

**Publicidad engañosa en alimentos; trastornos en la salud de los adolescentes del Institución  
Educativa Municipal Mana blanca Facatativá**

Pie de autor: Angy Jazmín Santiago Guzmán, Universidad La Gran Colombia.<sup>1</sup>

Pie de autor: Jhon Alexander González Gómez, Universidad La Gran Colombia<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Estudiante de Especialización en Gerencia y Mercadeo

<sup>2</sup> Estudiante de Especialización en Gerencia y Mercadeo

### **Resumen**

El objetivo de este artículo es analizar el o los efectos que genera en la salud debido al consumo de alimentos ultra procesados que contengan publicidad engañosa de los adolescentes de 14 a 18 años de grado décimo del Colegio Integrado del Institución Educativa Municipal Manablanca. La investigación cuenta con un aspecto metodológico enfocado hacia el paradigma positivista, utilizando un método inductivo y una temporalidad transversal, alineado a una investigación exploratoria-descriptiva donde se presenta un diseño mixto, tanto cualitativo y cuantitativo, donde se busca describir características de los empaques de alimentos ultra procesados como ingredientes, peso e imagen y así cuantificar cuántos productos de los elegidos por los estudiantes contienen publicidad engañosa y cuáles son las posibles afectaciones a la salud con el consumo masivo.

Continuando con el enfoque de la especialización en curso sobre Gerencia y Mercadeo, este último es el rumbo que tiene el artículo donde se busca evidenciar como las empresas y sus áreas de mercadeo a través de la publicidad tratan de vender productos alimenticios con poca o engañosa información con respecto a su contenido y en la mayoría de los casos sin pensar en las repercusiones a corto o largo plazo que algunos alimentos ultra procesados puedan traer en la salud de los consumidores.

Por lo anterior, se aplican una serie de instrumentos donde se pretende comprobar si existe correlación en el consumo de alimentos con publicidad engañosa en los efectos sobre la salud, donde finalmente se hacen las debidas recomendaciones, para que tanto desde los hogares como en la Institución educativa Manablanca se puedan mitigar las posibles alteraciones en la salud de los adolescentes por el consumo de este tipo de alimentos.

**Palabras clave:** Salud, alimentos ultra procesados, publicidad engañosa, adolescente, consumo.

**Abstract**

The objective of this article is to analyze the effect (s) that it generates on health due to the consumption of ultra-processed foods that contain misleading advertising of adolescents between 14 and 18 years of tenth grade of the Integrated School of the Manablanca Municipal Educational Institution. The research has a methodological aspect focused on the positivist paradigm, using an inductive method and a transverse temporality, aligned to an exploratory-descriptive research where a mixed design is presented, both qualitative and quantitative, where it seeks to describe characteristics of the packaging of ultra-processed foods such as ingredients, weight and image and thus quantify how many products of those chosen by the students contain misleading advertising and what are the possible health effects with mass consumption.

Continuing with the focus of the ongoing specialization on Management and Marketing, the latter is the direction that the article has where it seeks to show how companies and their marketing areas through advertising try to sell food products with little or misleading information with regard to its content and in most cases without thinking about the short or long-term repercussions that some ultra-processed foods can have on the health of consumers.

Therefore, a series of instruments are applied where it is intended to check if there is a correlation in the consumption of food with misleading advertising in the effects on health, where the proper recommendations are finally made, so that both from the homes and in the educational institution Manablanca can mitigate the possible alterations in the health of adolescents by the consumption of this type of food.

**Keywords:** Health, ultra-processed foods, misleading advertising, adolescent, consumption.

**Publicidad engañosa en alimentos; trastornos en la salud de los adolescentes del  
Instituto Educativo Municipal Mana blanca Facatativá**

***Introducción:***

En Colombia se evidencia el escaso desarrollo en protección al consumidor, quien es vulnerable a casos de publicidad engañosa, en comparación con países Europeos y Estados Unidos, en ambos los derechos del consumidor es un tema de gran importancia y aun de amplio desarrollo legislativo y sancionatorio, la falta de éstas en nuestro país generan al consumidor un impacto negativo en la salud en especial a la población adolescente de 14 a 18 años que representa la mayor cantidad población en Colombia, se concentra en el 26,1% (DANE, 2019).

Los jóvenes de 14 a 18 años cuya población es objeto para este artículo, en el futuro son quienes reflejan y padecen alteraciones en la salud a causa de ser las principales víctimas de publicidad engañosa en los alimentos consumidos a diario además de ser los más vulnerables debido a que son los potenciales consumidores de productos ultra procesados que contienen altas cantidades de azúcar, asimismo afectando de manera directa a la economía y al sistema de salud, ya que en el país va en aumento la cantidad de personas que padecen de diabetes a causa que el 70% de los productos del supermercado contienen estas altas cantidades por lo cual se denomina como el “veneno del siglo XXI”, además el 70% de los productos ofrecidos son ultra procesados catalogados como dañinos para la salud humana, solo el 20% de alimentos son frescos y naturales (Claro, 2018 pág.11).

La adolescencia es una etapa en la cual se manifiestan transiciones con más frecuencia que otras a través de la vida, como los hábitos alimenticios que ejercen un papel fundamental sobre la salud, desarrollo y crecimiento de los individuos, principalmente en las fases donde hay mayor demanda nutricional estudios recientes sugieren que la ingesta de alimentos durante las

etapas de infancia y adolescencia pueden predecir la ocurrencia de enfermedades crónicas no contagiosas en la edad adulta (OMS, 2003).

En Colombia este fenómeno ha crecido progresivamente con el aumento en la fabricación de bebidas y alimentos ultra-procesados que se introducen al mercado colombiano y aún mayor por la ratificación de diversos tratados de libre comercio, como en el artículo: ¿influyen en el peso de los colombianos? Donde se describe como la forma de un nuevo tratado de libre comercio en 2015 ha aumentado el ingreso de alimentos ultra procesados al país Bejarano et al. (2015).

La industria de productos ultra procesados se ha visto revolucionada e impulsada por ser cada vez más competitiva ya sea por factores monetarios, sociales y culturales que condicionan una perturbación en el consumo, ritmo y la manera de vida en la sociedad (Pardo, 2021 parr. 2), lo que lleva a las empresas juntos con las áreas de mercadeo a vender sin medir las consecuencias que pueda generar sus productos en la salud de los consumidores, sobrepasando esa delgada línea de lo justo y lo correcto.

Debido a esta problemática evidenciada es esta investigación se realiza la siguiente pregunta, ¿Qué efecto genera en los adolescentes de 14 a 18 años del Instituto Educativo municipal Mana blanca de Facatativá el consumo de alimentos ultra-procesados con publicidad engañosa?, realizando un trabajo de campo para el análisis de la publicidad en los empaques de alimentos ultra procesados consumidos por los adolescentes.

Para dar respuesta a esta incógnita primero y según la Superintendencia de Industria y Comercio (2021), la publicidad engañosa es denominada como todo aquello cuyo mensaje no concierna a la realidad o es escaso, de modo que promueva o logre incitar a un error engaño o

desconcierto, solo en Colombia entre enero de 2018 y abril de 2020 se pusieron un total de 3.801 denuncias por presunta publicidad engañosa y 1.000 demandas (Rojas, 2020 pág. 2).

Relacionado con la publicidad engañosa, se acrecienta un fenómeno en las últimas décadas debido al uso de las redes sociales, donde según Claro (2018) el 68% de la población las utiliza y además replica información de diferentes temas, no obstante se encuentra al país sumergido en un alto número de casos de publicidad engañosa, además de carencia en el control por parte de las entidades regulatorias y con leyes flexibles que favorecen a monopolios y oligopolios, que dan accesibilidad para estar vigentes en el mercado. En un periodo de 5 años más de 400 empresas colombianas fueron sancionadas, sin embargo, sigue siendo una práctica usual (Asuntos legales, 2020 pág. 3).

Teniendo en cuenta la problemática, es necesario poner en evidencia dicha práctica en la alimentación de las personas analizando el tipo de publicidad presente en los empaques de los alimentos que se consumen habitualmente y si en realidad sus ingredientes son los que aparecen en su imagen, esta publicidad que conlleva a la compra de productos, sin tener en cuenta los efectos sobre la salud o peor aún el desarrollo de enfermedades crónicas y repercusiones directas en ámbitos económicos y culturales de una familia o incluso de toda una sociedad.

Un ejemplo de ello son el caso de los jugos vendidos al público que dicen ser 100% naturales, peor en su contenido realmente tiene altos índices de azúcar y saborizantes artificiales, donde la realidad sólo cuentan con una porción de vitaminas y nutrientes de fruta, además en sus empaques asumen la imagen de una fruta fresca, lo que se asocia en las personas como productos saludables por el consumo de fruta natural (Superindustria, 2020, párr. 2)

Teniendo en cuenta lo anterior se puede generar el siguiente cuestionamiento: ¿existe publicidad engañosa en el empaque de los alimentos ultra procesados, consumidos por los

adolescentes del grado décimo jornada mañana del Institución Educativa Municipal Manablanca de Facatativá?, para el seguimiento de esta incógnita, se genera el siguiente objetivo general: el cual es analizar la publicidad engañosa que existe en los alimentos ultra procesados, que consumen los adolescentes del grado décimo de la jornada mañana de la Institución Educativa Municipal Manablanca de Facatativá, conforme a ello se plantea, primero comparar la información de los alimentos ultra procesados consumidos por adolescentes del colegio Institución Educativa Municipal Manablanca esté acorde con el empaque, segundo conocer los alimentos ultra procesados con publicidad engañosa en su empaque, más consumidos por los adolescentes del Colegio Institución educativa municipal Manablanca y por ultimo describir las consecuencias con el consumo masivo del alimento ultra procesado con publicidad, preferido por los adolescentes del Colegio Institución Educativa Municipal Manablanca.

Para poder desarrollar las hipótesis propuesta es necesario, comparar si el contenido de diez (10) productos elegidos coincide con la información de su empaque, para luego de ello aplicar encuestas conociendo la percepción de los estudiantes adolescentes, donde luego de consolidada esta información y según los resultados arrojados, describir las características de los componentes, o si realmente contiene este alimento publicidad engañosa, así como su modo de empleo y los efectos que esto genera sobre la salud con el consumo masivo o en un largo plazo.

Es necesario realizar un trabajo de campo con productos alimenticios consumidos a diario, para evaluar si existe o no en sus empaques contenido de publicidad engañosa, lo cual es conveniente informar desde las afectaciones que esto puede traer a la salud de las personas y contribuyendo de esta manera la importancia de saber elegir el alimento adecuado y no caer en el error común de comprar un producto solo por su imagen publicitaria, sino que también verificando los ingredientes en su contenido.



No solo es el engaño al consumidor, por otro lado, existe el punto de vista empresarial, ya que la publicidad es una importante y eficiente herramienta para dar a conocer la marca, sus principios, productos y/o servicios para competir en el mercado, por el contrario, cuando se infringe en publicidad engañosa la marca es la más afectada, debido inclusive por un punto mencionado anteriormente en cuanto a la divulgación por redes sociales, en donde queda en la mente del consumidor está imagen, dañando así la reputación de la compañía hasta el punto de generar grandes pérdidas e incluso hasta acabar con esta.

El consumidor sin duda es uno de los grandes afectados, quien genera en un inicio desperdicio de dinero, crea falsas expectativas y quizás una de las más graves es el deterioro a su salud e incluso hasta el padecimiento de enfermedades crónicas por el consumo masivo de alimentos poco saludables o con falsa imagen, son pocos los casos en los que los afectados exigen sus derechos y acuden a entidades protectoras y son pocas las oportunidades en las que se interponen quejas, reclamos, sugerencias o demandas que lleven a retribuir e indemnizar al afectado, caso similar para con las multas y sanciones impuestas a las compañías que provocan en estas malas prácticas como se explica en el libro protección al consumidor en Colombia (Robledo, 2017 pág. 159).

Existen además productos alimenticios de venta comercial que no se tendrán en cuenta, pero cabe mencionarlos, que son aquellos que dicen tener diferentes beneficios a la salud, como la disminución o eliminación de enfermedades o que simplemente al consumirlos pueden modificar el estado de ánimo en una persona, muchas de las anteriores menciones deben ser sometidas a consideración en el presente proyecto evidenciando cómo la publicidad utilizada de diversas formas puede vender lo que sea sin pensar en las consecuencias.

### **Revisión de literatura**

Según Bejarano (2015), es preocupante la forma en la que se alimentan los adolescentes de este nuevo siglo, sus dietas están basadas en alimentos de fácil y rápida preparación, como es los alimentos ultra procesados caracterizados por su elevado contenido de azúcar, grasa saturada y sodio, además que impactan de manera negativa su salud generando sobrepeso y obesidad.

En Colombia el fenómeno por el consumo de alimentos ultra procesados ha crecido progresivamente, estos alimentos son el enfoque principal de la investigación, según Bejarano (2015) describe como la forma de un nuevo tratado de libre comercio en 2015 ha aumentado el ingreso de alimentos ultra procesados al país, el efecto que tiene las políticas de auge económico y poca regulación de los vendedores sobre la salud de las poblaciones y enfermedades crónicas, identificando a los productos procesados como un importante motor de la enfermedad de obesidad en la región de América Latina.

En el artículo nombrado anteriormente se logra evidenciar según la encuesta nacional de situación nutricional en Colombia realizada en 2010, en donde se afirma que el 36,6% de los colombianos entre 5 y 64 años consume diariamente golosinas o dulces, 22,1% gaseosas o refrescos y 15,2% alimentos de paquetes. Bejarano et al. (2015).

Basado en las cifras reveladas por la encuesta Nacional de Situación Nutricional en Colombia, se hace indispensable identificar la etapa de vida, donde se genera el mayor consumo de alimentos ultra procesados y según la revisión literaria que aporta la siguiente información:

Según Osorio y Amaya (2011), los hábitos relacionados con la nutrición de los adolescentes han tenido algunos cambios en las últimas décadas, con un direccionamiento hacia lo no saludable, que radica en el aumento del dispendio de gaseosas, meriendas, comidas rápidas y azúcares, y por una reducción del consumo de frutas, verduras, leche y leguminosas, lo que

deja como derivación alteraciones a la salud relacionadas con la alimentación, las cuales desarrollan perturbaciones como la obesidad, anorexia y la bulimia nerviosa, cuyo suceso ha incrementado como un impacto negativo, estos trastornos se mudan en componentes de riesgo en la aparición de enfermedades crónicas, como las enfermedades cardiovasculares, diabetes, osteoporosis, cáncer y artritis.

Luego de la contextualización con los temas de interés, (alimentos ultra procesados, enfermedades y etapas de vida, otro punto de vista en relación es el sector publicitario, estrategias usadas por la industria para elevar sus ventas, como el empaque del producto es el primer instrumento para seducir al consumidor al momento de la compra) y debido a esta última se hace relevante relacionar con el estudio del fenómeno la siguiente tesis de grado titulada: Análisis en los rotulados sobre productos alimenticios frente a la publicidad engañosa en Puente Piedra - Perú.

Según Gutiérrez (2018), en la sociedad hay diversos productos con etiquetas, rótulos, perfiles que llevan al engaño o al desconcierto del consumidor y como consecuencia alteran la salud del consumidor, así mismo según las indagaciones el 70% de los productos alimenticios que se comercializan en Perú, tienen publicidad engañosa en los rótulos e imágenes en cada producto y son consumidos por jóvenes.

Complementando la idea anterior, el autor brinda el siguiente ejemplo: uno de los productos más consumidos por menores de edad son los productos cereales “Ángel Miel de Allcorp”, que contienen el 40% de azúcar y solo 1% de miel, Sin embargo, la imágenes del empaque dan a pensar al consumidor que tiene el 100% de miel, de igual manera existen productos como la leche, jugos, y entre otros productos alimenticios que llevan rotulados detallados, descripciones gráficas que confunden y mienten al consumidor.

Según Gutiérrez (2018 pág. 12), los resultados que arrojaron las encuestas aplicadas a la población de puente piedra, hallaron las siguientes interpretaciones: el 90% opinan que los rotulados de productos alimenticios inquietan a los consumidores, el 68% de los encuestados consideran que los rotulados con publicidad en los productos alimenticios no son de fácil comprensión, el 18 % considera que si es de fácil entendimiento y el 14% no opina no sabe, por lo tanto, el 68% de encuestados opinan que los rotulados de cada producto no son entendibles y el 85% de consumidores opinan que los rotulados mejorarían con el semáforo nutricional.

El artículo también se basó en un segundo proyecto de grado titulado: la publicidad y los hábitos alimenticios en adolescentes con problemas de obesidad en la ciudad de Ambato, que, aunque tiene un enfoque de publicidad televisiva nos brinda una amplia mirada porcentual acerca de los alimentos ultra procesados más consumidos por adolescentes, según lo señalado por Lascano (2018).

Como lo menciona Lascano (2018), en el proyecto se evidencia cómo la publicidad deriva en las conductas alimenticias de 22 adolescentes, la publicación demuestra que un 70% de las pautas publicitarias que se exponen en televisión están dirigidas a niños, pautas que por lo general están acompañados de algún tipo de animación u ofertas de productos alimenticios. (como se cita en mayo, 2016, p. 21).

En el estudio se observa que los anuncios publicitarios se proyectan cuando transmiten programas infantiles, relacionan un producto con una marca y no en lo que ofrece el producto o el sabor en sí, lo que hacen las empresas es utilizar como estrategia en la elaboración de sus productos los colores, la forma e imagen, haciéndolos más atractivos a la vista del consumidor.

El proyecto obtiene como resultado según lo señalado por Lascano (2018), que la mayoría de niños consumen alimentos chatarra, alimentos altos en azúcar, en el cual el que

mayor se consume son las bebidas gaseosas (Coca Cola) con 94,1%, los alimentos altos en grasa son los Snacks (Doritos) con el 86.1%, y de los alimentos altos en azúcar y grasa es el (Tango) con el 78,8%, además las estadísticas muestran que el horario en que los niños prefieren ver televisión es en el rango de la 1:00 PM a las 3:00 PM en un 51,1%. (p.22), la reflexión más allá que se brinda es a que los padres de familia deben tener conocimiento de la ingesta de alimentos ultra procesados y explicar a los niños y niñas las consecuencias que tiene al dar preferencia a los alimentos altos en azúcar y grasa que se promocionan en la televisión.

Basados en los proyectos anteriormente afines; en cuanto al enfoque de investigación y los problemas desatados debido a malas prácticas publicitarias y alimenticias, es necesario realizar revisión literaria de la normativa que acobija a los consumidores en Colombia; en defensa al consumidor, se crea mediante la Ley 1480 de 2011, el estatuto del consumidor el cual ha sido el principal instrumento de los colombianos descontentos que tengan un verdadera razón frente a la adquisición de bienes y servicios.

Es a partir de entonces que por medio de la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC, 2021), autoridad delegada de velar por los derechos de los consumidores, brinda entendimiento a contenidos, derechos, novedades e impacto que tiene esta ley, ha puesto a disposición de la población los mecanismos precisos a través de los cuales pueden hacer efectiva dicha ley, aplicable tanto a los productos nacionales e importados, con el fin de resguardar y garantizar la confianza y el libre ejercicio de los derechos de los consumidores, conteniendo 12 derechos y 3 deberes que escudan el respeto a su dignidad y a sus intereses financieros, en puntos como la protección del consumidor ,riesgos para la salud y seguridad, el acceso a estos a una información veraz y adecuada, la formación del consumidor, además tener la autonomía de crear asociaciones de consumidores para el beneficio de la sociedad.

La importancia de proteger a los niños, niñas y adolescentes en calidad, de acuerdo con lo establecido en el Código de la Infancia y Adolescencia (Estatuto del Consumidor, ley 1480 de 2001), en Colombia ha llevado a la expansión del mercado y al crecimiento de las empresa con el soporte publicitario la oferta de productos y servicios llega a más personas, con ello también ha aparecido las formas no correctas de ofrecer productos aumentando las ventas a costa de la salud del consumidor, que lleva a las organizaciones a infringir o vulnerar ya un derecho adquirido por él.

Continuando con la ley magno que rige el tema tratado, es necesario centrarse en el título sobre la calidad, idoneidad y seguridad de los productos, donde da responsabilidades puntuales a los productores, los cuales deben asegurar esa idoneidad y seguridad de los bienes y servicio ofrecidos o que se proyecten al mercado y en ningún caso estas podrán ser menores o transgredir lo previsto en reglamentos técnicos y medidas salubres o fitosanitarias, el encargado en este caso de velar por que ello se cumpla será el Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos – INVIMA, de acuerdo a las capacidades dadas en el artículo 245 de la ley 100 de 1993, que ordena el inspección y la vigilancia sobre la calidad y seguridad de los mismos. Si se da una o más inconsistencias entonces se dará lugar a tener primero una responsabilidad solidaria entre el productor y el proveedor por garantía ante los consumidores.

Dentro de la garantía legal como lo expone el artículo séptimo de este estatuto, en donde el prestador tiene la obligación al igual que el productor, por las condiciones establecidas en pautas de carácter obligatorio, un claro ejemplo de la importancia en la dinámica del mercado, que marca en muchas ocasiones el precio, la demanda y el equilibrio si se pudiere dar; es por ello se hace tan importante la inexistencia de monopolios dentro del mismo.

Esta ley también es clara y rige desde la entrega o comercialización de productos con descuento, rebaja o con carácter promocional la cual está sujeta a las normas contenidas, así como los anuncios y pautas, el término para estas garantías legales será dispuesto ya sea por la ley o cuando no estén explícitos por la autoridad competente y comenzará a regir a partir de la entrega del producto al consumidor.

Sin lugar a duda es relevante citar información relacionada con los empaques de los alimentos, en donde la principal entidad encargada en Colombia de la vigilancia y control de medicamentos y alimentos es el Instituto Nacional de Vigilancia de medicamentos y alimentos, (INVIMA, 2005), quien define a una etiqueta como toda inscripción, leyenda o imagen adherida al envase de un alimento, el cual está consignado a informar al consumidor sobre las particularidades del alimento, además tiene normativamente prohibida la inadecuada información o mensaje que induzca al engaño, que a su vez en Colombia se encuentra amparada por el ministerio de protección social, bajo la Resolución 5109 de 2005 por la cual se establece el código técnico sobre los requerimientos de rotulado o etiquetado que deben cumplir los alimentos envasados y materias primas de alimentos para consumo humano, que contiene los que deben cumplir descritos de la siguiente manera;

El producto alimentario no debe contener información de forma falsa, equívoca o engañosa, no debe mostrar palabras, ilustraciones, representaciones o gráficas que hagan mención a propiedades medicinales, preventivas o curativas que consigan dar parte a percepciones falsas sobre la naturaleza, origen y composición o calidad del alimento, no debe contener palabras, ilustraciones o representaciones gráficas que relacione de alguna forma con otro producto para inducir al consumidor o comprador.

Si declaran que su contenido es 100% natural, no debe tener aditivos (excluyendo los jugos y pulpas de frutas únicamente para la adición de ácido ascórbico. (Artículo 11, Resolución 7992 de 1991).

Cuando manejen representaciones gráficas, figuras o ilustraciones que conciban mención a ingredientes naturales que no contiene el mismo y cuyo sabor sea otorgado por un saborizante artificial, en la etiqueta del alimento contiguo al nombre del mismo debe aparecer, el término “sabor artificial”. De igual forma describe la información obligatoria que debe contener el rótulo o etiqueta de cada alimento en la siguiente manera: nombre, lista de ingredientes, contenido neto, nombre, Identificación del lote, fecha de vencimiento, dirección del fabricante o importador, país de origen, duración mínima y condiciones de preservación.



## **Metodología**

Para el desarrollo de la metodología se tiene en cuenta:

### **Enfoque mixto (Cualitativa y Cuantitativa)**

Según (Sampieri, 2011) indica que las investigaciones con enfoque mixto, fundamentan en la combinación de los métodos cuantitativo y cualitativo en un solo estudio, con el fin de lograr una “fotografía “más completa del fenómeno, en las investigaciones de métodos mixtos, la recolección y análisis de la información, se realiza mediante datos cuantitativos y cualitativos para llegar a estadísticas y más allá de las características cuantitativas.

### **Tipo de Investigación descriptiva-exploratoria**

Según (Sampieri, 2011) indica que, los estudios descriptivos miden de manera independientemente los conceptos o variables, aunque pueden componer las mediciones de cada una de dichas variables, para decir cómo es y cómo se exhibe el fenómeno de interés, su objetivo no es indicar cómo se relacionan las variables medidas.

Por lo cual se complementa con los estudios exploratorios, que se efectúan regularmente cuando el objetivo a explorar sea tema o problema de investigación es poco estudiado o que no ha sido abordado antes. Es decir, cuando la revisión de la de la literatura reveló que exclusivamente hay guías no investigadas e ideas remotamente relacionadas con el problema de estudio.

### **Método Deductivo**

Según (Bernal, 2010) está basado en el razonamiento, al igual que el inductivo, sin embargo, su aplicación es totalmente diferente, ya que en este caso la deducción intrínseca del ser humano permite pasar de principios generales a hechos individuales, lo anterior se traduce

sustancialmente en el análisis de los principios generales de un tema específico, una vez probado y verificado que determinado principio es válido, se procede a aplicarlo a contextos particulares.

### **Técnicas, evidencias y métodos de análisis**

Para el desarrollo de los objetivos específicos se tiene en cuenta las siguientes técnicas de recolección de información para el desarrollo de cada objetivo específico, para ello se tiene:

El objetivo específico número uno denominado: Comparar la información de los alimentos ultra procesados consumidos por adolescentes del colegio Institución Educativa Municipal Manablanca esté acorde con el empaque, se realizará una plantilla formato evaluativa para el empaque del alimento ultra procesados con preguntas cerradas.

El objetivo específico número dos denominado: Conocer los alimentos ultra procesados con publicidad engañosa en su empaque más consumidos por los adolescentes del Colegio Institución educativa municipal Manablanca, se aplica una encuesta de 11 preguntas de selección múltiple a los estudiantes adolescentes de dicho colegio.

Por último, el objetivo específico número tres: describir las consecuencias con el consumo masivo de alimentos ultra procesados con publicidad engañosa, preferidos por los adolescentes del Colegio Institución Educativa Municipal Manablanca, se realizará un cuadro descriptivo con los ingredientes del alimento más consumido, que evidencie publicidad engañosa preferidos por los adolescentes de la Institución educativa municipal, compuesto por: nombre alimento, componentes dañinos, uso (colorante) y efecto sobre la salud con el consumo masivo.

Para lo anterior se usará una técnica de análisis de Excel, ya que facilita matrices y gráficos que ayudan a fomentar el análisis de la información obtenida para la investigación.

**Población**

El colegio Institución Educativa Municipal Manablanca está ubicado en la Carrera 2 # 8-68, Facatativá (Cundinamarca), actualmente cuenta con alrededor de 400 estudiantes que asisten de manera presencial en el rango de edad de adolescencia.

**Muestra**

Se tomará como muestra no probabilística un total de 24 estudiantes para la realización de la encuesta de los grados décimo jornada mañana, ya que es el grado donde se encontrarán varios estudiantes en las edades de 14 a 18 años de género masculino y femenino con estrato social entre 1 y 2.

## **Resultados**

En el presente artículo ha realizado el proceso de resultados a través de una lista de chequeo que evaluó siete alimentos ultra procesados, realizó encuestas a veinticuatro estudiantes adolescentes y realizó un cuadro descriptivo, sobre los ingredientes contenidos en el alimento ultra procesado más consumidos, se obtuvo los siguientes resultados encaminados a los objetivos expuestos como títulos.

### **Comparación de información de los alimentos ultra procesados consumidos por adolescentes del Colegio Institución Educativa Municipal Manablanca esté acorde con el empaque.**

Para el cumplimiento del primer objetivo, de forma aleatoria fueron comprados diez alimentos ultra procesados de mayor rotación, ofrecidos en las instalaciones del colegio, en los cuales fue aplicada la plantilla evaluativa y como resultado, siete fueron identificados con publicidad engañosa en el empaque, describiendo cada ítem donde presentó falencia de la siguiente manera:

**Papas fritas sabor a pollo:** ítem número uno: el peso contenido en el empaque es el correcto está de acuerdo a lo publicado (Abierto y cerrado), observación: 34.2 gramos cerrado, 30.2 gramos abierto y 34.5 gramos publicado en su empaque, presentó falencia en cuanto a su peso neto.

Ítem número cuatro el alimento relaciona en su empaque los ingredientes con lo que están elaborado y coincide con la tabla de ingredientes, observación: en su empaque resalta “sabor a pollo auténtico” presenta una imagen provocativa de una presa de pollo asada y en sus ingredientes no contiene pollo.

Ítem número siete: El alimento presenta ilustraciones que hagan alusión a propiedades medicinales, preventivas, curativas o sanas, observación su empaque relaciona la frase “0% grasas trans”, en su tabla de contenido describe grasa saturada 3.9 g y se reitera la frase “Aporta una cantidad insignificante de grasa trans y colesterol”.

Ítem número nueve, el alimento es conferido por un saborizante artificial y así lo especifica en su empaque, observación no especifica el sabor artificial a pollo.

Siguiente alimento ultra procesado

**Choclitos Limón:** ítem número cuatro, el alimento relaciona en su empaque los ingredientes con lo que están elaborado y coincide con la tabla de ingredientes, observación el empaque hace relación con una fruta, el limón y en los ingredientes se evidencia que no contiene limón solo sabor artificial a limón sal, ácido cítrico (regulador de la acidez).

Siguiente alimento ultra procesado

**Yogurt Alquería Forti Kids:** ítem número cuatro, el alimento relaciona en su empaque los ingredientes con lo que están elaborado y coincide con la tabla de ingredientes, observación relaciona la fresa como fruta entera y fresca en su empaque, en sus ingredientes solo es un sabor artificial.

Ítem número siete, el alimento presenta ilustraciones que hagan alusión a propiedades medicinales, preventivas, curativas o sanas, observación contiene ilustración de fruta sanas como la fresas y un superhéroe.

Siguiente alimento ultra procesado

**Trocipollo;** ítem número cuatro, el alimento relaciona en su empaque los ingredientes con lo que están elaborado y coincide con la tabla de ingredientes, observación relaciona en la imagen y en su nombre un pollo, en sus ingredientes no contiene pollo.

Ítem número nueve, el alimento es conferido por un saborizante artificial y así lo especifica en su empaque, observación no especifica el sabor artificial a pollo.

Siguiente alimento ultra procesado

**Jugo Hit tropical;** ítem número cinco, el alimento es considerado 100% natural en su empaque y coincide con los ingredientes, contiene aditivos, observación en su empaque especifica la frase “sin sabores artificiales y conservantes” en sus ingredientes contiene ácido cítrico uno de los principales aditivos y conservantes.

Ítem número nueve, el alimento es conferido por un saborizante artificial y así lo especifica en su empaque, observación no especifica que conferido por sabores artificiales.

Siguiente alimento ultra procesado

**Cheetos Boliqueso;** ítem número cuatro, el alimento relaciona en su empaque los ingredientes con lo que están elaborado y coincide con la tabla de ingredientes, observación relaciona la imagen de un queso fresco en su empaque y sus ingredientes no está elaborado con queso.

Siguiente alimento ultra procesado

**Galletas limoncitos;** ítem número cuatro, el alimento relaciona en su empaque los ingredientes con lo que están elaborado y coincide con la tabla de ingredientes, observación relaciona en su empaque y nombre el limón, en sus ingredientes no contiene limón.

Ítem número nueve, el alimento es conferido por un saborizante artificial y así lo especifica en su empaque, observación no especifica en su empaque que el sabor a limón es artificial.

Para relacionar los anteriores hallazgos y cumplimiento del segundo objetivo específico, se realizaron veinticuatro encuestas anónimas a los estudiantes adolescentes, que hicieron efectivo el consentimiento informado de padres.

**Alimentos ultra procesados con publicidad engañosa en su empaque, más consumidos por lo estudiantes del Colegio Institución educativa municipal Manablanca.**

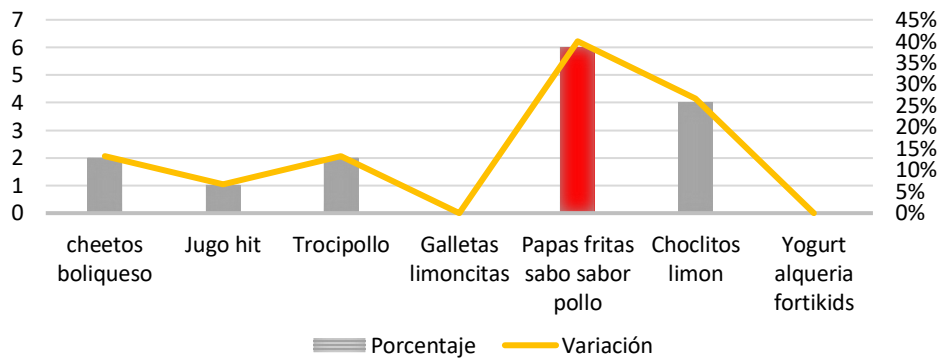
Teniendo en cuenta la encuesta implementada en el colegio ,se puede evidenciar que en los estudiantes de los grados decimos, el género dominante es el masculino con un rango de edad de (16 a 17 años) y un estrato socioeconómico nivel 2, los cuales tienden a ser más propensos a ser afectados por la obesidad, esto ligado a malos hábitos alimenticios, la encuesta revela que el factor con mayor relevancia al consumo es el gusto por la comida rápida y poca experiencia al cocinar, debido a esto encaminan el gusto por ciertos alimentos ultra procesados empaquetados de fácil acceso, como lo son Cheetos Boli queso uno de los más conocidos por los estudiantes y papas fritas sabor a pollo el alimento con mayor frecuencia de consumo por parte de ellos, más de cuatro veces por semana.

Los estudiantes determinan que la razón por la cual compran este alimento es el delicioso sabor, los cuales son conocidos por ellos a través de medios de comunicación, como la televisión puesto que en esta edad, es donde se busca un medio de entretenimiento en casa y donde ellos eligen como lugar de preferencia para consumir alimentos ultra procesados seguido por el colegio, la mayoría no tiene en cuenta las afectaciones que pueden atribuir a su salud el consumo de alimentos ultra procesados, un bajo porcentaje señalan saberlo, los cuales deducen que la mayor afectación será la obesidad.

Se obtuvieron como resultados las siguientes graficas e interpretaciones con mayor relevancia:

**Figura 1**

*Alimento ultra procesado más consumido por los estudiantes adolescentes*

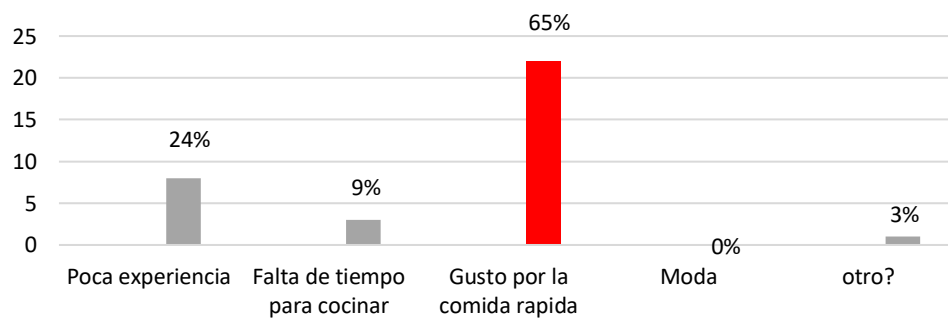


*Nota.* La figura 1 representa, el producto con mayor frecuencia de consumo son papas fritas sabor a pollo en un 40%, choclitos de limón en un 25%, trocipollo en un 15 %, boli queso en un 15%, jugo hit en un 10%, yogurt forti kids 0%.

*Fuente: elaboración propia*

**Figura 2**

*Factores que inducen a los estudiantes adolescentes a comprar alimentos ultra procesados*



*Nota.* La figura 2 representa que el 65% de los estudiantes tienen como factor que inducen al consumo de alimentos ultra procesados, el gusto por la comida rápida, el 24% poca experiencia al cocinar, el 9% falta de tiempo para cocinar, el 3% otro y el 0% moda.

*Fuente: elaboración propia*



**Consecuencias con el consumo masivo de alimentos ultra procesados con publicidad engañosa, preferidos por los adolescentes del Colegio Institución Educativa Municipal Manablanca.**

Para el cumplimiento del último objetivo, basados en los resultados de las encuestas, el alimento ultra procesado con más consumo y una frecuencia de más de cuatro veces por semana por parte de los estudiantes, son las papas fritas sabor a pollo, al cual se le realizará el siguiente cuadro descriptivo:

**Tabla 1**

*Descripción de ingredientes contenidos en papas fritas sabor a pollo*

Cuadro descriptivo		
Nombre alimento: Papas fritas sabor a pollo (super ricas)		
Componente	Modo de empleo	Efecto sobre la salud con el consumo masivo
Glutamato monosódico	Aditivo responsable del sabor umami (sabroso).	Sobrepeso y Obesidad (Arteaga,2012)
Ácido Cítrico	Regulador de acidez y saborizante.	Caries, urticaria e irritación local. (Bautista y Pabón ,2019)
Inosinato y Guanilato	Acentuador de sabores básicos dulce, salado, ácido y amargo.	Problemas de acumulación de ácido úrico, enfermedades renales y artritis gotosa crónica. (Alarcon,2019)

*Nota.* El cuadro representa cada uno de los ingredientes con los que esta elaboradas las papas fritas sabor a pollo, se realizó una revisión de literatura basada en artículos científicos, investigaciones y experimentos, para determinar posibles efectos sobre la salud con el consumo masivo.

Los ingredientes publicados en el empaque de las papas fritas sabor a pollo descritos anteriormente, de los cuales fueron hallados estudios científicos, para realizar la afirmación de las consecuencias con el consumo masivo, sé evidencio que el componente más nocivo para la salud y el que cuenta con más publicaciones y estudios es el Glutamato monosódico, según (Arteaga, 2012) se realizó un estudio con roedores a los cuales se les administró glutamato monosódico con agua en pequeñas dosis durante catorce días y como resultado se obtuvo que el peso de los roedores aumentó en un 20%.

El segundo componente Ácido Cítrico, tiene como característica que es un componente casi natural encontrado en los cítricos por lo cual no es tan nocivo y los pocos estudios encontrados demostraron según (Bautista y Pabón 2019) que la mayor afectación en la salud es la aparición de caries en la dentadura debido a la acidez y desarrollo de alergias como urticaria.

Como tercero se encuentran los ingredientes como el Inosinato y Guanilato de los que también se encuentra muy poca información y estudios, se logró determinar según (Alarcon,2019), que los principales problemas salud son la acumulación de ácido úrico, el cual que desarrolla enfermedades como la gota, artritis y enfermedades renales debido a las altas cantidades de sodio.

### **Conclusiones y recomendaciones**

La fabricación de alimentos ultra procesados se ha visto revolucionada en las últimas décadas, debido a cambios económicos, sociales y culturales, estableciendo un nuevo ritmo de vida, los avances tecnológicos han permitido a la industria del sector alimentario, modernizarse y ser capaz de producir cantidades alarmantes de alimentos para suplir la demanda solicitada, debido a esto, la fabricación de alimentos a partir de sustancias sintéticas, tóxicas y realización de procesos adulterados, sin importar los daños que puedan causar en la salud humana, donde todo es camuflado bajo la publicidad astuta para seducir al consumidor.

En Colombia el fenómeno por el consumo de alimentos ultra procesados ha crecido, debido a la firma de tratados de libre comercio que facilitan el ingreso de este tipo de alimentos, convirtiéndose en un problema que abarca varios ámbitos en una sociedad, como lo es la salud, la educación, la economía, la parte psicosocial y cultural, a los cuales muchos se encuentran cegados ante la industria y la política, además de estar atrapados por un televisor o la información suministrada por las redes sociales que brindan publicidad a conveniencia propia, a esto se le suma la ausencia por parte del consumidor a indagar por su propia cuenta, sobre lo que consume a diario e ingiere a su organismo como alimento.

En la revisión literaria se encontró un sin fin de artículos relacionados con el tema donde llegan al punto de denominar a el azúcar como el veneno del siglo XXI, si bien se analiza quiénes son los mayores consumidores de este tipo de alimentos, llegamos a población estudio de esta investigación, los adolescentes, cifrados como la mayor población en Colombia según el DANE, quienes basan su alimentación en comida rápida o de fácil preparación, debido a muchos factores y circunstancias como lo arrojaron los resultados de las encuestas, como el gusto por este tipo de comida o la poca experiencia al cocinar, algunos los consumen más de cuatro veces a

la semana, creando un consumo masivo y de esta forma desarrollando enfermedades crónicas; como la obesidad y diabetes, hasta el punto de denominarlas pandemias.

Hoy en día es más fácil comprar una gaseosa en la tienda, que preparar un jugo de fruta natural en casa, a esto se le puede sumar que es aún más económico preparar el jugo natural, dentro del análisis se encontró que la mayoría de alimentos ultra procesados usan en su publicidad imágenes que hacen pensar que los alimentos contienen ingredientes de fruta natural, pero al observar los ingredientes de su tabla de contenido, son solo saborizantes artificiales y químicos potencializadores de sabores, un ejemplo de ello es glutamato de monosódico presente en una infinidad de alimentos ultra procesados, con el cual hicieron experimentos en roedores sometidos por catorce días a su consumo de alimentos sólidos adicionando el químico, donde se evidenció que su peso aumentó en un 20%.

Es necesario brindar en los colegios clases y conferencias donde se sensibilice sobre la salud alimentaria, para inicialmente desarrollar en la mente de los jóvenes un estilo de vida saludable, ya que la única solución para terminar con dicho problema es dejar de consumir este tipo de alimentos, mientras tanto seguirán gobernado los oligopolios, políticas convenientes y empresas ambiciosas invirtiendo grandes cantidades de dinero en publicidad engañosa.

### Lista de Referencia o Bibliografía

- Acontecer Digital. (2011,25 de octubre). *Roberto Hernández visito la UNED*. Universidad Estatal a Distancia (UNED). <https://www.uned.ac.cr/acontecer/a-diario/sociedad/1144-roberto-hernandez-sampieri-visito-la-uned>
- Alarcón, E. (2019). *Efecto de la ingesta diaria de una dieta con glutamato monosódico sobre el consumo alimentario y el peso en ratas de experimentación* [Tesis de maestría]. Universidad Nacional Mayor de San Marcos. [https://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12672/11468/Alarcon\\_qe.pdf?sequence=5&isAllowed=y](https://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12672/11468/Alarcon_qe.pdf?sequence=5&isAllowed=y)
- Arteaga, M. (2012). *Efectos de la dieta en glutamato monosódico sobre el peso corporal, la preferencia de sabores y el aprendizaje contextual en ratas* [Tesis de pregrado]. Universidad autónoma de Querétaro
- Bautista, A. & Pabón, C. (2019). Identificación de saborizantes empleados en productos dirigidos a la población infantil. Universidad de Pamplona sede Villa del Rosario. *Revista Infometrica*. 2(2), 40-46. <http://www.infometrica.org/index.php/syh/article/view/115/155>
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación*. (3ª ed.). Pearson. <https://abacoenred.com/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Arias-2012-pdf.pdf>
- Bejarano, J., Gamboa, E., Aya, D., & Parra, D. (2015). Alimentos y bebidas ultra procesados que ingresan a Colombia por el tratado de libre comercio ¿influenciarán en los colombianos? *Redaly*, 42 (4), 409-413. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=46943554014>
- Claro, A., Oquendo., Granados., Ávila., G & Saldarriaga.L. (2018). Oferta de alimentos y productos ultra procesados en colegios públicos y privados en Colombia. *Red Papaz*, 1

- (1),1-36. <https://www.redpapaz.org/wp-content/uploads/2018/07/Oferta-de-alimentos-y-productos-ultraprocesados-en-colegios-p%C3%BAblicos-y-privados-de-Colombia.pdf>
- DANE. (2019). *La población de Colombia es de 48,2 millones de habitantes, según el DANE*. Presidencia de la República, Colombia.
- <https://id.presidencia.gov.co/Paginas/prensa/2019/190704-Poblacion-de-Colombia-es-de-48-2-millones-habitantes-segun-DANE.aspx>
- Gutiérrez, N. (2018). *Análisis en los rotulados sobre productos alimenticios frente a la publicidad engañosa en Puente Piedra* [trabajo de pregrado, Universidad César Vallejo]. Repositoriouv. [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/19868/Guti%C3%A9rrez\\_LNM.pdf?sequence=4&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/19868/Guti%C3%A9rrez_LNM.pdf?sequence=4&isAllowed=y)
- INVIMA. (s.f.). *Resolución 5109 de 2005*. Ministerio de protección social. Obtenido de [https://normograma.invima.gov.co/docs/resolucion\\_minproteccion\\_5109\\_2005.htm](https://normograma.invima.gov.co/docs/resolucion_minproteccion_5109_2005.htm)
- Larios, R. (2020). 10 ejemplos de alimentos procesados y no procesados. *EL UNIVERSAL UNION*. Obtenido de <https://www.unionjalisco.mx/articulo/2020/10/14/salud/10-ejemplos-de-alimentos-procesados-y-no-procesados>
- Lascano, F. (2018). *La publicidad y los hábitos alimentarios en adolescentes con problemas de obesidad en la ciudad de Ambato*. [Tesis de grado, Universidad técnica de Ambato]. Repository institucional.
- <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/27219/1/tesis%20felipe%20lascano.pdf>
- Organización Mundial de la Salud - OMS & la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación – FAO. (2003). *Dieta, nutrición y prevención de*

*enfermedades crónicas*. Organización Mundial de la Salud.

<https://www.fao.org/3/ac911s/ac911s.pdf>

Osorio, O., & Amaya, M. C. (2011). La alimentación de los adolescentes: el lugar y la compañía determinan las prácticas alimentarias. *Scielo*, *11* (2).

[http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1657-59972011000200007](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1657-59972011000200007)

Pardo, P. & Ossa, V. (2021, 6 de mayo). Intereses de la industria de las bebidas azucaradas y su regulación en Colombia. Universidad Externado de Colombia. <https://derechos-humanos-y-empresas.uexternado.edu.co/2021/05/06/intereses-de-la-industria-de-las-bebidas-azucaradas-y-su-regulacion-en-colombia/>

Rojas, D. (2020, 28 de mayo). *Superindustria ha recibido 356 denuncias de consumidores por publicidad engañosa*. *Asuntos: Legales*.

<https://www.asuntoslegales.com.co/consumidor/superindustria-ha-recibido-356-denuncias-por-publicidad-enganosa-en-lo-que-va-del-ano-3011013>

Robledo, P., Ramírez., Acuña. A., & Uribe. A. (2017). *protección al consumidor en Colombia*.

[https://www.sic.gov.co/sites/default/files/files/nuestra\\_entidad/publicaciones/proteccion\\_al\\_consumidor\\_en\\_colombia\\_julio27\\_2017\(1\).pdf?fbclid=iwar0luveugmwfy\\_qwtnrog0w6vvgobpkjzffuszdvyl4fg-rvzt0jt6k0eo](https://www.sic.gov.co/sites/default/files/files/nuestra_entidad/publicaciones/proteccion_al_consumidor_en_colombia_julio27_2017(1).pdf?fbclid=iwar0luveugmwfy_qwtnrog0w6vvgobpkjzffuszdvyl4fg-rvzt0jt6k0eo)

Soto, S., & Gómez, M. (2020). *La publicidad engañosa en Colombia: mecanismos de reparación de los consumidores y responsabilidad de los sujetos involucrados*. [tesis de grado, universidad EAFIT]. Repository institucional.

[https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/24437/MariaDelCarmen\\_GomezFranco\\_Sofia\\_SotoSalazar\\_2020.pdf?sequence=4&isAllowed=y](https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/24437/MariaDelCarmen_GomezFranco_Sofia_SotoSalazar_2020.pdf?sequence=4&isAllowed=y)

Superintendencia de industria y comercio. (s.f.). *Denuncias y Demandas en Materia de*

*Protección al Consumidor*. <https://www.sic.gov.co/denuncias-y-demandas-en-materia-de-proteccion-al-consumidor>

Superintendencia de industria y comercio. (s.f.). Estatuto del Consumidor, Ley 1480 de 2011.

<https://www.sic.gov.co/estatutos-consumidor>

Super Vigilancia. (s.f.). *Funciones y labores*.

<https://www.supervigilancia.gov.co/publicaciones/538/funciones-y-deberes/>



## Anexos



### Solicitud Autorización

*21 de octubre 2021*

*Estimado sr rector: Samuel Eduardo Toro Meléndez*

*Colegio: Institución Educativa Municipal Manablanca*

Deseo informar que somos estudiantes de especialización en Gerencia y Mercadeo de la Universidad Gran Colombia, para optar por nuestro título estamos realizando un artículo científico titulado: Publicidad engañosa en alimentos; trastornos en la salud de los adolescentes del Institución Educativa Municipal Manablanca Facatativá.

En este sentido requerimos de la realización de encuestas para la recolección de datos con los estudiantes de los grados decimo jornada mañana, el objetivo principal de la investigación es: Analizar el efecto que genera en los adolescentes de los grados decimos del Colegio Institución Educativa Municipal Manablanca, el consumo de alimentos ultra-procesados con publicidad engañosa en su empaque.

Por lo tanto, le solicito que tenga la amabilidad de otorgar el permiso para realizar encuestas a los estudiantes adolescentes de los grados decimos jornada mañana.

La información proporcionada por los estudiantes, se mantendrá confidencial y se utilizará solo con fines académicos.

*Agradeciéndole*

Firma 

Cordialmente

**Autores del proyecto**

Jhon Alexander González Gómez

Angy Jazmín Santiago Guzmán