



¿Pueden las advertencias de sodio modificar las preferencias? Un caso de estudio con pan blanco

“Varios estudios han demostrado que la inclusión de advertencias nutricionales en la parte delantera del envase es una estrategia potencialmente eficaz para alentar a los consumidores a evitar productos con alto contenido de nutrientes asociados con enfermedades no transmisibles.

En este contexto, el presente trabajo tuvo como objetivo explorar la reacción de los consumidores hacia la reducción de sodio... en tres escenarios: evaluación del paquete, degustación e intención de recompra del producto después de la degustación, utilizando pan blanco como caso de estudio

... Se identificaron dos segmentos de consumidores con diferente preferencia por el contenido de sal en el pan: el 58% de los consumidores prefirió el pan con 2,00% de sal, mientras que el 42% prefirió los panes con 1,38% de sal. Sin embargo, al mirar los paquetes, la mayoría de los consumidores de ambos grupos seleccionaron paquetes de pan que no presentaban advertencias. Además, después de haber probado el pan, la mayoría de los consumidores estaban dispuestos a volver a comprar el pan que habían elegido anteriormente, lo que es prometedor en términos de lograr cambios sostenibles hacia menores niveles de sal. Los resultados del presente trabajo sugieren que, en el caso del pan, las advertencias nutricionales tienen el potencial de cambiar las preferencias de los consumidores hacia un contenido más bajo de sodio, incluso después de probar los productos.”

Texto adaptado de:

& Antúñez, L. Alcaire, F. Giménez, A. Ares, G. (2020). ¿Pueden las advertencias de sodio modificar las preferencias? Un caso de estudio con pan. *ScienceDirect.com*

<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0963996920302647?via%3Dihub>