y cafeína $F(1,411)= 27,1$; $p<0,001$ en comparación con las personas sin hijos.

Por último, al consultar sobre el medio de información, un 41,6% refirió haber accedido a información sobre la nueva ley a través de redes sociales y sitios web, un 25,8% en su trabajo o lugar de estudio y 12,6% a través de revistas, diarios, publicaciones científicas y/o profesionales de la salud. Un 11,6% indicó que accedió a información a través de la televisión y un 8,4% refirió no haber accedido a ningún tipo de información al respecto.

En una escala del 1 al 5, siendo 1 «insuficiente» y 5 «muy suficiente», el 25,6% de las personas indicaron que consideran que las campañas de educación para comprender la nueva Ley fueron insuficientes. En el otro extremo, solo un 11,1% las consideró muy suficientes (Figura 2).

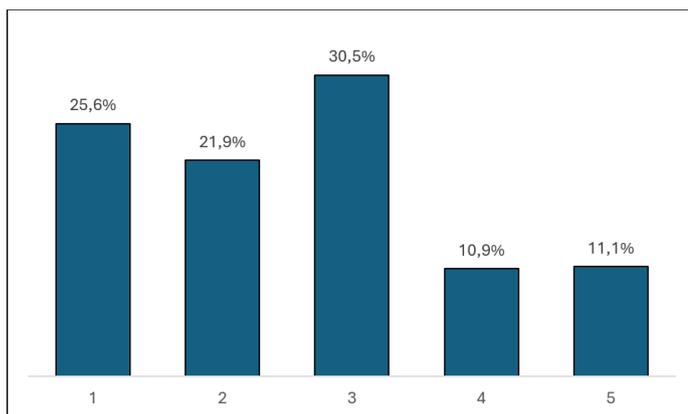


Figura 2. ¿Cómo considerarás a las campañas de educación para comprender la nueva Ley? En una escala del 1 al 5, siendo 1 «insuficiente» y 5 «muy suficiente» (n = 570)

Discusión

Estudios previos realizados en países de la región con mayor trayectoria en la implementación de sistemas de etiquetado frontal, como Chile (Taille *et al.*, 2020) y México (INSP, 2021), han documentado que el etiquetado frontal ya es considerado una herramienta clave en la lucha contra la epidemia de ECNT y la promoción de una alimentación más saludable. Sin embargo, el presente estudio demostró que la mayoría de los consumidores de Argentina aún se centra en aspectos no relacionados con la información del etiquetado frontal al realizar la compra de alimentos.

En las góndolas de los supermercados cada vez es más común encontrar alimentos y bebidas con octógonos negros en sus envases. A pesar de este avance, un 29% de los encuestados manifestaron desconocer la Ley y un 38,4% expresó dudas sobre su contenido, por lo que aún queda mucho trabajo por realizar para dar a conocer todos los aspectos de la Ley y asegurar su cumplimiento. Estos resultados difieren de los reportados por el Ministerio de Salud de la Nación, que, en un estudio realizado en 2023, encontró que el 53,7% de los encuestados afirmó conocer la Ley.

En Argentina, los hallazgos del presente estudio coinciden parcialmente con investigaciones recientes. Britos *et al.* (2023) identificaron que el 39% de los responsables de niños y adolescentes leía siempre los sellos, especialmente las mujeres, aunque en este trabajo no se observaron diferencias significativas según género. Por su parte, Malzoni y Secchi (2024) hallaron altos niveles de conocimiento (98,5%) y valoración (85,7%), pero con un bajo impacto efectivo en la conducta.

Estos resultados esbozan la existencia de un patrón regional en el cual el etiquetado es ampliamente reconocido, pero su utilización efectiva está atravesada por múltiples factores. La ley es fundamental para promover hábitos alimentarios saludables y reducir enfermedades crónicas. Desde el lado gubernamental, es necesario seguir las recomendaciones de la Organización Panamericana de la Salud, siendo fundamental implementar instrumentos normativos y de control de la correcta implementación, así como mecanismos de monitoreo y evaluación de cada etapa que den cuenta de los resultados que se obtengan.

Conclusiones

Los resultados muestran que, si bien existe un alto reconocimiento visual de los sellos, el conocimiento sobre los alcances de la Ley 27.642 presenta limitaciones. Además, el etiquetado frontal no se encuentra entre los principales determinantes de compra y una parte considerable de los encuestados no ha modificado sus hábitos alimentarios tras su implementación.

Por otra parte, gran parte de los participantes consideró insuficientes las campañas de educación y concientización, lo que podría estar dificultando la apropiación del etiquetado como una herramienta útil para orientar elecciones más saludables. A ello se suman los recientes cambios regulatorios introducidos por el Gobierno Argentino, que plantean nuevos desafíos y deberán ser considerados en futuras investigaciones para evaluar la percepción y el uso del sistema de etiquetado.

Referencias Bibliográficas

- Aguad, Y., Araya, N., Elías, J., Hidalgo-Alcázar, C., & Leger, P. (2020).** Impacto del etiquetado nutricional en el comportamiento de los consumidores de la IV Región, Chile. *Revista De Investigación Aplicada En Ciencias Empresariales*, 9(1), 7-26. <https://doi.org/10.22370/riace.2020.9.1.2596>
- Alaniz-Salinas, N., & Castillo-Montes, M. (2020).** Evaluación del etiquetado frontal de advertencia de la Ley de Alimentos en adultos responsables de escolares de las comunas de La Serena y Coquimbo. *Revista Chilena de Nutrición*, 47(5), 738-749. https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0717-75182020000500738
- Britos S., Bugallo O., Pinto M., & Seré A. (2023).** Etiquetado Frontal y decisión de compra de alimentos con exceso de nutrientes críticos en hogares con niños, niñas y adolescentes en el Área Metropolitana de Buenos Aires. Licenciatura en Nutrición, Universidad Católica de Argentina (UCA). Recuperado de: <https://wadmin.uca.edu.ar/public/ckeditor/Comunicacion%20Institucional/PDF/ Etiquetado%20frontal%20-%20COMPLETO.pdf>
- Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF). (2021).** Experiencias sobre diseño e implementación del etiquetado nutricional de advertencia en América Latina y el Caribe. UNICEF México. Recuperado de: <https://www.unicef.org/lac/media/29601/file/Experiencias-regionales-etiquetado.pdf>
- González Cicero, E. G., & Briceño González, G. (2023).** Influencia del etiquetado de advertencia en las compras de productos comestibles empacados. *Revista Legislativa de Estudios Sociales y de Opinión Pública*, 16(34), 95-129. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9200911>
- Graciano, A. (2019).** Etiquetado frontal de alimentos envasados. Descripción del proceso de construcción de la posición institucional de la Federación Argentina de Graduados en Nutrición frente a un tema controversial. *Rev Esp Nutr Hum Diet.*, 23(Supl. 1), 40 - 41
- Instituto Nacional de Salud Pública de México (2021).** Encuesta Nacional de Salud y Nutrición (ENSANUT). Recuperado de: <https://ensanut.insp.mx/encuestas/ensanutcontinua2021/>
- Ministerio de Justicia y Derechos Humanos. (2021).** Ley 27.642 Promoción de la alimentación saludable. Recuperado de: <https://www.argentina.gob.ar/justicia/derechofacil/leysimple/salud/ley-de-etiquetado-frontal>
- Ministerio de Salud Argentina. Dirección Nacional de Abordaje Integral de Enfermedades No Transmisibles. (2023).** Estudio de opinión pública sobre la implementación de la ley 27.642 de promoción de la alimentación saludable. Recuperado de: <https://www.fagran.org.ar/documentos/seccion/otros/2023/12/informe-de-resultados-estudio-de-opinion-publica-sobre-la-implementacion-de-la-ley-27-642-de-promocion-de-la-alimentacion-saludable/>
- Ministerio de Salud de Chile. (2017).** Informe de Evaluación de la Implementación de la Ley sobre Composición Nutricional de los Alimentos y su Publicidad. Recuperado de: <https://www.minsal.cl/wp-content/uploads/2017/05/Informe-Implementaci%C3%B3n-Ley-20606-junio-2017-PDF.pdf>
- Ministerio de Salud y Desarrollo Social. (2019).** 2° Encuesta Nacional de Nutrición y Salud (ENNyS) - Resumen ejecutivo. Recuperado de: <https://bancos.salud.gob.ar/recurso/2deg-encuesta-nacional-de-nutricion-ysalud-resumen-ejecutivo>
- Organización Panamericana de la Salud. (2020).** El etiquetado nutricional en el frente de los envases ayuda a los consumidores a elegir alimentos más saludables: nuevo estudio OPS. Recuperado de: <https://www.paho.org/es/noticias/9-12-2020-etiquetado-nutricional-frente-envases-ayuda-consumidores-elegir-alimentos-mas>
- Organización Panamericana de la Salud, Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) & Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia. (2022).** Etiquetado nutricional en la parte frontal del envase en América Latina y el Caribe: Nota orientadora. Santiago de Chile: Organización Panamericana de la Salud. Recuperado de: <https://iris.paho.org/handle/10665.2/56520>
- Organización Panamericana de la Salud (2023).** Argentina avanza en la implementación del etiquetado frontal de alimentos procesados. Recuperado de: <https://www.paho.org/es/noticias/23-2-2023-argentina-avanza-implementacion-etiquetado-frontal-alimentos-procesados#:~:text=A%20partir%20de%20agosto%20de,empresas%20para%20implementar%20la%20medida>
- Taillie L.S., Reyes M., Colchero M.A., Popkin B. & Corvalán, C. (2020).** An evaluation of Chile's Law of Food Labeling and Advertising on sugar-sweetened beverage purchases from 2015 to 2017: A before-and-after study. *PLoS Med.*;17(2). <https://doi.org/10.1371/journal.pmed.1003015>