PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

FACULTAD DE ENFERMERÍA

CARRERA DE NUTRICIÓN HUMANA

DISERTACIÓN DE GRADO PARA OPTAR POR EL TÍTULO DE

LICENCIADA EN NUTRICIÓN HUMANA

ASOCIACIÓN ENTRE EL CONOCIMIENTO, LA IMPORTANCIA DEL ETIQUETADO NUTRICIONAL Y LAS CARACTERISTICAS NO NUTRICIONALES SOBRE LA ADQUISICIÓN DE PRODUCTOS PROCESADOS EN LAS TIENDAS DE BARRIO POR PARTE DE LOS CONSUMIDORES DEL BARRIO SIGSIPAMBA ENERO 2020

Autor: Carolina Cárdenas

Quito, 2020

RESUMEN

Objetivo: Determinar asociación entre etiquetado nutricional y frecuencia de compra de alimentos procesados por consumidores adultos en tiendas de barrio del Barrio Sigsipamba. **Metodología:** Estudio descriptivo, cuantitativo, transversal y observacional de 169 adultos. Se aplicó encuesta, 15 preguntas cerradas. Datos analizados mediante Test Fisher. **Resultados:** No existe relación la importancia del semáforo nutricional y variables como género, nivel de instrucción e ingreso económico. Existe relación entre la importancia del semáforo nutricional y las características no nutricionales de alimentos**,** se observa un consumo de alimento procesados de manera frecuente**. Conclusiones:** No existe relación entre la adquisición de alimentos procesados y la importancia del conocimiento sobre el etiquetado nutricional. Productos de mayor adquisición, frecuencia dos a tres veces por semana, conservas, lácteos y embutidos.

Palabras clave: Alimentos procesados, frecuencia de consumo, etiquetado nutricional.

ABSTRACT

Objective: To determine the association between nutritional labeling and frequency of purchase of processed foods by adult consumers in neighborhood stores in the Sigsipamba neighborhood. Methodology: Descriptive, quantitative, cross-sectional and observational study of 169 adults. Survey was applied, 15 closed questions. Data analyzed by Fisher Test. **Results:** There is no relationship between the importance of the nutritional traffic light and variables such as gender, educational level and economic income. There is an realtion between the importance of the nutritional traffic light and the non-nutritional characteristics of food, a consumption of processed food is observed frequently. **Conclusions:** There is no relationship between the acquisition of processed foods and the importance of knowledge about nutritional labeling. Products of greater acquisition, frequency two to three times per week, preserves, dairy products and sausages.

Key words: Processed foods, frequency of consumption, nutritional labeling.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a mi padre y a mis hermanas por su apoyo y dedicación a lo largo de mi Carrera

Agradezco a David por su apoyo incondicional durante la carrera y los momentos más difíciles

DEDICATORIA

Esta investigación va dedicada a mi madre por ser la mejor madre del mundo, por ser mi fortaleza cuando todo parece perdido

Gracias mamá

TABLA DE CONTENIDO

ÍNDICE DE GRÁFICOS viii
ÍNDICE DE TABLAS ix
INTRODUCCIÓN 1
CAPÍTULO I 3
1.1. Planteamiento del problema 3
1.2. Justificación 6
1.3. Objetivos 8
1.3.1. Objetivo General 8
1.3.2. Objetivos específicos 8
1.4. Metodología 9
1.4.1. Tipo de Estudio 9
1.4.2. Universo y Muestra 9
1.4.3. Criterios de Inclusión y Exclusión 11
1.4.4. Fuentes, Técnicas e Instrumentos 12
1.4.5. Fuentes 12
1.4.6. Técnicas 12
1.4.7. Instrumentos 12
1.5. Plan de recolección y análisis de la información 17
CAPÍTULO II 19
MARCO TEÓRICO 19
2.1. Etiquetado Nutricional 19
2.1.1. Introducción al etiquetado nutricional e historia 19
2.1.2. Tabla de contenido nutricional 20
2.1.3. Semáforo Nutricional 22
2.2. Implementación del etiquetado nutricional, percepción y perfil del consumidor 24
2.2.1. Implementación del Etiquetado en Latinoamérica 24
2.2.2. Percepción del semáforo 25
2.3. Semáforos nutricionales y sus estándares para evaluación de alimentos 28
2.3.1. Semáforo nutricional en Reino Unido 28
2.3.2. Semáforo Nutricional en Chile 29
2.3.3. Semáforo Nutricional en Ecuador 29
2.4. Alimentos procesados 30
2.4.1 Alimentos procesados y sus características 30

2.4.2 Alimentos procesados y marketing 31
2.4.3 Alimentos procesados y su relación con la salud y enfermedad 32
2.5. Criterios no nutricionales para la adquisición de alimentos 33
2.6. Hipótesis 34
CAPÍTULO III 35
RESULTADOS Y DISCUSIÓN 35
3.1 Resultados 35
3.1.1. Conocimiento e importancia sobre el etiquetado nutricional en la población del Barrio Sigsipamba 35
3.1.2 Características no nutricionales para la adquisición de productos procesados por parte de los consumidores de las tiendas del barrio Sigsipamba 39
3.1.3 Consumo de alimentos procesados por parte de los consumidores del Barrio Sigsipamba y su frecuencia de adquisición – consumidores de las tiendas de barrio Sigsipamba, enero (2020) 44
3.2 Discusión 46
CONCLUSIONES 50
RECOMENDACIONES 51
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS 52
ANEXO 1 60

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Figura 1. Fórmula para cálculo de muestra finita. Barojas, 2005 10

Figura 2. Nivel de instrucción e importancia del conocimiento del semáforo nutricional por parte de los encuestados del barrio Sigsipamba – consumidores de las tiendas del barrio Sigsipamba Enero (2020) 35

Figura 3. Importancia del semáforo nutricional y género de los encuestados del Barrio Sigsipamba – consumidores de las tiendas del barrio Sigsipamba, enero (2020)..... 36

Figura 4. Importancia del semáforo nutricional y la edad de los encuestados del Barrio Sigsipamba– consumidores de las tiendas del barrio Sigsipamba Enero (2020) 37

Figura 5. Importancia del conocer la cantidad de grasa, azúcar y sal para los encuestados del Barrio Sigsipamba– consumidores de las tiendas del barrio Sigsipamba, enero (2020)..... 38

Figura 6. Monto Invertido en Alimentación de los encuestados del Barrio Sigsipamba– consumidores de las tiendas del barrio Sigsipamba enero (2020) 39

Figura 7. Importancia que tiene el sabor y la marca para la compra de alimentos por parte de los consumidores del Barrio Sigsimpamba – consumidores de las tiendas del barrio Sigsipamba Enero (2020) 42

Figura 8. Influencia que tienen los medios de comunicación para la compra de alimentos por parte de los consumidores del Barrio Sigsimpamba – consumidores de las tiendas del barrio Sigsipamba, enero (2020)..... 43

Figura 9. Frecuencia de consumo de alimentos procesados por parte de los encuestados del Barrio Sigsimpamba. Consumo de alimentos proteínicos (Lácteos mínimamente procesados y embutidos)..... 44

Figura 10. Adquisición de bebidas endulzadas, snacks, pastelería y conservas por parte de los encuestados del Barrio Sigsimpamba – consumidores de las tiendas del barrio Sigsipamba, enero (2020)..... 45

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Puntos de corte de cantidades de grasa, azúcar y sal para alimentos procesados en Ecuador 30

Tabla 2. Ingreso económico e importancia del precio de los encuestados del Barrio Sigsimpamba – consumidores de las tiendas del barrio Sigsipamba, enero (2020)..... 40

Tabla 3. Nivel de instrucción e importancia del precio por parte de los encuestados del Barrio Sigsimpamba – consumidores de las tiendas de barrio Sigsipamba, enero (2020) 41

Tabla 4. Ingreso económico e importancia de la marca por parte de los encuestados del Barrio Sigsimpamba – consumidores de las tiendas del barrio Sigsipamba, enero (2020) 41

INTRODUCCIÓN

Lejos de la antigua concepción en que la gordura expresada en la pintura era sinónimo de bienestar, el sobrepeso y la obesidad se han convertido en uno de los problemas de actualidad más preocupantes de la salud pública en el mundo. Su origen abarca desde los cambios en patrones alimentarios, hasta el progresivo consumo de alimentos procesados, exageradamente procesados o sin el control adecuado, con niveles altos en azúcar, grasa o sal.

La Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), la Organización Mundial de la Salud (OMS) y la Organización Panamericana de la Salud (OPS), Debido al problema que representan las causas de la obesidad y el sobrepeso, han recomendado adoptar de manera urgente intervenciones de inversión efectivas, de alto impacto, susceptibles a ser aplicadas en poblaciones con recursos restringidos. Estas intervenciones se conocen como "best buys" (costo eficaz) y están dirigidas a la prevención y control de las enfermedades no transmisibles mencionadas (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura-FAO, Organización Panamericana de la Salud-OPS & Organización Mundial de la Salud, 2018, págs. 1-19). (OPS/OMS, 2017)

El principal objetivo de las políticas "best buys" para la prevención de obesidad es generar un cambio dentro del ambiente obesogénico y promover el consumo de alimentos saludables. mediante la regularización de la producción de alimentos procesados, su publicidad y consumo, alcanzando la implementación de etiquetado semáforo nutricional en la parte frontal de los mismos como una forma de advertencia

para una saludable nutrición (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura-FAO, Organización Panamericana de la Salud-OPS & Organización Mundial de la Salud, 2018, págs. 1-19).

Las organizaciones internacionales en su gestión, así como las políticas públicas de salud en Ecuador, fomentan programas de desarrollo con su intervención en sectores de recursos limitados, como es el caso del Sigsipamba, con la posibilidad de tener la implementación de políticas de salud públicas que puedan actuar de una manera eficiente, considerando para el efecto, los alimentos procesados de fácil preparación y de consumo inmediato, que responden a la demanda de los consumidores actuales del sitio, quienes buscan este tipo de alimentos debido a su sabor y su bajo costo.

Tomando en cuenta lo expuesto, el propósito de este estudio es determinar la interpretación que hacen los consumidores del Barrio Sigsimpamba y el uso que le dan al etiquetado nutricional en el momento de adquirir alimentos procesados y exageradamente procesados. Del mismo modo, se busca evidenciar a partir de los resultados si existe una preferencia y/o tendencia de los consumidores a adquirir estos productos debido a su bajo costo.

CAPÍTULO I

1.1. Planteamiento del problema

El consumo de alimentos procesados se ha vuelto un problema a nivel mundial debido a que tiene una estrecha relación con el incremento en los índices de obesidad, sobrepeso y las enfermedades crónicas no transmisibles que se relacionan con este trastorno. Varios autores como (Hernández, Lorioa, & Tejada, 2018, págs. 108-116) explican que el incremento de la obesidad tiene relación con el aumento de las ventas de alimentos de alta densidad calórica o ultra procesados. Los alimentos ultra procesados se caracterizan principalmente por una composición alta en azúcar, grasas saturadas, sodio y un alto número de calorías por porción (Hernández, Lorioa, & Tejada, 2018, págs. 108-116).

En este sentido en los últimos años, la producción, ~~y~~ el consumo de alimentos procesados y bebidas industriales, se han incrementado a la par con el sobrepeso, la obesidad y las enfermedades crónicas no transmisibles. Estos productos tienen propiedades como aditivos, potenciadores de sabor e ingredientes que pueden contribuir a generar adicción y por lo tanto excederse en cantidad y frecuencia de consumo (Roncancio, Gamboa, Baquero, & Parra, 2015, págs. 409-413).

Un estudio realizado en Brasil señala que el consumo de alimentos procesados y ultra procesados representa entre el 15,9% y el 39,4% del consumo diario de energía. En el mismo estudio, se encontró una asociación positiva entre la disponibilidad de alimentos procesados y ultra procesados en los hogares de Brasil con un elevado índice de masa corporal y la prevalencia de sobrepeso y obesidad. Otro estudio realizado en Chile señala

que, entre el 42% y el 52% del ingreso familiar, se destina a la adquisición de productos procesados y ultra procesados (Roncancio, Gamboa, Baquero, & Parra, 2015, págs. 409-413).

Dentro de este contexto, en el año 2012, el Ministerio de Salud Pública del Ecuador (MSP) en conjunto con el Ministerio de Desarrollo Social (MCDS) y la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA), proponen la implementación del etiquetado nutricional en alimentos procesados y bebidas azucaradas mediante el semáforo como etiqueta nutricional para una mayor compresión por parte del consumidor.

Sin embargo, debido al proceso de validación y evaluación de este sistema por parte de las organizaciones nombradas previamente, el etiquetado nutricional no fue implementado hasta el año 2013 (Díaz, Veliz, Rivas-Mariño, & Vance Mafla, 2017, págs. 41-54). La etiqueta consta de tres colores: rojo, verde y amarillo los cuales indican el contenido de grasa, sal y azúcar de los productos sumados a la palabra alto, medio o bajo en cada barra dependiendo del contenido en gramos de cada ingrediente.

Un estudio realizado por (Arrúa, y otros, 2017, págs. 1-10) con adultos entre 18 y 50 años de diferentes países acerca del etiquetado nutricional señala que el semáforo nutricional no influye de manera significativa en la percepción del consumidor para hacer elecciones saludables de alimentos y moderar el consumo de alimentos procesados, ya que el 67% de los individuos que participaron en la investigación, consideró que cualquier producto cuyo semáforo sea totalmente verde o que contenga un ingrediente como sal, azúcar o grasa en verde era saludable por lo tanto ignoraron los demás ingredientes que

se encontraban en color rojo o amarillo dentro del semáforo. Esta percepción acerca del semáforo nutricional dificulta que se haga una adecuada elección saludable de alimentos.

Un estudio realizado en Chile un año después de haber sido implementado el semáforo nutricional determinó que no tenía un efecto relevante en la población chilena para establecer si un alimento es saludable o no al momento de comprar, ya que los individuos que participaron en el estudio indicaron que una de las características que es importante para la selección de alimentos procesados es la marca. Para el 55 % de los participantes la marca del alimento era el criterio relevante a la hora de determinar un alimento como saludable o no saludable esto debido a que las marcas que producían alimentos con ingredientes orgánicos tenían un mayor grado de aceptación que las marcas que no lo hacían (Schnettler, y otros, 2019, págs. 179-188).

Otro de los factores que inciden al momento de seleccionar alimentos procesados y ultra procesados es la disponibilidad de los mismos.

Un estudio realizado en Colombia, en el año 2010 señala que, en las zonas urbanas y rurales del país, los minimercados o tiendas de barrio tienen un papel significativo en la distribución de alimentos. Esto debido a que estos establecimientos se encuentran cerca de los hogares y abastecidos de alimentos procesados y ultra procesados volviéndose parte del consumo diario de la población por su sabor y costo. Así, las tiendas de barrio representan aproximadamente un 65% del mercado de bienes de consumo masivo (Gaitán, 2010, págs. 59-70).

En Ecuador el último informe de la ENSANUT señala que 6 de cada 10 adultos sufren de sobrepeso y obesidad la cual se relacionan con un alto consumo de grasa y azúcar proveniente del consumo de snacks (88,8%), gaseosas (62,7%) y comida rápida (71,2%). (Padilla, y otros, 2017, págs. 121-129). Un estudio realizado por (Freire, Waters, & Mariño, 2017 p. 11-18) acerca de la percepción que posee el consumidor respecto al semáforo nutricional en Ecuador evidenció que los participantes a pesar de que podían observar que un producto tenía un alto contenido de grasa, sal y azúcar, no presentaban actitudes negativas hacia este producto, ya que características como el sabor, marca o disponibilidad, prevalecían sobre la información observada en el semáforo.

1.2. Justificación

El estudio de los problemas expuestos tiene relevante importancia por el doble propósito que abarca, en razón del aseguramiento de la salud que se propone y el impacto a nivel social por contribuir a mejorar la calidad de vida de las personas, sin dejar de lado la incidencia en la eficacia de la calidad de las políticas públicas de salud, enfocadas en prevenir el sobrepeso y la obesidad, evitando el desarrollo de enfermedades crónicas no transmisibles relacionadas con la mala alimentación y por ende, generando un impacto positivo en el sistema de salud pública al reducir costos.

Asimismo, se pone en relevancia la justificación de esta investigación, puesto que se evidencia que , la comida industrializada y procesada es una de las principales fuerzas que conforma el sistema de alimentación global; expendidos en tiendas que son cercanas a los domicilios teniendo como resultado una mayor ingesta de los mismos , han demostrado que existe un crecimiento exponencial en la venta y consumo de estos

productos y que los grandes sistemas de distribución de alimentos como los supermercados y los micro mercados favorecen la venta masiva de alimentos y bebidas ultra procesadas.

A nivel micro, este estudio permite evidenciar la percepción del consumidor respecto al consumo masivo de alimentos procesados y ultra procesados, a través del análisis de la utilización y la importancia de la etiqueta para los consumidores, con la intención de proponer a futuro el desarrollo de un sistema que concientice al consumidor en el uso del semáforo nutricional como guía para sus compras.

En el campo de la investigación, los resultados de este análisis apuntan a promover mejoras relacionadas con la transmisión de información hacia el consumidor; puesto que, son escasos los estudios realizados a nivel de América Latina y del país, sobre la relación entre el nivel de atención y la interpretación que le da el consumidor al etiquetado. También se espera que las conclusiones de esta investigación aporten con información útil a estudios futuros sobre esta problemática. Como beneficio social a los participantes del estudio tanto a los consumidores como dueños de la tienda participante se les va a brindar educación nutricional sobre el etiquetado mediante charlas que se llevara a cabo una vez extraída la muestra.

Finalmente, uno de los motivos relevantes para investigar este tema se relaciona con un interés en el vínculo existente entre los dueños de las tiendas y los consumidores ya que éstos son parte fundamental del mercado y la sociedad por lo que merecen ser partícipes de un proceso informado. Así, se busca crear consciencia en los consumidores respecto de los alimentos ultra procesados y su vínculo con enfermedades crónicas,

obesidad y sobrepeso contribuyendo de esta manera a una correcta transmisión de información que permita a las familias de barrios de recursos limitados mejorar su conocimiento acerca del uso del etiquetado, así como de las contra indicaciones de sus elecciones alimenticias.

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo General

Determinar la asociación entre el conocimiento sobre etiquetado nutricional y la frecuencia de compra de alimentos procesados por parte de consumidores adultos en las tiendas de barrio localizadas en el Barrio Sigsipamba en enero del 2020.

1.3.2. Objetivos específicos

- Evaluar el conocimiento que tienen las personas adultas sobre el etiquetado nutricional cuando acuden a las tiendas de barrio en Sigsipamba
- Identificar la importancia que le da la población del Barrio Sigsipamba al uso e interpretación del etiquetado nutricional en sus productos
- Identificar las características no nutricionales que toman en cuenta los habitantes del Barrio Sigsimpaba para adquirir los productos procesados en las tiendas de Barrio de este sector.
- Establecer cuáles son los productos procesados que más se consumen y en el Barrio Sigsipamba y con qué frecuencia se adquieren

1.4. Metodología

1.4.1. Tipo de Estudio

El estudio es de tipo cuantitativo porque mide la información implícita requerida científicamente (conocimiento de los consumidores en relación con el etiquetado en alimentos procesados); y, cuantifica la proporción de consumidores que usan el etiquetado nutricional; con la interpretación adecuada, identifica los tipos de alimentos procesados preferidos que adquieren los consumidores y cuáles son las características más relevantes para la adquisición de alimentos procesados. Es un estudio de tipo transversal, realizado por una sola vez; no tiene la finalidad de identificar causalidad y /o cambios en los patrones alimentarios o en el conocimiento de los consumidores; identificando una asociación entre, el conocimiento sobre etiquetado nutricional y la frecuencia de compra de alimentos procesados, mediante estadística analítica para describir la percepción de las personas frente al etiquetado nutricional, las características no nutricionales más relevantes para la adquisición de productos (como precio, sabor, marca, etc.) y las preferencias de consumo a la hora de adquirir alimentos procesados. Los resultados cuantitativos obtenidos fueron descritos mediante frecuencias y figuras (Abreu, Cárdenas, Rodríguez, & Durruthy, 2015, págs. 514-522).

1.4.2. Universo y Muestra

El universo son los clientes que compran en las tiendas, localizadas en el Barrio Sigsipamba ubicado en la parroquia de Pifo con una población de 500 habitantes de los cuales 300 habitantes son adultos. Disponen de 20 tiendas de barrio para su abastecimiento, de las cuales 6 fueron seleccionadas para la aplicación del muestreo no

probabilístico por conveniencia; puesto que, las seis tiendas seleccionadas son los establecimientos donde acuden la mayor cantidad de personas a adquirir los víveres que requieren (criterio de inclusión de la investigadora). En el universo de la muestra compuesto de las tiendas de barrio y las personas que acuden a estas, la investigadora es consciente que pudo existir un sesgo; puesto que, existía la probabilidad de tiendas con productos procesados con precios muy variados (muy altos o bajos). Del mismo modo, pudo existir un sesgo al momento de seleccionar a la población, porque no todos los adultos del Barrio Sigsipamba tuvieron la misma probabilidad de ser elegidos; en relación con los participantes, en un muestreo no probabilístico accidental fueron seleccionados sólo aquellos compradores que cumplieron los criterios de inclusión y que fueron parte de la condición de conveniencia del investigador. La muestra seleccionada de personas fue de 169, con un nivel de confianza del 95% y un margen de error de 5%, calculado mediante la siguiente ecuación:

Figura 1. **Fórmula para cálculo de muestra finita. Barojas, 2005**

$$n=\frac{N Z^2 S^2}{d^2 (N-1) + Z^2 S^2}$$

Donde:
n = tamaño de la muestra
N = tamaño de la población
Z = valor de Z crítico, calculado en las tablas del área de la curva normal. Llamado también nivel de confianza.
S^2 = varianza de la población en estudio (que es el cuadrado de la desviación estándar y puede obtenerse de estudios similares o pruebas piloto)
d = nivel de precisión absoluta. Referido a la amplitud del intervalo de confianza deseado en la determinación del valor promedio de la variable en estudio.

1.4.3. Criterios de Inclusión y Exclusión

Criterios de inclusión: Para poder participar del estudio los participantes debieron cumplir los siguientes criterios de inclusión:

- Ser habitante del Barrio Sigsipamba
- Tener entre 18 y 60 años
- Aceptar de manera verbal ser partícipes del estudio
- No haber sido diagnosticado con diabetes e hipertensión
- No tener familiares que hayan sido diagnosticados con diabetes e hipertensión
- No haber recibido educación nutricional
- Ser habitante del Barrio Sigsipamba al menos habitar el vecindario por un período mínimo de 6 meses

Criterios de exclusión: Se excluirá a los participantes del estudio si:

- Adquieren los productos en las tiendas seleccionadas para el muestreo pero que no pertenecen al Barrio Sigsipamba.
- Han sido diagnosticado o tienen familiares con diabetes e hipertensión.
- Han recibido educación nutricional
- Tienen más de 60 años o son menores de 18 años

1.4.4. Fuentes, Técnicas e Instrumentos

1.4.5. Fuentes

Para la realización del presente trabajo de investigación se usaron fuentes primarias que son los usuarios/ clientes que acuden a las tiendas de barrio.

1.4.6. Técnicas

La técnica usada para la recolección de datos fue la encuesta y el instrumento utilizado fue el cuestionario adaptado por la investigadora, el cual se diseñó en base a cuestionarios de autores como (Williams, 2011, págs. 16-21) y (De Oliveira Lima-Filho, Quevedo-Silva, Gomes Coelho Ewerling, & Rodrigues da Silva, 2016, págs. 123-135); sin embargo, las preguntas fueron adaptadas al contexto nacional y a los intereses del estudio. Debido a que no se encontró evidencia bibliográfica sobre el tema tratado, la investigadora optó por incluir instrumentos de su autoría como son: La pregunta respecto al ingreso socioeconómico y la frecuencia de consumo de alimentos procesados y ultra procesados, con la conciencia que las respuestas podían tener falta de validez.

Con relación a la metodología, al usar un muestreo no probabilístico se tomaron medidas para disminuir el sesgo como: alternar los horarios para realizar las encuestas e incluso los días, lo que permitió realizar la toma de la muestra de forma equitativa. Todos los consumidores que cumplieron los criterios de selección tuvieron igualdad de oportunidad de ser seleccionados.

1.4.7. Instrumentos

El instrumento que se utilizo es un cuestionario elaborado por la investigadora a partir de varios instrumentos adaptados con la finalidad de cumplir los objetivos de la investigación. El cuestionario se denomina: Cuestionario sobre el conocimiento del

etiquetado nutricional y frecuencia de consumo de alimentos procesados, por parte de consumidores adultos en las tiendas del barrio Sigsipamba (Anexo 1)

Los cuestionarios que se utilizaron de base para el instrumento y los estudios que lo validan, están fundamentados en el objetivo de la investigación para determinar los conocimientos sobre el uso, la interpretación y percepción respecto al etiquetado nutricional al momento de comprar los alimentos procesados.

Para la elaboración del instrumento se utilizó preguntas de un cuestionario basado en las escalas Likert, validado del estudio "Nutritional Labeling" en el que se evaluó conocimientos y actitudes relacionadas con el etiquetado nutricional y las practicas alimentarias (Williams, 2011, págs. 16-21); el cuestionario utilizado en este estudio se denomina Nutritional Quiz en su versión original consta de 8 páginas; sin embargo, para poder ser válido y aplicado vía online se modificó algunas preguntas y se redujo su tamaño; el cuestionario fue validado con 185 personas, las cuales son adultos de 18 a 64 años de diferentes edades, género y ocupación laboral; de las mismas, 180 completaron la encuesta de manera adecuada.

De este instrumento se extrajeron y se modificaron algunas preguntas, combinadas con otra serie de interrogantes basadas en la misma escala y pertenecientes a un cuestionario denominado CADUNICO (Registro Único - Instrumento de colecta de datos para identificar a todas las familias de bajos ingresos e incluirlas en el programa de asistencia social) perteneciente al artículo "Criterios de selección y de consumo alimentarios en pequeñas ciudades de Brasil " (De Oliveira Lima-Filho, Quevedo-Silva, Gomes Coelho Ewerling, & Rodrigues da Silva, 2016), el cual determinó: cuáles son las características no nutricionales más importantes a la hora de seleccionar un alimento (precio, sabor, disponibilidad, etc.) y cuáles son los alimentos procesados preferidos por la población y su frecuencia de consumo.

Este instrumento fue validado en una pre-prueba realizada con 5 familias pertenecientes a la misma población con el objetivo de verificar el nivel de compresión. El cuestionario fue completado de manera adecuada por parte de los clientes sin problema alguno, luego de esta validación se aplicó el cuestionario a 1200 familias; sin embargo, solo se lo aplico en personas adultas las cuales, a pesar de pertenecer al mismo estrato socioeconómico, tienen diferente edad, género, ocupación laboral y grado de escolaridad, la recolección de muestra se dividió en dos periodos de tiempo (De Oliveira Lima-Filho, Quevedo-Silva, Gomes Coelho Ewerling, & Rodrigues da Silva, 2016, págs. 123-135).

El instrumento adicionalmente cuenta con una pregunta sobre el ingreso socioeconómico ya que se trata de una población con un estrato socioeconómico medio o bajo, en esta pregunta se incluyó opciones para señalar el ingreso económico por núcleo familiar. Tomando en cuenta lo expuesto se han diseñado 4 opciones de respuesta en base a lo que el INEC considera en términos monetarios como canasta básica, canasta vital y el salario básico unificado.

Salario 1: El ingreso económico familiar es menor o igual al salario básico unificado (USD $ 400)

Salario 2: El ingreso económico familiar se ubica entre el salario básico unificado (USD $ 400) y la canasta vital (USD $ 507)

Salario 3: El ingreso económico familiar se ubica entre la canasta vital (USD $ 507) y la canasta básica (USD $ 720)

Salario 4: El ingreso económico familiar es superior a la canasta básica es decir más de (USD $720).

Es importante recalcar que las canastas planteadas en este estudio sólo toman la referencia monetaria que plantea el INEC. Es decir, este análisis no considera un cálculo en base a alimentos, servicios u otros componentes que podrían incluirse en la metodología de canasta básica y vital.

Los alimentos procesados que fueron incluidos en el presente trabajo de investigación fueron seleccionados en base a la clasificación de la OPS (Organización Panamericana de la Salud), según esta clasificación los alimentos procesados se dividen en 3 grupos.

Grupo 1 Alimentos mínimamente procesados: Son alimentos naturales que han sido alterados sin adherir ninguna sustancia externa pero que han sufrido procesos mínimos (limpieza, lavado, pasteurización, esterilización, empacado al vacío, fermentación, etc.) estos procesos permiten aumentar la durabilidad de los alimentos, mejorar su calidad nutricional y su palatabilidad. Dentro de este grupo se puede encontrar alimentos como: Yogurt, queso, leche, etc. (Organización Panamericana de la Salud, 2019).

Grupo 2 Ingredientes culinarios: Son sustancias que se extraen de los componentes presentes en los alimentos como: aceites, harinas, almidones, azúcar, sal (Organización Panamericana de la Salud, 2019).

Grupo 3 Productos comestibles listos para el consumo: procesados y altamente procesados (ultra procesados):

- **Productos comestibles procesados:** Se conocen como aquellos productos alterados por la adición de sustancias externas como: Sal, azúcar, preservantes y aceites los cuales alteran la naturaleza del alimento original con la finalidad de extender su duración y hacerlo más llamativo o agradable. Dentro de este grupo se pueden incluir conservas de frutas, verduras, mariscos, pescados, estos productos conservan su origen, pero los métodos de procesamiento a los que se someten a veces generan un desbalance nutricional debido a que se añade azúcar, sal, aceite, etc. (Organización Panamericana de la Salud, 2019).

- **Productos comestibles altamente procesados (ultra procesados):** Son aquellos alimentos elaborados principalmente con ingredientes industrializados, la mayoría de su formulación se basa en ingredientes industriales y contienen poco o nada de un alimento natural. El objetivo del ultra procesamiento es realizar un producto que sea durable, agradable y rentable. La mayoría de estos productos incluyen colorantes, preservantes y potenciadores de sabor y son el resultado de procesos tecnológicos sofisticados (hidrogenación, hidrolisis, moldeado, remodelado, etc.). Dentro de este grupo podemos encontrar alimentos como: gaseosas, snacks, productos de pastelería, productos de panadería, margarina entre otros (Organización Panamericana de la Salud, 2019).

En el instrumento se introdujo una lista variada de alimentos procesados que pertenecen a estos 3 grupos los cuales son de consumo común y se pueden encontrar en las tiendas de barrio y supermercados.

Para la obtención de resultados se utilizó el cuestionario elaborado por la investigadora basado en instrumentos nombrados previamente, este consta de 15 preguntas cerradas, con las que se evaluó la percepción e interpretación que los usuarios/clientes le dan al etiquetado nutricional al momento de realizar sus compras. Tuvo un tiempo de aplicación promedio entre 5 a 10 minutos por persona. Antes de realizar la encuesta se preguntó de forma verbal el asentimiento, con la finalidad de confirmar la aceptación de manera voluntaria, para responder a las preguntas y ser partícipes del estudio; no se realizó un consentimiento informado, puesto que la extracción de los datos no se ejecutó con un procedimiento invasivo que implique riesgos para los participantes, ni se realizó extracción de muestras biológicas (Carrasco, 2016, págs. 59-68).

1.5. Plan de recolección y análisis de la información

Para la recolección de información del trabajo de investigación en la muestra obtenida de 169 encuestados solo 149 de las encuestas fueron válidas, debido a que las respuestas obtenidas por parte de 20 personas no fueron consistentes. Las encuestas fueron descartadas porque los individuos no respondieron de manera adecuada y fueron inconsistentes con sus respuestas a las preguntas de la encuesta. Se procedió a eliminar las respuestas “No sabe” o encuesta que no contestan debido a que no es relevante para las variables analizadas, por esta razón el “n” muestral del gráfico es 145 y no 149 ya que esta respuesta representa a 4 personas que fueron eliminadas.

Se realizó un análisis de las variables más relevantes según los objetivos del estudio mediante tablas de contingencia. Los resultados fueron analizados mediante el programa estadístico SPSS e ilustrados mediante porcentajes, frecuencias y gráficos de pastel. Se hizo una prueba estadística de normalidad para identificar la asociación entre las variables relevantes para los objetivos de la investigación. La prueba estadística utilizada fue el Test de Fisher, por el tamaño de la muestra no representativo y las tablas de contingencia presentan valores menores a 5. Autores como (Diaza & Fernández, 2004, págs. 1-7) determinan que: si hay más del 80% de los valores esperados, son equivalentes a <0,05 no se recomienda aplicar la prueba Chi cuadrado y en su lugar se recomienda aplicar el Test de Fisher; para poder aplicar el Test de Fisher, las variables fueron dicotomizadas para cumplir con los requisitos de la prueba estadística.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Etiquetado Nutricional

2.1.1. Introducción al etiquetado nutricional e historia

Las políticas de salud pública son aquellas que toman en cuenta de forma sistemática, las implicaciones de las decisiones sobre la salud. De esta forman buscan evitar los impactos negativos sobre ésta con la finalidad de mejorar la salud de población. (Organización Mundial de la Salud-OMS, 2008). El sobrepeso y la obesidad se han convertido en uno de los problemas más importantes dentro de la salud pública. Para la prevención de estos problemas de salud dentro de estas políticas, se han diseñado intervenciones que se conocen como "best buys" y están dirigidas para su prevención (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura-FAO, Organización Panamericana de la Salud-OPS & Organización Mundial de la Salud, 2018, págs. 1-19).

El principal objetivo de las políticas "best buys" para la prevención de obesidad es generar un cambio dentro del ambiente obeso génico y promover el consumo de alimentos saludables. Para lograrlo, se propone la regularización de la producción de alimentos procesados, su consumo, su publicidad, así como la implementación de un etiquetado en la parte frontal de estos como una forma de advertencia nutricional (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura-FAO,

Organización Panamericana de la Salud-OPS & Organización Mundial de la Salud, 2018, págs. 1-19).

Dentro de este contexto el etiquetado nutricional es conocido como un logotipo el cual se coloca en la parte trasera o delantera del envase o empaque en el cual se encuentra envuelto el alimento con el fin de informar al consumidor de manera simplificada sobre el contenido nutricional del alimento. Aunque esta medida ha sido implementada a nivel mundial el diseño del logotipo es diferente en cada país, la información nutricional que ofrece el etiquetado debe mostrar componentes como el valor energético, el contenido de grasa, de azúcar, de sal y otros ingredientes principales para la elaboración de alimento como colorantes y persevantes. Sin embargo, la información que se ofrece al etiquetado varía dependiendo de la presentación ya que existen dos tipos de etiquetado nutricional: la tabla de contenido y el semáforo nutricionales (Galán, y otros, 2017, pág. 3).

2.1.2. Tabla de contenido nutricional

En 1902 Wilbur Olin Atwater un reconocido químico de la Universidad de Connecticut interesado en el campo de la nutrición publicó la primera tabla de contenido nutricional, la misma que contenía el valor energético de alimentos como carne, azúcar y harina. El modelo base de tabla nutricional que tenemos hasta el día de hoy aparece en el año 1970. Su origen radica en que durante esta época se empieza a concientizar que existía problemas respecto a la deficiencia de nutrientes, debido a esto se empiezan a crear alimentos fortificados, los cuales de manera obligatoria debían llevar una identificación respecto a los ingredientes, vitaminas y minerales que contenían (Taylor & Wilkening, 2008, págs. 437-442).

En 1980 científicos empiezan a notar preocupación en la población, respecto a la alimentación y su relación con la salud y enfermedades. La industria alimentaria comienza a preocuparse por la información brindada al consumidor, que pueda generar confusión o malentendidos, afectando la imagen de sus productos. Como resultado de los eventos nombrados previamente, el Congreso de los Estados Unidos crea la Ley de Educación Nutricional y Nutrición en donde se encarga a la FDA (Administración de Alimentos y Medicamentos) elaborar estatutos que dictaminen que los productores de alimentos, tengan que declarar en las etiquetas acerca de los ingredientes y nutrientes que contiene su producto (Taylor & Wilkening, 2008, págs. 437-442).

La tabla de contenido nutricional actual es un rectángulo con fondo blanco el cual contiene una lista cerrada con el valor energético y los nutrientes que componen un determinado alimento. Posee un tamaño de letra mínimo, consta del valor energético total y el valor energético junto al contenido de grasa, azúcar y sal. El valor energético es expresado en gramos (g), kilocalorías (kcal), kilojulios (Kj) por cada 100 g o 100 ml del alimento (Babio, López, & Salvadó, 2013, págs. 173-181).

Desde su creación en 1970 la tabla no ha sufrido modificaciones. Desde el punto de vista de los consumidores, estos señalan como desventaja su difícil comprensión ya que muchas veces se enfrentan a un lenguaje técnico que dificulta su interpretación o con un tamaño de letra reducido que dificulta el acceso a la información presente en la etiqueta (Cano, Mesa, & Medellín, 2014, págs. 145-158). Asimismo, se ha identificado que existen deficiencias respecto a los conocimientos nutricionales en la población. La escasez de tiempo al momento de realizar las compras y la complejidad en la forma de

presentar la información en la tabla de contenido nutricional dificulta la elección de alimentos saludables.

Autores como (León, Castillo, & Bordonada, 2015, págs. 97-104) señalan que, aunque el consumidor conoce el etiquetado, el uso y la interpretación de éste es deficiente. Por otra parte, (Tolentino-Mayo, Rincón-Gallardo, Bahena-Espina, Ríos, & Barquera, 2018, págs. 328-337) determinaron que es necesario tener conocimientos matemáticos y comprender el resultado de la lectura de la tabla de contenido nutricional.

2.1.3. Semáforo Nutricional

En el año 2004, el Gobierno de Reino Unido, comienza a notar un incremento en el número de muertes prematuras las cuales pudieron haber sido prevenidas y se relacionaron directamente con una mala alimentación en la población inglesa. Aproximadamente, 70.000 personas desarrollaron enfermedades como la diabetes, problemas cardiovasculares y algunos tipos de cáncer a causa de una mala alimentación (Crockett, Hollands, Jebb, & Marteau, 2011, págs. 1-18).

Debido a esto, en el mismo año, el gobierno británico elabora un documento de políticas gubernamentales denominado “Choosing Health” el cual consistía en la implementación de un etiquetado frontal, sencillo y de simple compresión, que pudiese ser implementando en la mayoría de los productos procesados. En apoyo a esta política gubernamental, la Agencia de Estándares Alimentarios de este país, propone un sistema de etiquetado utilizando códigos de color para poder identificar un alimento como alto, medio o bajo referente al contenido de grasa, azúcar y sal. Este sistema fue denominado “Semáforo Nutricional “o “Traffic Light”. Los criterios nutricionales para respaldar este

sistema fueron avalados por expertos en el ámbito de la alimentación, no obstante, debido a discrepancias con los fabricantes de alimentos y supermercados, este sistema no fue implementado formalmente hasta el año 2013 (Morán, 2013).

Dentro de este sistema denominado "semáforo ", el color rojo significa que el alimento es alto en componentes poco saludables (grasa, sal, azúcar). El amarillo indica un nivel medio de estos mismos componentes y finalmente el verde indica un nivel bajo de grasa, sal y azúcar. Cuanto más verde sea la etiqueta más saludable es el producto. Así, este semáforo nutricional supuso la simplificación de la información entregada en la tabla nutricional ya que la presentación de la información permite una mayor comprensión acerca del valor nutricional de los productos antes de comprarlos (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y Agricultura - FAO, 2017).

A partir de su implementación, autores como (Díaz, Veliz, Rivas-Mariño, & Vance Mafla, 2017, págs. 41-54) han determinado que los consumidores utilizan mecanismos de compensación frente al etiquetado como, por ejemplo, aumentar el consumo de alimentos con edulcorantes artificiales. Por otra parte, el mismo análisis evidenció el incumplimiento del etiquetado por parte de algunas empresas, al revelar un aumento en el consumo de gaseosas "light" así como en los jugos procesados, una de las ventajas de este sistema de etiquetado es que, permite a los consumidores, realizar elecciones de alimentos con menor cantidad de azúcar, sal y grasa cuando se encuentran realizando las compras con una cantidad de tiempo limitado (Orozco, Ochoa, Munique, Padro, & Melby, 2017, págs. 82-88).

En contraste con esta evidencia teórica el semáforo se considera una herramienta útil para que los consumidores tomen decisiones responsables e informadas respecto a la selección de alimentos con el fin de mantener la salud y prevenir enfermedades que alteren la calidad de vida (Cano, Mesa, & Medellín, 2014, págs. 145-158).

Una de las ventajas del etiquetado nutricional es que se considera una herramienta útil para que los consumidores tomen decisiones responsables e informadas respecto a la selección de alimentos con el fin de mantener la salud y prevenir enfermedades que alteren la calidad de vida; sin embargo, los consumidores no siempre tienden a leer las etiquetas presentes en los alimentos, ya que ponen énfasis en ingredientes o nutrientes que les resulta poco relevante o importante (Cano, Mesa, & Medellín, 2014, págs. 145-158).

Algunos consumidores señalan como desventaja del etiquetado nutricional la falta de uso y comprensión que encuentran al momento de leer las etiquetas, ya que muchas veces se encuentran con un lenguaje técnico que dificulta su interpretación o con un tamaño de letra reducido que dificulta el acceso a la información presente en la etiqueta (Cano, Mesa, & Medellín, 2014, págs. 145-158)

2.2. Implementación del etiquetado nutricional, percepción y perfil del consumidor

2.2.1. Implementación del Etiquetado en Latinoamérica

A nivel de Latinoamérica en Ecuador, Chile y México el etiquetado fue implementado como una estrategia de salud pública; sin embargo, existe poca o ninguna evaluación y monitoreo respecto al etiquetado de alimentos, mientras que otros países

como Argentina y Perú están haciendo un esfuerzo para establecer una evaluación y monitoreo del etiquetado adecuado. A pesar de que el diseño del etiquetado nutricional varia de país en país existe dificultades similares en el etiquetado nutricional en los países latinoamericanos que han implementado esta medida (Instituto Nacional de Salud Pública de Panamá & Fondo Internacional de Emergencia de las Naciones Unidas para la Infancia, 2016, págs. 1-2).

Una de las principales dificultades es que ninguna declaración determina como obligatorio declarar los azucares añadidos a los alimentos, de manera adicional la cantidad y los componentes permitidos en los alimentos procesados no están delimitados. Otra problemática respecto al etiquetado y la publicidad de los alimentos procesados son las leyendas, personajes y ofertas, las cuales son técnicas de persuasión hacia el consumidor y no se encuentran monitoreadas ni reguladas (Instituto Nacional de Salud Pública de Panamá & Fondo Internacional de Emergencia de las Naciones Unidas para la Infancia, 2016, págs. 1-2).

2.2.2. Percepción del semáforo

En Reino Unido se realizó un estudio acerca del etiquetado nutricional y la percepción de los consumidores, según (Cole, Matthew, Peek, Hayden, & Cowen, 2018, págs. 640-647) se ha visto que el semáforo nutricional se ha vuelto una herramienta importante para el consumidor debido a que se encuentra en cierto tipo de alimentos como procesados y ultra procesados y resalta ingredientes específicos; sin embargo, la información que brinda sobre estos ingredientes es limitada desde el punto de vista de los

consumidores. Uno de los objetivos del estudio fue evaluar el uso y la percepción del semáforo nutricional para la selección de alimentos por parte de la población británica.

Se utilizó un cuestionario denominado Bristol Online Survey FoP traffic light el cual estuvo vigente vía online por cuatro meses, consta con preguntas cerradas basadas en la escala de Likert. Este cuestionario fue validado con 237 personas adultas de 25 a 50 años de diferente etnia, sexo y profesión laboral a las cuales se les envió la encuesta vía online, que fue completada adecuadamente. En el presente estudio se observó que el 75% de los encuestados conocen qué es el semáforo nutricional y para qué sirve; sin embargo, no lo utilizan, puesto que de este 75% sólo el 54,4% considera que el etiquetado es útil para hacer una selección saludable de alimentos, y a pesar de las limitaciones respecto a los ingredientes los consumidores consideran que es de fácil comprensión.

Autores como (Vanderlee, Goodman, Yang, & Hammond, 2012, págs. 327-331) realizaron un estudio en Canadá sobre la percepción del etiquetado nutricional usando un cuestionario llamado Nutritional Knowledge, Understanding of Nutrition Labels and General Health basado en la técnica de Likert en conjunto con muestras de etiquetas de alimentos las cuales eran observadas por los individuos antes de realizar las preguntas este estudio fue realizado debido a que notaron un aumento de obesidad y sobrepeso en la población a la vez que se observó que se ha visto incrementado el consumo de bebidas azucaradas y alimentos procesados.

Uno de los objetivos del estudio es determinar si el consumidor entiende la información brindada en las etiquetas nutricionales respecto a los ingredientes y la cantidad de calorías presente en los alimentos procesados. La conclusión relevante del

estudio fue que solo unos poco individuos eran capaces de entender y utilizar de manera adecuada el etiquetado nutricional de manera que puedan contabilizar la cantidad de calorías presentes en las bebidas y alimentos procesados. El cuestionario fue aplicado a 687 personas de ambos sexos mayores de edad que comprendían las edades entre 18 y 65 años con diferente (etnia, sexo, grado de escolaridad, etc.) y fue validado mediante la aplicación de este cuestionario a 18 personas al azar las cuales no se les indico el propósito del estudio sin embargo entendieron las preguntas y pudieron responder el cuestionario sin ningún problema. De las 687 personas a las cuales fue aplicado el estudio el 91,8% pudo identificar el contenido calórico presente en las etiquetas de manera adecuada; sin embrago, solo el 11,8% era capaz de comprender cuál era la porción estándar que deberían consumir del alimento.

Un estudio realizado en el Ecuador sobre el conocimiento de mujeres indígenas y mestizas sobre el etiquetado nutricional demostró que el uso ~~y~~ del etiquetado nutricional era deficiente en ambos grupos; sin embargo, el porcentaje más bajo de uso del etiquetado es por parte de las mujeres indígenas debido a que poseen un grado más bajo de educación y un conocimiento limitado de la nutrición en relación con la salud, ~~y~~ enfermedad y el semáforo nutricional (Orozco, Ochoa, Munique, Padro, & Melby, 2017, págs. 37-48).

El instrumento es un cuestionario utilizado y diseñado durante la campaña de nutrición “Elige bien y vive bien”, contiene una serie de preguntas cuyo objetivo es determinar la percepción del etiquetado nutricional, el uso que se le da para realizar una selección saludable de alimentos y el conocimiento sobre este, está basado en la técnica de Likert. El objetivo del estudio era demostrar las diferencias en la comprensión y el uso del semáforo nutricional en la población indígena y mestiza. El cuestionario fue aplicado

a 394 mujeres entre edades de 18 a 75 años con diferente nivel de instrucción las cuales pertenecían a poblaciones indígenas o mestizas. Uno de los resultados más relevantes del estudio es que el 84% de las mujeres indígenas no es consciente de la existencia del etiquetado mientras que en la población mestiza el nivel de desconocimiento respecto a este equivale al 46%. Se demostró que solo el 25% de las mujeres mestizas utiliza el semáforo nutricional para hacer una elección saludable de alimentos mientras que en el caso de las mujeres indígenas este equivale exclusivamente al 5% (Orozco, Ochoa, Munique, Padro, & Melby, 2017, págs. 37-48).

2.3. Semáforos nutricionales y sus estándares para evaluación de alimentos

2.3.1. Semáforo nutricional en Reino Unido

Dentro del sistema de semáforo nutricional que se maneja en Reino Unido para que un producto alimenticio sea considerado de categoría Light, no debe poseer más de 3 g de grasa por 100 g de producto sólido, en relación a los líquidos no debe pasar de 1,5 g por cada 100 ml azúcar, por 100 g en el caso la sal y el azúcar no debe de pasar de 5 g por cada 100 ml en el caso de sólidos y 2,5 g por 100 ml en el caso de líquidos. El rango de ingredientes por productos fue realizado por la Agencia de Estándares Nutricionales de Reino Unido, diversos estudios realizados por la misma agencia han demostrado que el semáforo es una de las mejores herramientas para ayudar a los individuos a hacer una mejor elección de alimentos (Scarborough, y otros, 2015, págs. 2-9).

2.3.2. Semáforo Nutricional en Chile

El 6 de Julio del 2012 en Chile advierte un crecimiento en porcentaje de obesidad y en la migración de la población del campo a la ciudad, razón por la que se evidencia un aumento en el consumo de alimentos procesados. Este fenómeno motiva la creación de la ley denominada Ley sobre Composición Nutricional de los Alimentos y su Publicidad la misma que tiene como objetivo reducir el consumo de los nutrientes críticos compuestos por grasa, sal y azúcar, que contribuyen al aumento de peso y pueden generar enfermedades crónicas no transmisibles (Carreño, 2015, págs. 622-628).

El diseño que se eligió para el semáforo chileno consta de una serie de octágonos de color negro, los cuales indican si un alimento es alto en cualquiera de los nutrientes críticos; sin embargo, el etiquetado solo muestra la palabra alto a diferencia del semáforo nutricional utilizado en Ecuador y Reino Unido en donde sí se puede evidenciar si un alimento tiene un contenido medio o bajo de estos ingredientes. Para que un alimento solido ~~se~~ sea considerado alto en cualquiera de estos ingredientes y por lo tanto deba llevar el octágono nutricional, debe cumplir las siguientes características. El contenido de Sodio no debe ser mayor a 400mg/100g de producto, el contenido de azúcar debe sobrepasar los 10g/100g y en el caso de las grasas será mayor a 4g/100g. Respecto a los líquidos los valores correspondientes son: Sodio mayor a 100mg/100ml, Azúcar mayor a 5g/100ml y grasa mayor a 3g/100ml (Ramírez, Sternsdorf, & Pastor, 2016, págs. 1-20).

2.3.3. Semáforo Nutricional en Ecuador

Ecuador posee su propio reglamento y mecanismo de regularización respecto al etiquetado de alimentos procesados a continuación los puntos de corte para el semáforo

nutricional ecuatoriano. Para que un alimento sea considerado bajo, medio o alto en grasa, azúcar y sal debe cumplir las siguientes características.

A continuación, la siguiente tabla con los puntos de corte nombrados previamente

Tabla 1. Puntos de corte de cantidades de grasa, azúcar y sal para alimentos procesados en Ecuador

***(*Puntos de Corte establecidos por la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria para la regulación de etiquetado de alimentos y el semáforo nutricional ecuatoriano)**

Componentes	Bajo	Medio	Alto
Sodio	≤ a 120 miligramos de sodio en 100 g o ml	> a 120 y < a 600 miligramos de sodio en 100 g o ml	≥ a 600 miligramos de sodio en 100 g o ml
Azúcar	≤ 5 gramos en 100 g ≤ 2,5 gramos en 100 ml	> a 5 y < a 15 gramos en 100 g > a 2,5 y < a 7,5 gramos en 100	≥ a 7,5g en 100 ml
Grasas totales	≤ a 3 gramos en 100 g ≤ a 1,5 gramos en 100 ml	> a 3 y < a 20 gramos en 100 g > a 1,5 y < a 10 gramos en 100 ml	≥ a 20 gramos en 100 g Igual o ≥ a 10 gramos en 100 ml

Fuente: (Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria, 2013)
Elaborado por: Carolina Cárdenas

2.4. Alimentos procesados

2.4.1 Alimentos procesados y sus características

Los alimentos procesados atraviesan un proceso industrial antes de ser consumidos, la tecnificación de los alimentos permite que exista disponibilidad de productos que se puedan consumir independientemente que estén fueran de temporada, como granos, frutas, verduras, etc. Los alimentos ultra procesados tienen una formulación industrial alta en componentes como grasa, azúcar, sal, sodio, preservantes y potenciadores de sabor; esta composición, es la que permite que sean adictivos en conjunto con técnicas de mercadeo que nos venden mediante técnicas psicológicas, que

hacen que se desee adquirir de manera compulsiva determinado producto (Hernández, Lorioa, & Tejada, 2018, págs. 108-116).

2.4.2 Alimentos procesados y marketing

El marketing nutricional se entiende por cualquier de tipo marketing referente a bebidas o alimentos, especialmente los procesados que hacen uso de la información nutricional mínima o relativa; esto ha despertado un interés particular en los consumidores, ya que estas estrategias son capaces de influir en los hábitos de compras y en la adquisición de alimentos para el consumo (Casado, Fernández, & Bordonada, 2012, págs. 1569-1575).

El markenting de alimentos ha sido acusado en reiteradas ocasiones de contribuir al aumento de la obesidad mediante tres mecanismos básicos.

1. El precio de los alimentos a corto y largo plazo. - En los últimos 50 años los costos de los alimentos ultra procesados se han visto declinados, mientras que los alimentos frescos son vulnerables a la inflación y su costo ha ido en aumento. El declive de los precios en los alimentos ultra procesados ha sido una ventaja en la industria alimentaria ya que alimentos con precios más altos tienden a ser menos consumidos (Hernández D. , 2013, págs. 552-562).

2. Marketing de comunicaciones. - Estrategia que consiste en llamar la atención de los consumidores mediante el diseño de los envases, su tamaño, porciones grandes, arquitectura de elección y actividades sociales. Se ha demostrado que el tamaño de las porciones influye de manera significativa en la ingesta de alimento,

por el hábito desde jóvenes de consumir grandes cantidades de alimento, este comportamiento puede continuar en la vida adulta provocando que el cuerpo ignore las señales de saciedad. Con respecto a la arquitectura de elección, se refiere a que en los supermercados tienden a colocar en lugares más visibles o notorios los productos que desean vender, por ejemplo, a la altura de los ojos o en las estanterías cercanas a las cajas en donde se hace fila para pagar (Hernández D. , 2013, págs. 552-562).

3. El precio, cantidad y tamaño del envase.- Es una de las estrategias más utilizadas por las compañías de alimentos procesados, es reducir el precio de los alimentos ofreciendo un descuento por un envase más grande o por consumir un envase con varias unidades de productos, esto se conoce como alimentos de tamaño "super" o "big", los cuales generan un aumento en el consumo de calorías (Hernández D. , 2013, págs. 552-562).

2.4.3 Alimentos procesados y su relación con la salud y enfermedad

La industrialización de los alimentos ha generado que exista una mayor disponibilidad de alimentos procesados y ultra procesados altos en componentes críticos como grasa, azúcar y sal, los cuales se han vuelto parte de la dieta occidental y han causado un incremento de enfermedades, sobrepeso, obesidad que a la vez contribuyen a un aumento de enfermedades crónicas no transmisibles que intensifican los índices de morbilidad y mortalidad en la población .Un claro ejemplo de cómo estos alimentos influyen de manera negativa en la salud son las bebidas azucaradas ya que estas aportan

de 220 a 400 calorías extra al día por lo tanto incrementan un 60% el riesgo de padecer sobrepeso u obesidad (Miranda, Núñez, & Maldonado, 2018, págs. 54-63).

El consumo excesivo de estos nutrientes críticos no solamente interfiere en la salud de la población o los individuos autores como (Martínez, Balcázar, Quito, Carrión, & Oliveira, 2016, págs. 1008-1018) señalan que la malnutrición representa una carga para el sistema de salud pública, ya sea por el costo de la atención medica directa o la pérdida de productividad de los individuos.

2.5. Criterios no nutricionales para la adquisición de alimentos

Los consumidores van evolucionando con el pasar del tiempo, en ellos intervienen factores sociales como: demografía, estructura familiar, ambiente económico. Otros factores sociales para intervenir son los componentes de la demanda de productos alimenticios (precio, conveniencia y proximidad). Es importante determinar qué elementos o componentes ejercen más presión y condicionan la compra de estos productos (González, 2018, págs. 23-32)

Al tener tantas opciones disponibles para implantar en su alimentación, el consumidor se ha visto en la necesidad de buscar más información respecto a lo que comemos, lo que ha generado un mayor nivel de atención a la hora de seleccionar un producto. Cabe recalcar que la alimentación es indispensable para el ser humano ya que es un acto que se repite al menos 3 veces al día y está rodeado de múltiples componentes como: Cultura, familia, percepción y territorio) (González, 2018, págs. 23-32)

Ecuador se encuentra en medio de una transición nutricional, en donde no sólo el consumidor va cambiando sino también la cultura alimenticia. Autores como (Orozco, Ochoa, Munique, Padro, & Melby, 2017, págs. 37-48) señalan que la población indígena se ve cada vez más temprano expuesta a alimentos procesados, se determinó que el 69% de los adolescentes indígenas entre el 10 y 19% ya han reportado un alto consumo de bebidas carbonatadas, energizantes y jugos procesados; mientras que, en los mestizos el porcentaje equivale al 81%. La prevalencia de consumo de alimentos ultra procesados de sal y dulce en los grupos indígenas equivale al 55%; mientras que en los mestizos equivale al 65% y la prevalencia de consumo de comida rápida en la población indígena equivale al 41,7% y en el grupo mestizo equivale al 52,5%.

Se ha observado que vivimos en una sociedad más complicada en donde existe horarios de trabajo extensos por lo tanto las familias han dejado de cocinar y reunirse a la hora de la comida, lo que ha hecho que poco a poco se vaya perdiendo la gastronomía tradicional y se opte por alimentos de fácil adquisición, preparación y de consumo rápido.

2.6. Hipótesis

La importancia que se da a la información del conocimiento sobre el etiquetado nutricional no tiene relación con la frecuencia de compra de productos procesados, que se encuentran al expendio en las tiendas de barrio, por los consumidores adultos de la población de Sigsipamba.

CAPÍTULO III

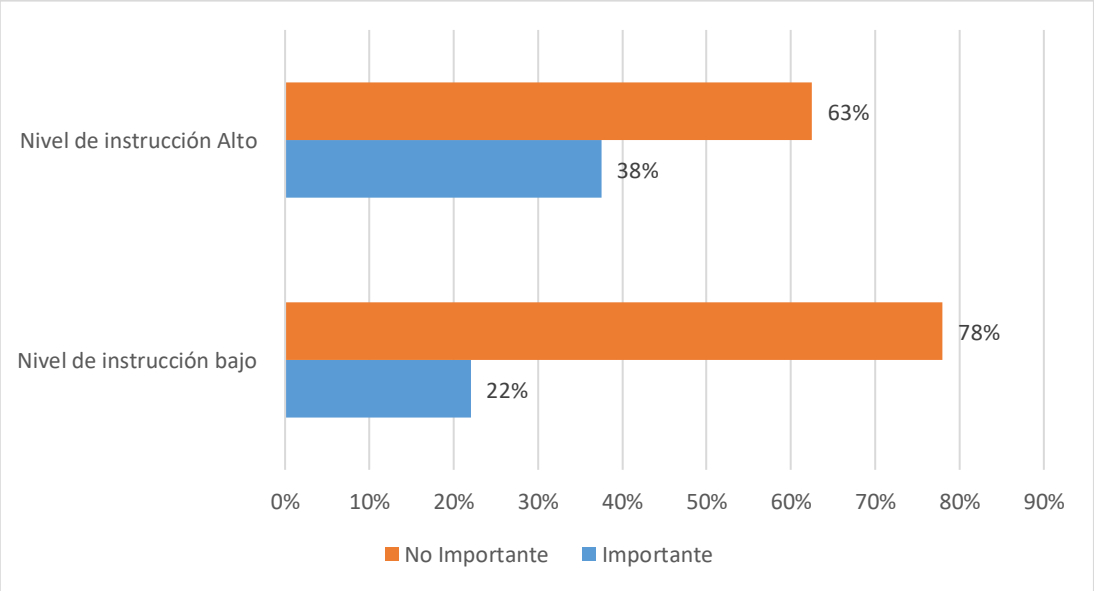
RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1 Resultados

Los resultados obtenidos en el presente estudio están en concordancia con el objetivo general y los objetivos específicos planteados; sin embargo, se han analizado variables sociales y económicas que se consideran relevantes para comprender el argumento en relación con la población en donde se realizó el estudio.

3.1.1. Conocimiento e importancia sobre el etiquetado nutricional en la población del Barrio Sigsipamba

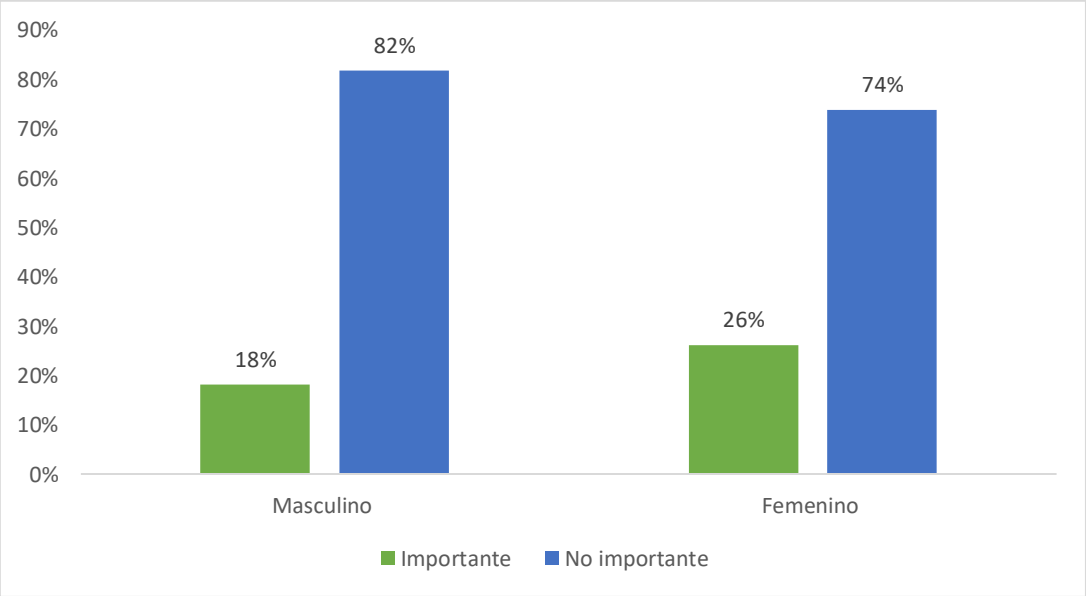
Figura 2. Nivel de instrucción e importancia del conocimiento del semáforo nutricional por parte de los encuestados del barrio Sigsipamba – consumidores de las tiendas del barrio Sigsipamba Enero (2020)



Fuente: Encuestas realizadas a los consumidores de las tiendas del barrio Sigsipamba, enero 2020
Elaborado por: Carolina Cárdenas

Se puede observar en (figura 2) que el 78 % de los consumidores con un bajo nivel de escolaridad consideran que el semáforo nutricional no es importante (p=0,1054), con relación a consumidores con un alto grado de escolaridad el 63% considera que el semáforo nutricional no es importante. Al correr la prueba exacta de Fisher se identifica que no existe relación entre las dos variables nombradas previamente

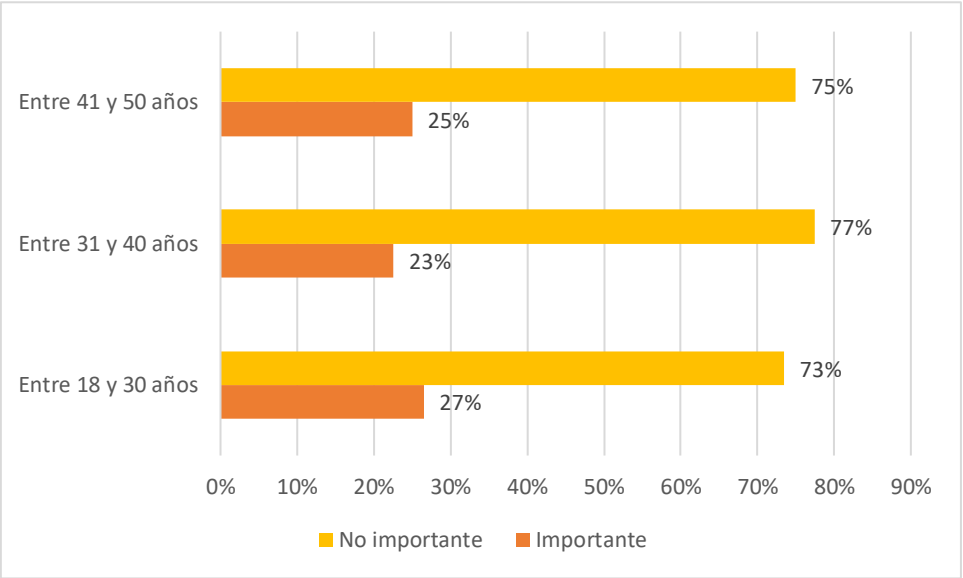
Figura 3. Importancia del semáforo nutricional y género de los encuestados del Barrio Sigsipamba – consumidores de las tiendas del barrio Sigsipamba, enero (2020)



Fuente: Encuestas realizadas a los consumidores de las tiendas del barrio Sigsipamba, enero 2020
Elaborado por: Carolina Cárdenas

Se pueden observar en (figura 3) que el 82% de los encuestados que consideran el semáforo nutricional no importante son consumidores de sexo masculino; en relación con las personas de sexo femenino, que alcanza el 74% considerando también que el semáforo es no es importante. Esto significa que, sólo el 26% de mujeres y el 18% de hombres consumidores les parece importante.

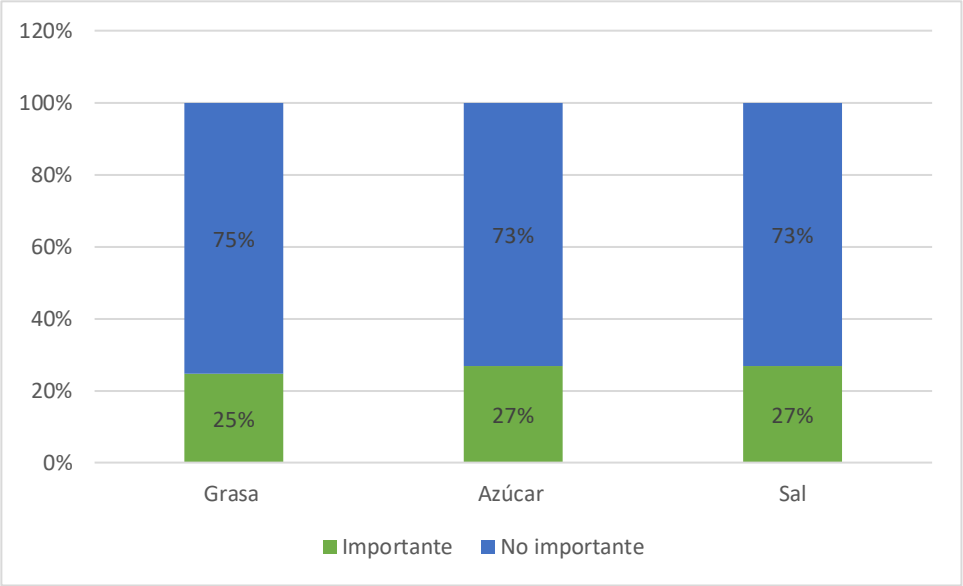
Figura 4. Importancia del semáforo nutricional y la edad de los encuestados del Barrio Sigsipamba– consumidores de las tiendas del barrio Sigsipamba Enero (2020)



Fuente: Encuestas realizadas a los consumidores de las tiendas del barrio Sigsipamba, enero 2020
Elaborado por: Carolina Cárdenas

Se puede observar en (figura 4) que de los encuestados entre 18 y 30 años el 73 % consideran que el semáforo nutricional no es importante; en el grupo de 31 y 40 años el 77% considera que el semáforo nutricional no es importante; finalmente el grupo de 41 y 50 años el 75% considera también que el semáforo nutricional no es importante (p=0,1952). Al correr la prueba exacta de Fisher se identifica que no existe relación entre las dos variables nombradas previamente

Figura 5. Importancia del conocer la cantidad de grasa, azúcar y sal para los encuestados del Barrio Sigsipamba– consumidores de las tiendas del barrio Sigsipamba, enero (2020)



Fuente: Encuestas realizadas a los consumidores de las tiendas del barrio Sigsipamba, enero 2020
Elaborado por: Carolina Cárdenas

Se pueden observar en (figura 5) que el 75% de consumidores no considera importante conocer la cantidad de grasa que existe en el producto y el 73% de los encuestados no considera importante conocer la cantidad de sal y azúcar que contiene el producto.

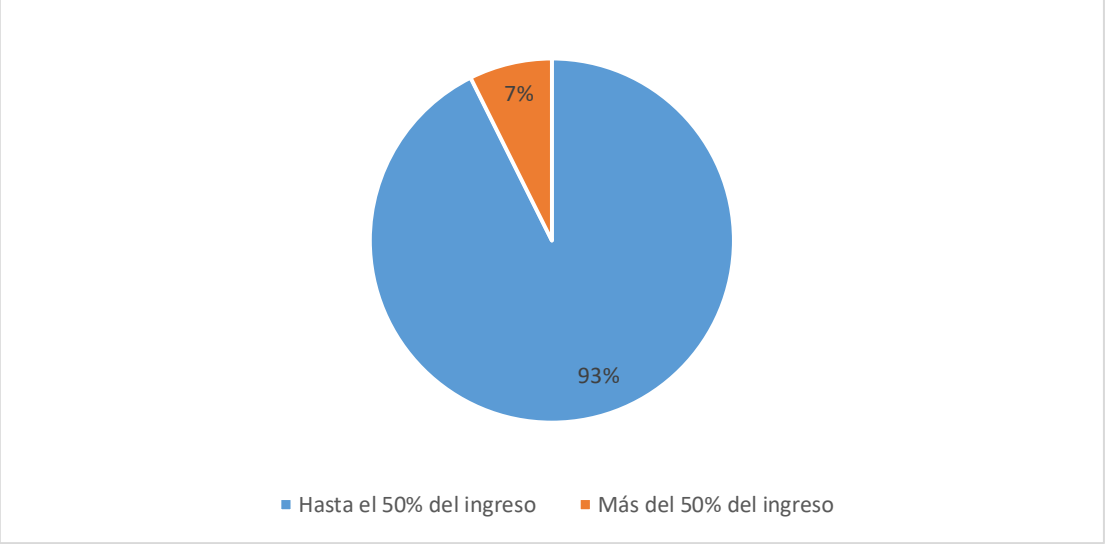
Esto significa que menos del 30% de los consumidores piensan que es importante conocer la cantidad de grasa, sal y azúcar que existe en los productos que adquieren.

Importancia que le dan los consumidores del Barrio Sigsipamba a la tabla de contenido nutricional – consumidores de las tiendas del barrio Sigsipamba Enero (2020)

Se hizo una pregunta respecto a la tabla de contenido nutricional y ninguno menciono que era importante. El 100% de los encuestados señala que la tabla de contenido nutricional no es importante a la hora de seleccionar un alimento

3.1.2 Características no nutricionales para la adquisición de productos procesados por parte de los consumidores de las tiendas del barrio Sigsipamba

Figura 6. Monto Invertido en Alimentación de los encuestados del Barrio Sigsipamba– consumidores de las tiendas del barrio Sigsipamba enero (2020)



Fuente: Encuestas realizadas a los consumidores de las tiendas del barrio Sigsipamba, enero 2020
Elaborado por: Carolina Cárdenas

En el presente grafico (Figura 8) solo 128 individuos contestaron la pregunta esto se debe a que de los 149 encuestados (21 de ellos indican que no sabían la cantidad de dinero que invertían en alimentación, por lo tanto, estos 21 individuos fueron descartados para el análisis de esta pregunta). De este total que respondieron, el 93% invierte hasta el 50% de sus ingresos económicos en alimentación; mientras que, solo un 7% invierte más del 50 % de sus ingresos económicos para esta actividad.

Tabla 2. Ingreso económico e importancia del precio de los encuestados del Barrio Sigsimpamba – consumidores de las tiendas del barrio Sigsipamba, enero (2020)

Importancia del precio	Salario 1 Ingreso Económico familiar ≤ al SBU	Salario 2 Ingreso económico familiar entre el SBU y la canasta vital	Salario 4 ingreso económico familiar superior a la canasta básica	Total
Importante	112	31	0	143
No importante	0	0	2	2
Total	112	31	2	145

Nota: Importancia del precio para la adquisición de alimentos en relación con el ingreso económico
Fuente (Encuestas realizadas a los consumidores de las tiendas del barrio Sigsipamba, enero 2020)
Elaborado por: Carolina Cárdenas

En la tabla (Tabla 2) se puede observar que para 112 personas clasificados en el Salario 1, el precio para la adquisición de alimentos es importante en relación a su ingreso económico; Para 31 personas clasificados en el Salario 2, el precio para la adquisición de alimentos también es importante en relación a su ingreso económico; Mientras que, para los consumidores que perciben el salario 4 que son 2 personas el precio no es importante para la adquisición de alimentos en relación a su ingreso económico.

En la presente tabla no se ha incluido en el análisis el salario 3 (Ingreso económico familiar el cual se ubica entre la canasta vital USD $ 507 y la canasta básica USD $ 720) debido a que no existieron encuestados que se encuentren dentro de este rango económico.

Tabla 3. Nivel de instrucción e importancia del precio por parte de los encuestados del Barrio Sigsimpamba – consumidores de las tiendas de barrio Sigsipamba, enero (2020)

Importancia del precio	Nivel de instrucción bajo	Nivel de instrucción alto	Total
Importante	116	31	147
No importante	0	2	2
Total	116	33	149

Nota: Importancia del precio para la adquisición de alimentos en relación con el nivel de instrucción
Fuente: Encuestas realizadas a los consumidores de las tiendas del barrio Sigsipamba, enero 2020
Elaborado por: Carolina Cárdenas

En la tabla (Tabla 3) se puede observar que para 116 de los consumidores con un nivel de instrucción bajo, el precio es importante para la adquisición de alimentos; mientras que, solo para 2 personas con un nivel de instrucción alto el precio no es importante

Tabla 4. Ingreso económico e importancia de la marca por parte de los encuestados del Barrio Sigsimpamba – consumidores de las tiendas del barrio Sigsipamba, enero (2020)

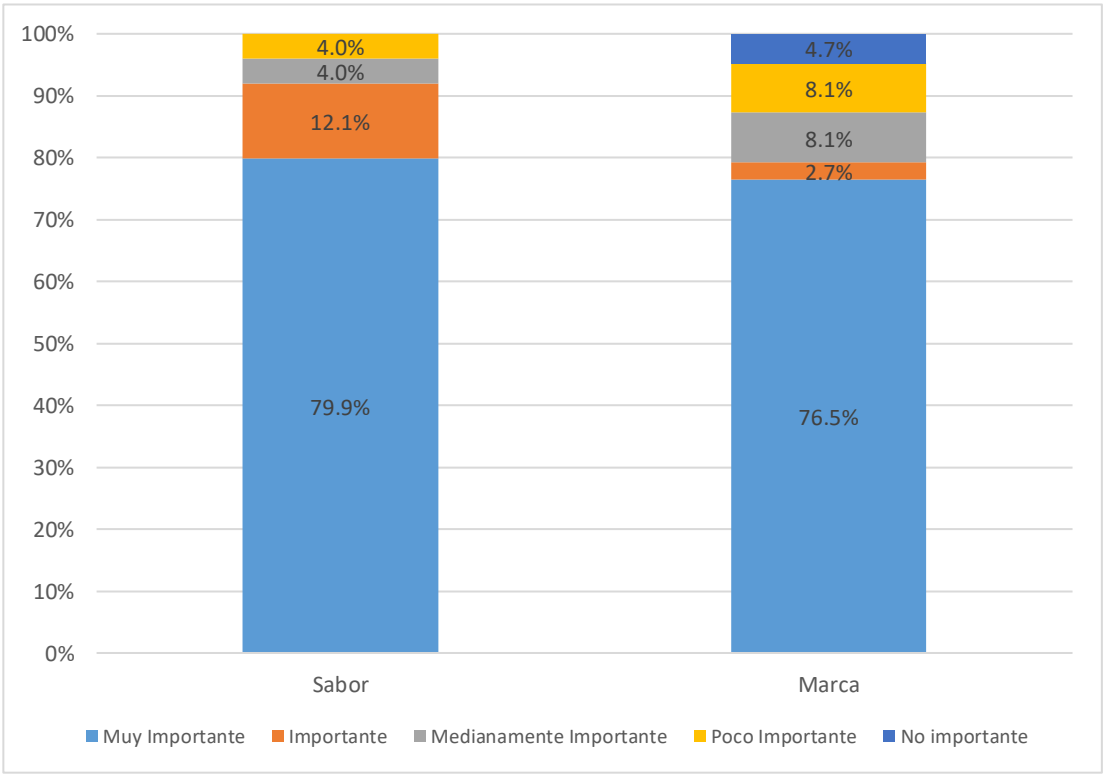
Importancia de la marca	Salario 1 (Ingreso económico familiar menor o igual al SBU)	Salario 2 (Ingreso económico familiar entre el SBU y la canasta vital)	Salario 4 (ingreso económico familiar superior a la canasta básica)	Total
Importante	88	26	0	114
No importante	24	5	2	31
Total	112	31	2	145

Nota: Importancia de la marca para la adquisición de alimentos en relación con el nivel de ingreso
Fuente: Encuestas realizadas a los consumidores de las tiendas del barrio Sigsipamba Enero 2020
Elaborado por: Carolina Cárdenas

En la tabla 4 se puede observar que para 88 de los consumidores correspondientes al Salario 1, la marca para la adquisición de alimentos es importante en relación a su ingreso económico; mientras que, para las personas que perciben al salario 4 que son 2, la marca no es importante para la adquisición de alimentos en relación a su ingreso económico.

En la presente tabla no se ha incluido en el análisis el salario 3 (Ingreso económico familiar que se ubica entre la canasta vital USD $ 507 y la canasta básica USD $ 720) debido a que no se identificaron encuestados que se encuentre dentro de este rango económico.

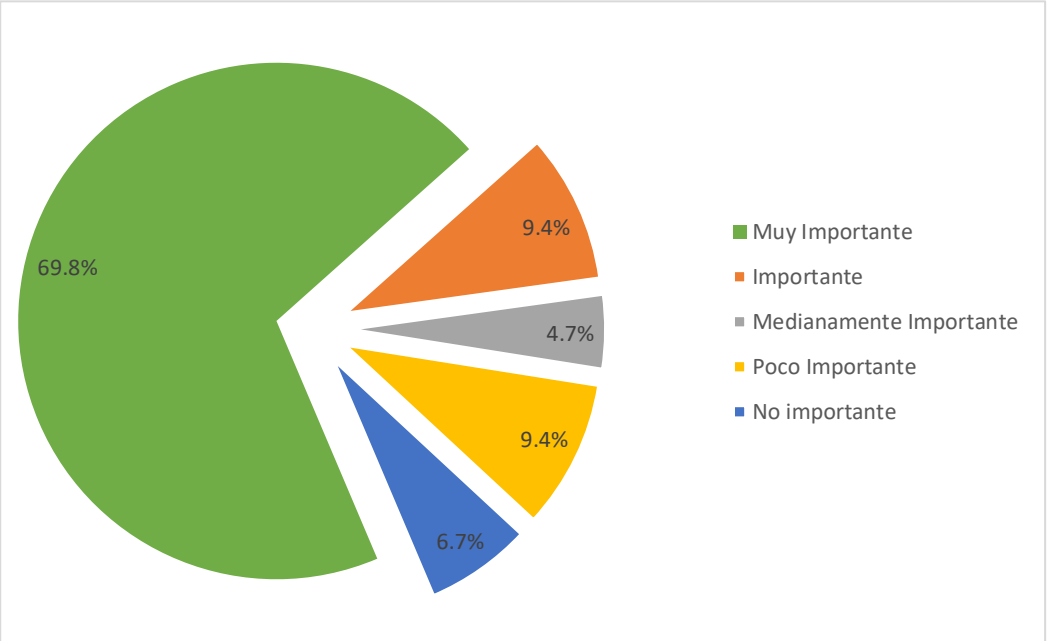
Figura 7. Importancia que tiene el sabor y la marca para la compra de alimentos por parte de los consumidores del Barrio Sigsimpamba – consumidores de las tiendas del barrio Sigsipamba Enero (2020)



Fuente: Encuestas realizadas a los consumidores de las tiendas del barrio Sigsipamba, enero 2020
Elaborado por: Carolina Cárdenas

Se puede observar que en el presente gráfico (figura 7) el 79,9 % de los encuestados considera que el sabor es muy importante a la hora de adquirir un alimento; mientras que, el 76,5 % de los encuestados considera que la marca es muy importante para la adquisición de alimentos.

Figura 8. Influencia que tienen los medios de comunicación para la compra de alimentos por parte de los consumidores del Barrio Sigsimpamba – consumidores de las tiendas del barrio Sigsipamba, enero (2020)

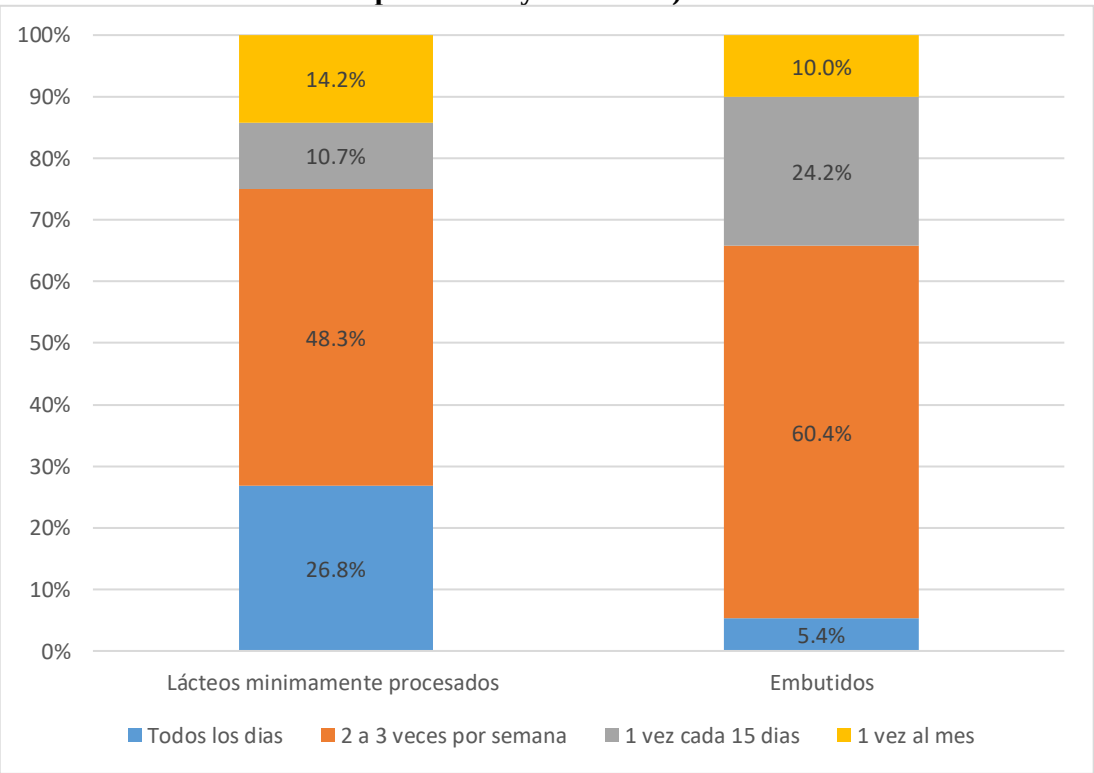


Fuente: Encuestas realizadas a los consumidores de las tiendas del barrio Sigsipamba enero 2020
Elaborado por: Carolina Cárdenas

Como se puede observar en la figura 8 el 69,8 % de los encuestados respondieron que los medios de comunicación influyen de manera muy importante a la hora de seleccionar un alimento.

3.1.3 Consumo de alimentos procesados por parte de los consumidores del Barrio Sigsipamba y su frecuencia de adquisición – consumidores de las tiendas de barrio Sigsipamba, enero (2020)

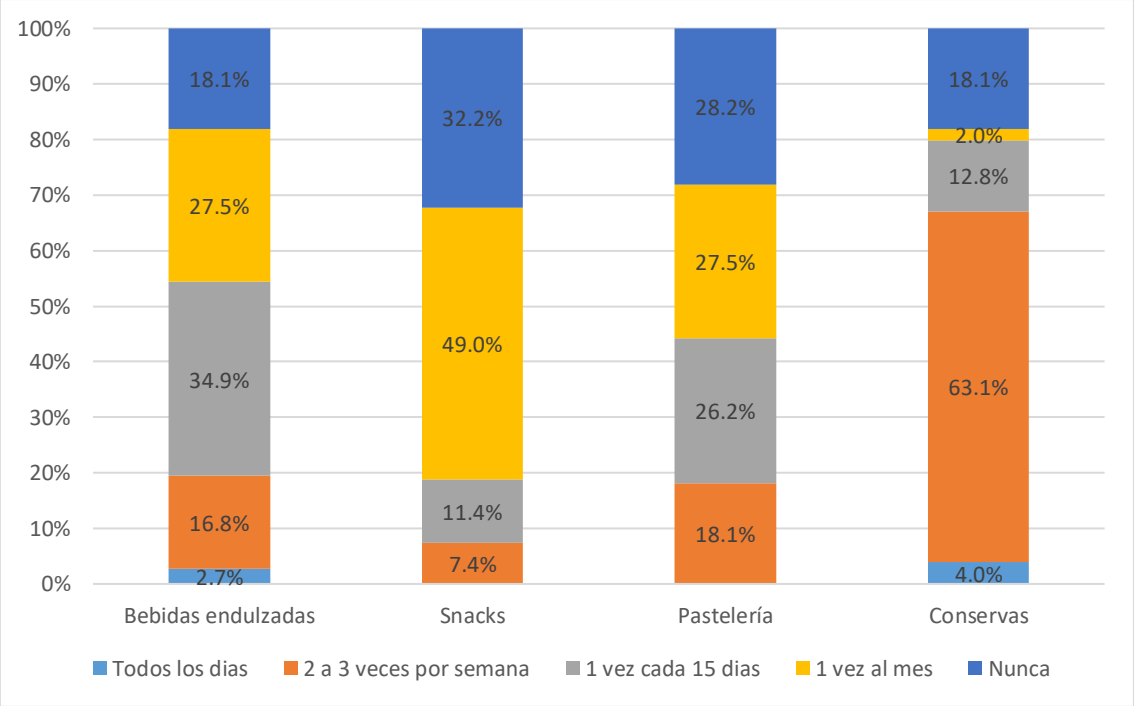
Figura 9. Frecuencia de consumo de alimentos procesados por parte de los encuestados del Barrio Sigsimpamba. Consumo de alimentos proteínicos (Lácteos mínimamente procesados y embutidos)



Fuente: Encuestas realizadas a los consumidores de las tiendas del barrio Sigsipamba, enero 2020
Elaborado por: Carolina Cárdenas

En el presente gráfico (figura 9) se puede identificar la frecuencia con la que se consumen alimentos procesados de origen proteínico como lácteos mínimamente procesados (yogurt, queso, leche saborizada) los cuales fueron incluidos en el presente estudio para su respectivo análisis; puesto que, son alimentos de alta demanda y que a pesar de ser procesados se perciben como buenos para la salud y su consumo es de 2 a 3 veces por semana en un 48,3 %. Los embutidos como (mortadela, jamón y salchichas) se consumen de manera regular (2 a 3 veces por semana) a pesar de ser alimentos proteínicos no saludables. Sin embargo, estos productos tienen una mayor prevalencia de consumo (60,4%) en comparación a los lácteos (48,3%).

Figura 10. Adquisición de bebidas endulzadas, snacks, pastelería y conservas por parte de los encuestados del Barrio Sigsimpamba – consumidores de las tiendas del barrio Sigsipamba, enero (2020)



Fuente: Encuestas realizadas a los consumidores de las tiendas del barrio Sigsipamba, enero 2020
Elaborado por: Carolina Cárdenas

Como se puede observar en el presente grafico (figura 10) el alimento procesado que se consume con mayor frecuencia de 2 a 3 veces por semana son las conservas en un 63% (atún, mariscos enlatados, conservas de frutas y verduras), esto debido a que se caracterizan por tener altas cantidades de sal y azúcar que permite potenciar su sabor y extender su durabilidad. El alimento procesado que mayormente se consume cada 15 días son las bebidas endulzadas en un 35%, (colas, jugos envasados, té), ya que las bebidas endulzadas no se perciben como un producto dañino para la salud por los edulcorantes empleados.

3.2 Discusión

En el presente estudio se puede observar que no existe una relación significativa entre la importancia que da la población al semáforo nutricional y la adquisición de alimentos procesados; Puesto que, en un término medio el porcentaje de minimización o falta de una justa valoración de la información que se encuentra en los alimentos procesados, en forma global corresponde aproximadamente a las tres cuartas partes de las personas que consumen este tipo de productos en la población de Sigsipamba. Los resultados por el género de los encuestados, en cuanto a la importancia que tiene el semáforo nutricional a la hora de adquirir un determinado alimento, alcanza el 78% de los varones y el 83% de las mujeres señalando no darle importancia a esta etiqueta. Estos resultados difieren con lo que mencionan autores como (Ikonen, Sotgiu, Aydinli, & Verlegh, 2019, págs. 1-24) en su estudio Consumer effects of front-of-package nutrition labeling: an interdisciplinary meta-analysis. Journal of the Academy of Marketing Science, que se observó a las mujeres prestar mayor atención a las etiquetas nutricionales que existen en los productos, para hacer una selección saludable de alimentos a diferencia de los varones; además las mujeres presentaron un mayor grado de conciencia respecto a su alimentación. Cuando se analizó el nivel de importancia que ambos géneros le otorgaban al conocimiento de los componentes presentes en el semáforo nutricional como: cantidad de grasa, azúcar se determinó que el 75% no le importa conocer la cantidad de grasa en el semáforo nutricional y al 73% de los encuestados no le importa conocer la cantidad de azúcar y sal. Autores como (Ikonen, Sotgiu, Aydinli, & Verlegh, 2019, págs. 360-383) señalan que los individuos que consumen alimentos con grandes cantidades de estos nutrientes sobreponen sus hábitos alimenticios frente a la información brindada por el semáforo nutricional y que perciben los alimentos cuyo semáforo se encuentra en verde como saludables y poco apetitosos.

Otro hallazgo relevante que se determinó en el presente trabajo de investigación radica en que no existe relación entre la importancia que se le otorga al semáforo nutricional y el nivel de instrucción de los encuestados, los resultados del análisis de estas variables presentan un p mayor a 0,05. Esto difiere de los que señalan autores como (Machín, y otros, 2017, págs. 330-338) en su estudio Consumer Perception of the Healthfulness of Ultra-processed Products Featuring Different Front-of-Pack Nutrition Labeling Schemes, en donde determinaron que los individuos con un bajo nivel de instrucción tienen un menor nivel de conocimiento nutricional, por lo tanto presentan una mayor dificultad para comprender la información brindada en las etiquetas nutricionales, en razón que muchas veces no comprenden el significado de los colores del semáforo, especialmente si este presenta dos colores opuestos en un mismo envase por ejemplo rojo y verde .

Uno de los tipos de etiquetado nutricional que se analizó en el presente estudio es la tabla de contenido nutricional, ya que también se encuentra dentro de los alimentos procesados. Los resultados obtenidos arrojaron que el 100% de los encuestados no considera importante conocer esta etiqueta esto es consecuente con lo que señalan autores como (Cano, Mesa, & Medellín, 2014, págs. 145-158) en su estudio "Etiquetado Nutricional", una mirada desde los consumidores de alimentos determinaron que solo el 1,8% de los encuestados leían la información completa sobre la tabla de contenido nutricional; estos porcentajes obtenidos en ambos trabajos de investigación, señalan que para los consumidores no es relevante conocer la tabla de contenido nutricional.

Como fue indicado anteriormente, el consumidor puede presentar dificultades para interpretar el semáforo nutricional; por esta razón, podría restarle importancia y anteponer sus hábitos alimenticios frente a la información brindada por la etiqueta. Autores como (Zapata, Rovirosa, & Carmuega, 2016, págs. 473-486) señalan que el consumo de

alimentos procesados como pastelería, embutidos, lácteos, gaseosas, conservas (los cuales muchas veces poseen su semáforo nutricional en color rojo o amarillo) se hace cada vez más frecuente y en contraparte se ve una disminución en el consumo en alimentos frescos. Los resultados obtenidos en el presente trabajo de investigación son consecuentes con estos hallazgos ya que los alimentos procesados se consumen dentro del barrio Sigsipamba, en un promedio de 2 a 3 veces por semana especialmente embutidos, lácteos procesados, conservas y enlatados.

Una de las razones por las que estos productos son consumidos con frecuencia a pesar de la advertencia del semáforo nutricional, se debe a lo llamativo de sus características no nutricionales hacia el consumidor. El 79,9% de los encuestados en el presente trabajo de investigación, considera que el sabor es muy importante a la hora de seleccionar un alimento. Autores como (Carreras, Cuello, & Niro, 2017, pág. 15) señalan que alimentos procesados destacan por ser altamente apetitosos y sabrosos, debido a que presentan una combinación de grasa, sal y azúcar, lo cual resulta adictivo, además de poseer colorantes y potenciadores de sabor que permiten generar en las personas, patrones alimentarios negativos o poco saludables, ya que alteran los mecanismos presentes en el aparato digestivo y envían señales de saciedad erróneas al cerebro lo cual permite aumentar el apetito por estos productos. Otra de las características no nutricionales que hacen llamativo a estos alimentos se debe a la marca; en el presente estudio se observó que el 76,5 % de los encuestados, considera que la marca es muy importante al momento de adquirir un alimento, esto se debe a que la marca de un alimento determina ciertos estatus; es decir, si un producto es mejor que otro o si contiene ingredientes de mejor calidad. Autores como (Orozco, Ochoa, Munique, Padro, & Melby, 2017, págs. 82-88) señalan que se piensa que entre menor costo tenga el producto, menor será su calidad, por

lo que a veces el consumidor opta por comprar el alimento con el precio más alto; tomando esta premisa, si una marca es más costosa querría decir que es de mejor calidad. Las características no nutricionales como sabor y marca hacen que los productos procesados posean una alta predilección y un estilo llamativo para el consumidor lo que produce el desarrollo de una preferencia por estos alimentos y hacia las empresas que los producen (Sergio, Santana, Romero, Salcido, & Guerra, 2017, págs. 1-14).

Sobre la importancia del precio de los productos procesados se determinó que, en el Barrio Sigsipamba al tratarse de una población vulnerable con bajos ingresos, este factor es crucial a la hora de escoger los alimentos para el hogar (Altamirano, Caprano, Panico, Silberman, & Soto, 2018, págs. 29-47). Señalan que, dentro de hogares con bajos ingresos, el monto invertido en alimentación se ve influenciado por el costo de servicios y necesidades básicas como agua potable, saneamiento, electricidad, etc. En el presente trabajo de investigación se observó que el 93% de los encuestados invierten 50% de sus ingresos económicos o más en alimentación. Además, autores como (Machín, y otros, 2017, págs. 330-338) señalan que los individuos que poseen menores ingresos adquisitivos basan sus decisiones de compra de alimentos principalmente en los factores económicos.

Sin embargo, autores como (Stasi, y otros, 2018, págs. 650-654) señalan que las razones por las cuales los consumidores eligen ciertos alimentos procesados sobre otros que no son totalmente esclarecidos, puesto que la alimentación es un proceso complejo que evoluciona a través del tiempo y se ve influenciado por el nivel de ingreso, el precio, la cultura, las estrategias de marketing, factores geográficos y económicos los cuales componen la interacción compleja entre la adquisición y consumo de alimentos.

El consumidor se enfrenta a un mercado de productos diversos con alta variabilidad, los cuales evolucionan en base a los cambios en los patrones alimentarios, las demandas de los clientes, la industrialización, el estilo de vida y las técnicas de marketing; para que el consumidor pueda tomar decisiones responsables y saludables, es necesario promover la educación nutricional, corrigiendo las falencias de los etiquetados nutricionales actuales, en conjunto con la creación de políticas de salud pública, que sean rigurosas en el monitoreo del marketing nutricional y etiquetado que usan las industrias de alimentos en la actualidad.

CONCLUSIONES

- Se comprobó que no existe relación entre la adquisición de productos procesados y la importancia del conocimiento sobre el etiquetado nutricional; puesto que los consumidores en estudio a pesar de su género, edad y nivel de instrucción señalaron en su mayoría, no dar importancia al conocimiento sobre la tabla de contenido nutricional y al semáforo nutricional con sus componentes.
- Se estableció mediante este estudio que las características no nutricionales más importantes para la adquisición de alimentos procesados por parte de los consumidores del barrio Sigsipamba, son: el precio, la marca y el sabor, sin embargo, el precio fue el factor más relevante para la compra de alimentos procesados ya que se relaciona directamente con el ingreso de los encuestados y por lo tanto con el nivel de adquisición de alimentos.
- El consumo de alimentos procesados por parte del segmento de consumidores que aportaron al estudio, consumen con mayor frecuencia lácteos mínimamente procesados, conservas y embutidos con una frecuencia de 2 a 3 veces por semana.

RECOMENDACIONES

- Por el concepto universal y específicamente en lo que a nuestros contenidos de investigación se refiere, es importante iniciar en cada uno de los hogares un cambio de paradigma con respecto a la utilización de la información facilitada al consumidor en los alimentos procesados, esta recomendación no necesita ser procesada ni tramitada a entidades con la obligación de este tipo de gestión; simplemente el que escucha la lectura o lee, debe empezar a ser proactivo en función de una cultura que ha sido necesaria en el ayer, ahora y sigue siendo más aún para el mañana.
- Dentro de este contexto que atañe a toda la humanidad sin diferencias de ninguna clase, es preciso transmitir la recomendación que por lógica se considera relevante para organismos locales, nacionales e internacionales de: mantener investigaciones en forma continua sobre el tema de etiquetado nutricional de productos procesados, para tener siempre una visión real y actualizada de factores que puedan ayudar a la cultura alimentaria y prever una buena salud a la población objeto de estudio y población que produce alimentos procesados, que no han sido objeto de estudio por esta ocasión.
- Se debe motivar la lectura e interpretación de la información tipo semáforo nutricional en todo nivel.
- Establecer un tamaño más grande de letra, de la información en los productos procesados.
- Para futuras investigaciones sobre el etiquetado nutricional y su asociación con la adquisición de alimentos procesados, se recomienda utilizar un instrumento con un mayor grado de validez, para obtener menor cantidad de sesgos en los resultados; así

como, tomar en cuenta el núcleo familiar de los encuestados para tener más información sobre los hábitos de compra.

- Se debe seguir realizando investigaciones sobre cuáles son los factores o características que influyen en el consumidor para la adquisición de alimentos procesados, para determinar variables que influyen en la decisión de compra.
- Se debe ampliar las investigaciones respecto a cómo el consumidor percibe e interpreta el etiquetado nutricional, para determinar cómo se relaciona con los hábitos y la frecuencia de compra de productos procesados.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Abreu, M., Cárdenas, S., Rodríguez, M., & Durruthy, M. (2015). Consideraciones acerca los métodos estadísticos y la investigación en salud. *Revista Médica Electrónica, 37(5)*, 514-522. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1684-18242015000500010&lng=es&tlng=es

Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria. (2013). *Contenido de componentes y concentraciones permitidas.* Obtenido de https://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/08/REGLAMENTO-SANITARIO-DE-ETIQUETADO-DE-ALIMENTOS-PROCESADOS-PARA-EL-CONSUMO-HUMANO-junio-2014.pdf

Altamirano, R., Caprano, S., Panico, C., Silberman, M., & Soto, G. (2018). Estructura económica, distribución del ingreso, patrones de alimentación y las condiciones nutricionales en México. *Economíaunam, 15(45)*, 29-47. Obtenido de http://www.scielo.org.mx/pdf/eunam/v15n45/1665-952X-eunam-15-45-29.pdf

Arciniega, U., & De Dios, J. (2014). En la transición a la edad adulta los adults emergentes. *International Journal of Developmental and Educational Psychology, 3(1)*, 145-160. Obtenido de https://www.redalyc.org/pdf/3498/349832310013.pdf

Arrúa, A., Machín, L., Curutchet, M., Martínez, J., Antúnez, L., Alcaire, F., . . . Gastón, A. (2017). Warnings as a directive front-of-pack nutrition labelling scheme:comparison with the Guideline Daily Amount and traffic-light systems. *Public Health Nutrition, 20(13)*, 1-10. Obtenido de https://doi.org/10.1017/S1368980017000866

Babio, N., López, L., & Salvadó, J. (2013). Análisis de la capacidad de elección de alimentos saludables por parte de los consumidores en referencia a dos modelos de etiquetado nutricional; estudio cruzado. *Nutrición hospitalaria, 28(1)*, 173-181. Obtenido de http://dx.doi.org/10.3305/nh.2013.28.1.6254

Barojas, S. (2005). Fórmulas para el cálculo de la muestra en investigaciones de salud. *Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal, 11(2)*, 333-338. Obtenido de https://www.redalyc.org/pdf/487/48711206.pdf

Brown, J. (2014). *Nutrición en las diferentes etapas de vida.* México: Thompson Corporation .

Cano, L., Mesa, S., & Medellín, S. (2014). Etiquetado nutricional, una mirada desde los consumidores de alimentos. *Perspectivas en Nutrición Humana, 16(2)*, 145-158.

Carrasco, O. (2016). El consentimiento informado del paciente en la actividad asistencial médica. *Revista Médica La Paz, 22(1)*, 59-68. Obtenido de http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1726-89582016000100010

Carreño, I. (2015). Chile's Black STOP Sign for Foods High in Fat, Salt or Sugar. *European Journal of Risk Regulation, 6(4)*, 622-628. Obtenido de https://doi.org/10.1017/S1867299X0000516X

Carreras, M. J., Cuello, M. d., & Niro, M. M. (2017). *Alimentos Ultraprocesados: relación con el sobrepeso, la obesidad y el riesgo cardiovascular por score Framingham.* Córdoba: Universidad Nacional de Córdoba.

Casado, C., Fernández, R., & Bordonada, R. (2012). Uso del marketing nutricional en productos anunciados por televisión en España. *Revista nutrición hospitalaria, 27(5)*, 1569-1575. Obtenido de https://dx.doi.org/10.3305/nh.2012.27.5.5905

Cole, Matthew, Peek, Hayden, & Cowen, D. (2018). UK consumer perceptions of a novel tillreceipt 'trafficlight' nutrition system. *Health Promotion International. ISSN 09574824*, DOI: http://dx.doi.org/10.1093/heapro/day007.

Colorado, D., Taba, C., & Parra, H. (2015). Las etiquetas nutricionales: una mirada desde el consumidor. *Revista En-contexto / ISSN: 2346-3279, 3*, 121-140. Obtenido de http://ojs.tdea.edu.co/index.php/encontexto/article/view/296

Crockett, R., Hollands, G., Jebb, S., & Marteau, T. (2011). Nutritional labelling for promoting healthier food purchasing and consumption. *Cochrane Database of Systematic Reviews, Issue 9*. doi:DOI: 10.1002/14651858.CD009315

De Oliveira Lima-Filho, D., Quevedo-Silva, F., Gomes Coelho Ewerling, S., & Rodrigues da Silva, W. (2016). Criterios de selección y de consumo alimentarios en pequeñas ciudades de Brasil. *INVENIO 19 (37)*, 125-138.

Díaz, A. A., Veliz, P. M., Rivas-Mariño, G., & Vance Mafla, C. (2017). Etiquetado de alimentos en Ecuador: implementación, resultados y acciones pendientes. *Revista Panamericana de Salud Pública*, 41-54. Obtenido de http://iris.paho.org/xmlui/bitstream/handle/

Diaza, & Fernández. (2004).

Freire, W., Waters, W., & Mariño, G. (2017). Semáforo nutricional de alimentos procesados: estudio cualitativo sobre conocimientos, comprensión, actitudes y prácticas en el Ecuador. *Revista Peruana de Medicina Experimental y Salud Pública, 34(1)*, 11-18. Obtenido de https://doi.org/10.17843/rpmesp.2017.341.2762

Gaitán, D. (2010). Caracterización de las tiendas de barrio de Cartagena. *Revista académica de educación, 4(8)*, 59-70. Obtenido de http://dx.doi.org/10.15765/pnrm.v4i8.52

Galán, P., González, R., Hercberg, S., Varela-Moreiras, G., Aranceta-Bartrina, J., & Serra-Majem, L. (2017). El logotipo nutricional NutriScore en los envases de los alimentos puede ser una herramienta útil para los consumidores españoles. *Rev Esp Nutr Comunitaria, 23(2)*.

González. (2018).

González, H. (2016). Reflexiones en torno al poder del consumidor alimentario. *Revista de Bioética y Derecho, 42 (1)*, 23-32. Obtenido de http://scielo.isciii.es/scielo.php?pid=S1886-58872018000100003&script=sci_arttext&tlng=pt

Hernández, A., Lorioa, A., & Tejada, O. (2018). Contenido de azúcar, grasa y sodio en alimentos comercializados en Honduras, según el etiquetado nutricional: prueba para la regulación de alimentos procesados y ultraprocesados. *Revista española de nutrición y dietética, 22(2)*, 108 – 116. doi:doi:http://dx.doi.org/10.14306/renhyd.22.2.413.

Hernández, D. (2013). Alimentación saludable: ¿cómo lograrla? *Revista Argentina de Cardiología, 81(6)*, 552-562. Obtenido de https://www.redalyc.org/pdf/3053/305329421021.pdf

Hinojosa, L., & Moreno, J. (2007). Manual práctico para el diseño de la Escala Likert. Obtenido de file:///C:/Users/Carito/Downloads/Dialnet-ManualPracticoParaElDisenoDeLaEscalaLikert-4953744.pdf

Ikonen, I., Sotgiu, F., Aydinli, A., & Verlegh, P. (2019). Consumer effects of front-of-package nutrition labeling: an interdisciplinary meta-analysis. *Journal of the*

Academy of Marketing Science, 83(1), 360-383. doi:https://doi.org/10.1007/s11747-019-00663-9

Institutito Nacional de Estadística y Censos. (2019). Informe Ejecutivo de las Canasta Analíticas: Básica y Vital. Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/canastas/Canastas_2019/Octubre-2019/1.%20Informe_Ejecutivo_Canastas_Analiticas_oct_2019.pdf

Instituto Nacional de Salud Pública de Panamá & Fondo Internacional de Emergencia de las Naciones Unidas para la Infancia. (2016).

León, A., Castillo, L., & Bordonada, A. (2015). Semáforo nutricional: conocimiento, percepción y utilización entre los consumidores de Madrid, España. *Revista Española de Nutrición Humana y Dietética, 19(2)*, 97. Obtenido de https://doi.org/10.14306/renhyd.19.2.150

Machín, L., Cabrera, M., Curutchet, M., Martínez, J., Giménez, A., & Ares, G. (2017). Consumer Perception of the Healthfulness of Ultra-processed Products Featuring Different Front-of-Pack Nutrition Labeling Schemes. *Journal of Nutrition Education and Behavior , 49(4)*, 330–338. doi:doi:10.1016/j.jneb.2016.12.003

Martínez, R., Balcázar, M., Quito, I., Carrión, M., & Oliveira, M. (2016). Análisis de los niveles de nutrientes críticos (azúcar, grasa y sal) declarados en alimentos procesados expendidos en Loja, Ecuador. *Segurança Alimentar E Nutricional, 23*, 1008-1018. Obtenido de https://doi.org/10.20396/san.v23i0.8635625

Matas, A. (2018). Diseño del formato de escalas tipo Likert: un estado de la cuestión. *Revista Electrónica de Investigación Educativa, 20 (1)*, 1-10. Obtenido de https://doi.org/10.24320/redie.2018.20.1.1347

Ministerio del Trabajo. (2019). *Incremento del Salario Básico Unificado 2019.* Obtenido de http://www.trabajo.gob.ec/incremento-del-salario-basico-unificado-2019/#targetText=Se%20emiti%C3%B3%20el%20acuerdo%20con,inflaci%C3%B3n%20proyectada%20y%20productividad%20laboral.

Miranda, E., Núñez, B., & Maldonado, O. (2018). Evaluación de la composición nutricional de alimentos procesados y ultra procesados de acuerdo al perfil de

alimentos de la organización panamericana de la salud, con énfasis en nutrientes críticos. *Mem. Inst. Investig. Cienc. Salud, 16(1)*, 54-63. doi:https://revistascientificas.una.py/index.php/RIIC/article/view/1332/1192

Morán, J. (2013). *Las Nuevas Regulaciones que fueron exitosas en el Rotulado Nutricional de Alimento.* Obtenido de http://www.foodconsulting.es/wp-content/uploads/Las-Nuevas-Regulaciones-que-fueron-exitosas-en-el-Rotulado-Nutricional-de-Alimentos.pdf

Nieto-Orozco, C., Sangochian, A., Signoret, T., González, E., Tolentino, L., & Castañeda, A. (2017). Percepción sobre el consumo de alimentos procesados y productos ultraprocesados en estudiantes de posgrado de la Ciudad de México. *Journal of Behavior, Health & Social Issues, 9(2)*, 82-88.

Oliveira Lima-Filho, D., Quevedo-Silva, F., Gomes Coelho Ewerling, S., & Rodrigues da Silva, W. (2016). Criterios de selección y de consumo alimentarios en pequeñas ciudades de Brasil. *Invenio, 19(37)*. Obtenido de https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=877/87747436008

OPS/OMS. (2017). *Best-buys para las ENT: Intervenciones costoeficaces para prevención y control de las ENT.* Obtenido de www.paho.org › slug=best-buys-ent-intervenciones-cos...

Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y Agricultura - FAO. (2017).

Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura-FAO, Organización Panamericana de la Salud-OPS & Organización Mundial de la Salud. (2018). Políticas y programas alimentarios para prevenir el sobrepeso y la obesidad: Lecciones aprendidas. Obtenido de http://iris.paho.org/xmlui/bitstream/handle/123456789/34941/OPSNMH17040_spa.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Organización Mundial de la Salud. (2018). *Obesidad y sobrepeso.* Obtenido de https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/obesity-and-overweight

Organización Mundial de la Salud-OMS. (2008). *Políticas públicas para la salud pública.* Obtenido de https://www.who.int/whr/2008/08_chap4_es.pdf

Organización Panamericana de la Salud. (2019). *Clasificación de los alimentos y sus implicaciones en la salud.* Obtenido de https://www.paho.org/ecu/index.php?option=com_content&view=article&id=1135:clasificacion-alimentos-sus-implicaciones-salud&Itemid=360

Orozco, F., Ochoa, D., Munique, M., Padro, M., & Melby, C. (2017). Awareness, Comprehension, and Use of Newly-Mandated Nutrition Labels Among Mestiza and Indigenous Ecuadorian Women in the Central Andes Region of Ecuador. *Sage Journals, 38(1),* 37-48. Obtenido de https://doi.org/10.1177/0379572116684730

Padilla, R., Carpio, T., López, D., Villavicencio, B., Andrade, E., & Fernández, J. (2017). Actitudes y prácticas de la población en relación al etiquetado de tipo "semáforo nutricional" en Ecuador. *Revista Española de Nutrición Humana y Dietética, 21(2),* 121-129. doi:doi.org/10.14306/renhyd.21.2.306.

Ramírez, R., Sternsdorf, N., & Pastor, C. (2016). Ley de Etiquetado y Publicidad de Alimentos en Chile: ¿Un modelo replicable para Latinoamérica? 1-20. Obtenido de https://ideas.llorenteycuenca.com/wp-content/uploads/sites/5/2016/05/160504_DI_informe_alimentacion_chile_ESP.pdf

Rita, C., Díaz, J., Quishpe, P., & Tashiguano, M. (2013). *Canasta familiar básica y vital.* Obtenido de https://es.calameo.com/read/00233519203ea721a2547

Roncancio, B., Gamboa, J., Baquero, D., & Parra, D. (2015). Los alimentos y bebidas ultra-procesados que ingresan a Colombia por el tratado de libre comercio ¿influirán en el peso de los colombianos? *Revista chilena de nutrición, 42(4),* 409-413. Obtenido de http://dx.doi.org/10.4067/S0717-75182015000400014

Rosas, M., Munguía, M., Hernández, M., Escamilla, R., & Levy, T. (2019). La seguridad alimentaria en los hogares en pobreza de México: una mirada desde el acceso, la disponibilidad y el consumo. *Salud Publica Mex, 61(6),* 866-875. Obtenido de http://dx.doi.org/10.21149/10579

Scarborough, P., Matthews, A., Eyles, H., Kaur, A., Hodgkins, C., Raats, M., & Rayner, M. (2015). Reds are more important than greens: how UK supermarket shoppers use the different information on a traffic light nutrition label in a choice

experiment. *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity, 12(1)*, 328-337.

Schnettler, B., Ares, G., Sepúlveda, N., Bravo, S., Villalobos, B., Hueche, C., & Berríos, C. (2019). How do consumers perceive reformulated foods after the implementation of nutritional warnings? Case study with frankfurters in Chile. *Food Quality and Preference, 74(1)*, 179-188. Obtenido de https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2019.01.021

Sergio, R., Santana, G., Romero, J., Salcido, T., & Guerra, J. (2017). Un estudio del Etiquetado Nutricional. *Cultura Científica y Tecnológica, 47(9)*, 1-14. Obtenido de http://erevistas.uacj.mx/ojs/index.php/culcyt/article/view/170/164

Stasi, A., Songa, G., Mauri, M., Ciceri, A., Diotallevi, F., Nardone, G., & Russo, V. (2018). Neuromarketing empirical approaches and food choice: A systematic review. *Food Research International*, 650–664. doi:doi:10.1016/j.foodres.2017.11.049

Taylor, C., & Wilkening, V. (2008). How the Nutrition Food Label Was Developed, Part 1: The Nutrition Facts Panel. *Journal of the American Dietetic Association, 108(3)*, 437–442. doi:Doi:10.1016/j.jada.2007.12.010

Tolentino-Mayo, L., Rincón-Gallardo, S., Bahena-Espina, L., Ríos, V., & Barquera, S. (2018). Conocimiento y uso del etiquetado nutrimental de alimentos y bebidas industrializados en México. *Salud Pública de México, 60(3)*, 328-337. Obtenido de https://doi.org/10.21149/8825

Vanderlee, L., Goodman, S., Yang, W., & Hammond, D. (2012). Consumer Understanding of Calorie Amounts and Serving Size:Implications for Nutritional Labelling. *Canadian Journal of Public Health, 103(5)*, 327-331. Obtenido de https://doi.org/10.1007/BF03404435

Williams, E. (2011). *Nutritional Labeling*. Obtenido de https://opencommons.uconn.edu/cgi/viewcontent.cgi?referer=https://www.google.com/&httpsredir=1&article=1207&context=srhonors_theses

Zapata, M., Rovirosa, A., & Carmuega, E. (2016). Cambios en el patrón de consumo de alimentos y bebidas en Argentina, 1996-2013. *Salud Colectiva, 12(4)*, 473-486. Obtenido de https://doi.org/10.18294/sc.2016.936

ANEXOS

ANEXO 1

Encuesta Conocimiento del Etiquetado nutricional y frecuencia de consumo de alimentos procesados por parte de consumidores Adultos en las tiendas de Barrio

ANEXO No.1: FORMATO DE ENCUESTA

Edad:

Género: Masculino ☐ **Femenino** ☐

Nivel de Instrucción:

- Sin instrucción ☐
- Educación básica incompleta ☐
- Educación básica finalizada ☐
- Secundaria incompleta ☐
- Secundaria finalizada ☐
- Superior incompleta ☐
- Superior finalizada ☐

Nivel de Ingreso:

- **Salario 1:** menor o igual a USD $ 400 ☐
- **Salario 2:** mayor a USD $ 400 y menor a USD $ 507 ☐
- **Salario 3:** mayor a USD $ 507 y menor a USD $ $ 720 ☐
- **Salario 4:** mayor a USD $ 720 ☐
- Monto de dinero que se invierte en alimentación _____

Frecuencia de consumo de alimentos procesados

	Todos los días	2 a 3 veces por semana	1 vez cada 15 días	1 vez al mes	Nunca	No sabe/no contesta
10. ¿Qué tan frecuente es la compra de lácteos mínimamente procesados en su hogar? (yogurt, queso, leche)?						
11. ¿Qué tan frecuente es la compra de bebidas endulzadas en su hogar? (colas, jugos envasados, té)?						
12. ¿Qué tan frecuente es la compra de embutidos en su hogar? (mortadela, jamón, salchichas)?						
13. ¿Qué tan frecuente es la compra de snacks en su hogar? (chupetes, chicles, chocolates, papas fritas de bolsa)?						
14. ¿Qué tan frecuente es la compra de pastelería en su hogar? (galletas, cupcakes, poncakes)?						
15. ¿Qué tan frecuente es la compra de conservas en su hogar? (atún, enlatados de mariscos, frutas en conserva, verduras en conserva)?						

Importancia del etiquetado nutricional

	Muy importante	Importante	Medianamente importante	Poco importante	No importante	No sabe/ no contesta
1 ¿Qué tan importante es para usted conocer la tabla nutricional de los alimentos que compro						
2 ¿Qué tan importante es conocer el semáforo nutricional de los alimentos que compro?						
3 ¿Qué tan importante es conocer la cantidad de grasa del alimento que ha comprado?						
4 ¿Qué tan importante es conocer la cantidad de azúcar del alimento que ha comprado?						
5 ¿Qué tan importante es conocer la cantidad de sal del alimento que ha comprado?						

Criterios de selección del consumidor

	Muy importante	Importante	Medianamente importante	Poco importante	No importante	No sabe/no contesta
6. ¿Qué tan importante es para usted el precio a la hora de seleccionar un alimento?						
7. ¿Qué tan importante es para usted el sabor a la hora de seleccionar un alimento?						
8. ¿Qué tan importante es para usted la marca a la hora de seleccionar un alimento?						
9. ¿Qué tan importante son los medios de comunicación al momento de seleccionar los alimentos que va a comprar?						