

Bogotá, D.C., 30 de marzo, 2026

Ministerio de Salud y Protección Social
Subdirección de Salud Nutricional, Alimentos y Bebidas
Dirección de Promoción y Prevención
E.S.D.
Bogotá, D.C.

REFERENCIA: Comentarios al Análisis de
Impacto Normativo del Etiquetado frontal de
advertencia

La implementación del etiquetado frontal de advertencia en Colombia constituye un avance significativo en la protección del derecho a la salud y contribuye a la garantía de entornos alimentarios más saludables. Sin embargo, las disposiciones regulatorias que permiten sustituir los sellos de advertencia por Códigos QR en empaques pequeños han generado tensiones entre el objetivo de brindar información clara y accesible a los consumidores y las limitaciones técnicas de la norma. Esta situación plantea la necesidad de revisar la regulación vigente para asegurar que las herramientas de política pública cumplan efectivamente con su propósito de reducir la asimetría de información y fortalecer la capacidad de decisión de los consumidores frente a productos ultraprocesados.

En este marco, el presente documento consta de cuatro partes. Primero explicamos que el código QR no es siempre un instrumento legible para el consumidor, además de que puede intensificar la asimetría de información en el mercado de productos ultraprocesados, pues al no ser un instrumento que de manera clara, veraz y suficiente muestre el contenido de nutrientes críticos, el consumidor no tiene las herramientas adecuadas para tomar decisiones informadas. Segundo, presentamos argumentos que desarrollan cómo la presencia de Códigos QR en lugar de sellos representan una profundización de la asimetría de la información. Tercero, se analiza como el código QR aumenta la brecha digital, pues se requiere no sólo acceso a internet, sino conocimientos que permitan a la persona navegar y entender la información que la página web o el lugar de almacenamiento de la información le proporciona. Finalmente, se presentan algunas conclusiones.

1. Acceso a información legible

La Ley 2120 de 2021 "por medio de la cual se adoptan medidas para fomentar entornos alimentarios saludables y prevenir enfermedades no transmisibles" establece en su artículo 5

que los productos comestibles y bebibles ultraprocesados deben incorporar un sello de advertencia que sea legible, con mensajes inequívocos sobre la presencia excesiva de nutrientes críticos (azúcar, sodio, grasas saturadas y edulcorantes). Esto con el objetivo de prevenir a los consumidores con información clara, veraz, oportuna, visible, idónea y suficiente, de tal forma que puedan tomar decisiones más conscientes. Así, la Resolución 810 del 2021 y posteriormente la 2492 del 2022 –ambas del Ministerio de Salud– desarrollan los criterios técnicos que deben seguir estos instrumentos, para alcanzar el objetivo de política pública.

El derecho a la información obliga a que los consumidores tengan acceso a datos claros, veraces y suficientes sobre los productos que compran, especialmente cuando estos pueden afectar su salud. La Corte Constitucional ha señalado que los derechos de los consumidores solo pueden ejercerse de manera efectiva si cuentan con información adecuada y oportuna (Corte Constitucional, Sentencia T-333 de 2000, citada en Guarnizo & Narváez, 2019, p. 17). En este sentido, un estudio reciente en Colombia muestra que el etiquetado octagonal es la herramienta más eficaz para que los consumidores interpreten las advertencias como un indicador general del riesgo del producto (Rángel et al., 2025). Así, el derecho a la información exige inmediatez y claridad, el uso de advertencias frontales como los octágonos cumple mejor con este estándar que mecanismos indirectos como los códigos QR.

Además, el código QR resulta insuficiente como herramienta de advertencia, pues no se ajusta al contexto real de compra. Algunos estudios (EIT Food, s.f., 2026) afirman que los consumidores suelen dedicar apenas 21 segundos a observar un producto en el supermercado y toman decisiones rápidas bajo presión de tiempo, precio y hábito. Por ello, el QR no logra cumplir la función de alerta inmediata frente a nutrientes críticos como azúcar, sodio o grasas saturadas, pues no resulta directamente legible, especialmente en contextos donde las decisiones suelen tomarse en segundos, llegando a pasar que las personas ignoren elementos informativos (tabla de ingredientes, componentes nutricional) y prioricen otros visuales (marca, colores, diseños).

La legibilidad limitada sumado al poco tiempo para decidir sobre la compra de un producto, convierten a los QR en una herramienta subutilizada. Por otro lado, si se tiene en cuenta que para escanear un QR se requiere un dispositivo electrónico, se constata la exigencia de un requisito material que limita el acceso a información adecuada y oportuna para los consumidores. Así, el mecanismo no cumple con el estándar de “legible, con mensaje unívocos” que establece la ley.

2. Fallas del mercado. Asimetría de la información

La teoría económica reconoce que los mercados funcionan de manera más eficiente cuando los consumidores cuentan con información suficiente y clara para tomar decisiones racionales. Sin embargo, en el caso de los productos ultraprocesados existe una asimetría de información, pues los productores conocen en detalle la composición nutricional, los aditivos y los efectos potenciales en la salud, mientras que los consumidores reciben información parcial, fragmentada o difícil de interpretar. (Vilaseca et al., 2001).

El etiquetado frontal de advertencia, tiene como objetivo contrarrestar efectos individuales del consumo de ultraprocesados, pues la ausencia de información clara genera un problema de internalización incompleta, es decir, las personas no incorporan en su decisión de consumo los efectos negativos en su salud y, en muchos casos, terminan trasladando las consecuencias de estas decisiones al sistema de salud pública. Esto no solo afecta la autonomía del consumidor, sino que también perpetúa un patrón de consumo que beneficia a las empresas a costa de mayores costos sociales (Stiglitz, 2000).

En este panorama, el uso de códigos QR como sustituto del etiquetado frontal de advertencia no solo mantiene la asimetría de información, sino que la agrava. Mientras que los sellos visibles en los envases permiten al consumidor acceder de manera inmediata y clara a datos críticos sobre el exceso de azúcares, sodio o grasas, los códigos QR trasladan esa información a un espacio digital que, además, exige conectividad y competencias tecnológicas. Esto significa que la transparencia informativa deja de ser universal y se convierte en un privilegio condicionado por el nivel de alfabetización digital y el acceso a internet. En consecuencia, los consumidores con menos recursos o con menor formación tecnológica quedan excluidos de la posibilidad de ejercer un consumo informado, perpetuando la desigualdad y reforzando la ventaja informativa de las industrias (OPS, 2020; Ministerio de Salud y Protección Social, 2022).

3. Brecha digital y acceso informativo desigual.

La brecha digital ha sido estudiada por la academia como la desigualdad en relación con las tecnologías digitales, los factores que se relacionan con esta desigualdad y sus posibles efectos (Saavedra, Torres & Jiménez, 2025). Esta se refleja en el acceso a distintas habilidades, entre ellas: 1) operativas, las cuales se definen como habilidades básicas para operar o interactuar con computadoras y redes; 2) informativas, aquellas necesarias para buscar, seleccionar y procesar información a través de tecnologías digitales; y 3) estratégicas,

que se relacionan con el aprovechamiento de estas tecnologías para lograr objetivos específicos (Saavedra et al., 2025). Así, hablar de brecha digital requiere comprensión sobre alfabetización digital, disponibilidad de dispositivos, conectividad a nivel nacional, precios de las tarifas del servicio y, políticas educativas en ciencia y tecnología, desde enfoques territoriales y poblaciones (Práxedes, Ospina, Upegui & León, 2021)

En el caso concreto, el acceso a la información mediante los códigos QR exige un conjunto de competencias digitales que no están igualmente distribuidas en la población. No basta con poseer un teléfono inteligente y conexión a internet, se requiere saber cómo escanear el código, interpretar la interfaz digital, navegar entre menús y comprender los datos que allí se presentan, los cuales suelen expresarse en formatos técnicos o poco amigables para el consumidor promedio.

Esta exigencia revela una doble desigualdad. Por un lado, quienes carecen de habilidades operativas básicas —como instalar aplicaciones o activar la cámara para escanear un código— quedan automáticamente excluidos. Por otro, incluso aquellos que logran acceder a la página web enfrentan un reto importante y es el poder identificar riesgos asociados al consumo y traducir esa información en decisiones concretas de compra. En poblaciones con menor alfabetización digital, el proceso puede convertirse en una experiencia frustrante que desalienta la búsqueda de información y perpetúa la dependencia de lo que la industria decide mostrar de manera más accesible.

Asimismo, de acuerdo con el Ministerio de Tecnologías de la Información y Comunicación (2024), en las áreas rurales la conectividad terrestre presenta limitaciones de infraestructura y con ello de despliegue. (Ministerio de Tecnologías de la Información y la Comunicación, 2024). Esto se contrasta con datos de la Encuesta Nacional de Situación Nutricional del 2015 (Ministerio de Salud y Protección Social, 2015) donde se evidencia que en departamentos como La Guajira, Bolívar, Sucre, Vichada, Chocó y Putumayo la inseguridad alimentaria supera el 60%. Estos territorios cuentan con zonas de mayor pobreza multidimensional y donde se registran niveles críticos de penetración de internet fijo (Ministerio de Tecnologías de la Información y la Comunicación, 2024). Así, los códigos QR reproducen la brecha digital y la profundizan en aquellas áreas del país donde más se requiere información nutricional clara y accesible.

4. Conclusiones

En este contexto, la incorporación de herramientas digitales como los códigos QR en políticas de información al consumidor, sin considerar las desigualdades estructurales de acceso, uso y

apropiación tecnológica, no solo resulta insuficiente, sino que puede profundizar las brechas existentes. Lejos de garantizar el derecho a una información clara, oportuna y accesible, estas estrategias trasladan la carga de acceso al individuo, ignorando las limitaciones territoriales, socioeconómicas y de alfabetización digital presentes en el país. Por tanto, se hace necesario replantear los mecanismos de comunicación en materia de salud pública, privilegiando formatos universales, visibles e inmediatos que no dependan de intermediaciones tecnológicas, y que contribuyan efectivamente a la reducción de desigualdades en el acceso a la información y a la toma de decisiones informadas por parte de la población.

Referencias:

Corte Constitucional de Colombia. (2000). *Sentencia T-333 de 2000*. Bogotá: Corte Constitucional.

EIT Food. (s.f.). *Reading labels under time pressure*. En *Understanding Food Labels*. FutureLearn. Recuperado el 29 de marzo de 2026 de <https://www.futurelearn.com/info/courses/understanding-food-labels/0/steps/142486>

Guarnizo, D., & Narváez, A. M. (2019). *Etiquetas sin derechos: Etiquetado de productos comestibles, un análisis desde los derechos humanos*. Bogotá: Dejusticia.

Ministerio de Salud y Protección Social. (2017). *Encuesta Nacional de la Situación Nutricional en Colombia (ENSIN 2015)*. Bogotá: Ministerio de Salud.

Ministerio de Salud y Protección Social. (2022). *Resolución 2492 de 2022*. Bogotá: Ministerio de Salud.

Ministerio de Tecnologías de la Información y la Comunicación [MinTIC]. (2024). *Colombia presenta su ruta para cerrar brechas digitales desde el modelo satelital*. Bogotá: MinTIC.

Organización Panamericana de la Salud [OPS]. (2020). *Informe sobre etiquetado frontal de advertencia en América Latina*. Washington, D.C.: OPS.

Práxedes, V., Ospina, D., Upegui, J., & León, D. (2021). *Desigualdades digitales. Aproximación sociojurídica al acceso a internet en Colombia*. Bogotá: Dejusticia.

Rángel, J., Pérez, L., & Gómez, M. (2025). *Percepción del etiquetado octagonal en consumidores colombianos*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.

Saavedra, J., Torres, P., & Jiménez, R. (2025). *Brecha digital y desigualdad en Colombia*. Medellín: Universidad de Antioquia.

Stiglitz, J. (2000). *Economics of the Public Sector* (3rd ed.). New York: W.W. Norton.

Vilaseca, J., López, M., & Martínez, A. (2001). *Información y asimetría en los mercados de consumo*. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona.

