



**Universidad Austral de Chile**

Facultad de Ciencias Agrarias  
Escuela de Agronomía

**Uso de la etiqueta de información nutricional en  
la decisión de compra de alimentos por parte de  
consumidores de la ciudad de Valdivia, Chile**

Memoria de título presentada como  
parte de los requisitos para optar al  
título de Ingeniero Agrónomo

**Ricardo Arturo Krugmann Valenzuela**

Valdivia – Chile

2013

PROFESOR PATROCINANTE:

Sr. Rodrigo Echeverría P.

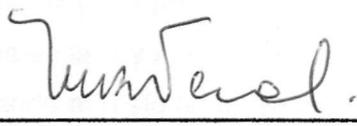


---

Ing. Agr., M.Sc., M.B.A., Ph.D  
Instituto de Economía Agraria

PROFESORES INFORMANTES:

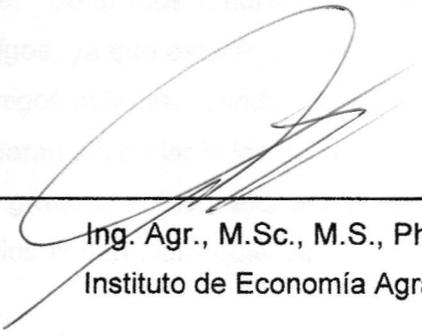
Sra. Ma. Beatriz Vera O.



---

Ing. Agr., M.B.A.  
Instituto de Economía Agraria

Sr. Víctor H. Moreira L.



---

Ing. Agr., M.Sc., M.S., Ph.D.  
Instituto de Economía Agraria

## AGRADECIMIENTOS

Debo de agradecer a muchas personas que me apoyaron y que estuvieron conmigo durante el desarrollo de esta memoria y durante mi vida universitaria.

En primer lugar la obviada me preside y debo de agradecer a mi familia, a mi madre y al enano, por escucharme una y otra vez hablar del mismo tema y por acompañarme durante esta historia que ha llegado a su fin, solo para poder comenzar a escribir otra.

No es fácil agradecer, puesto que son muchas las personas que estuvieron presente durante este capítulo de mi vida, personas con quienes ya no hablo, pero que aportaron en mi desarrollo y otras con las cuales gracias a Dios aun sigo hablando. A la doc. Miriam y la Doc. Flandes por la paciencia que me tuvieron, a la Tante que desde el primer día que pise agronomía me ayudo y me reto, y como olvidar su frase: "Krugmann! haber Ricardo! cuantos años llevas en la U y aun no sabes usar el sistema ... haber... ya pasa", o las conversaciones cuando el resto tenia clase y uno tenía una de esas famosas ventanas en que tienes que pasear por media U ya que no tienes clases en ese momento. Gracias Tante por todo.

Una vez me dijeron la siguiente frase: "Conocidos tendrás muchos en esta vida, y muchas veces los confundirás con amigos, ya que estarán presentes para celebrar tus logros y tus alegrías, pero solo son amigos quienes cuando estas mal y cuando ya no puedes mas están cerca tuyo y te ayudaran sin dudar si los dejas realizar ese deber de amigo". Por lo cual a todos mis amigos gracias también, afortunadamente no tengo que escribir el nombre de todos, ya que ellos tienen claro quiénes son y afortunadamente no son ególatras.

Finalmente agradecer a todas las personas que conocí durante este capítulo, a todos ellos gracias, gracias por mostrarme todos los matices que tiene una vida a través de sus vivencias y sus conversaciones.

***"Uno llega a la universidad a conocer a aprender, pero no todo es ciencias duras, aprenderás también matices que te ayudaran en tu formación como ser y debemos poder integrar todo eso para poder seguir creciendo"***

## INDICE DE MATERIAS

Capítulo		Página
	RESUMEN	1
	SUMMARY	2
1	INTRODUCCIÓN	3
2	MATERIAL Y MÉTODO	6
2.1	Material	6
2.1.1	Universo de estudio	6
2.1.2	Área de estudio	6
2.1.3	Muestra	6
2.1.3.1	Tamaño de la muestra	7
2.2	Método	7
2.2.1	Obtención de la información	7
2.2.2	Encuesta	7
2.2.3	Época de trabajo	7
2.2.4	Procesamiento de la información	8
3	PRESENTACIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS	9
3.1	Etiquetado nutricional	9
3.1.1	Objetivo del etiquetado nutricional	9
3.1.2	Influencia del etiquetado nutricional	11
3.1.3	Tendencia de estilos de vida	12
3.1.4	Productos envasados en los cuales la etiqueta de información nutricional influye sobre la decisión de compra	15

3.1.5	Etiqueta de información nutricional y su información	17
3.2	Diseño de la etiqueta de información nutricional	18
4	CONCLUSIONES	20
5	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	21
6	ANEXOS	26

## INDICE DE CUADROS

<b>Cuadro</b>		<b>Página</b>
1	Conocimiento de la tabla de información nutricional de los alimentos envasados.	9
2	Nivel de conocimiento de norma de etiquetado de información nutricional.	9
3	Nivel de lectura de la etiqueta de información nutricional.	10
4	Influencia de la información nutricional, sobre la decisión de compra por parte de consumidores que declaran leer la etiqueta de los productos.	11
5	Individuos encuestados que dicen verse influidos por la tabla de información nutricional, diferencias por genero (%).	12
6	Individuos encuestados diferenciados por sexo y por la presencia o ausencia de hijo(s) menor(es) de 18 años (%).	13
7	Rango de ingreso económico entre consumidores encuestados.	13
8	Lectura de la tabla nutricional, por consumidores diferenciados por nivel educacional.	14
9	Consumidores que leen la tabla de información nutricional de todos los alimentos envasados que compran o de solo algunos.	15
10	Determinación de los tipos de alimentos cuya tabla nutricional es leída por los consumidores.	16
11	Nivel de lectura de la tabla de información nutricional.	17
12	Individuos que si les influye la tabla de información nutricional y determinación de que información de esta, es la más relevante para estos.	17
13	Percepción de los consumidores sobre el diseño de las tablas nutricionales favorece o no su lectura.	18



## INDICE DE ANEXOS

<b>Anexo</b>		<b>Página</b>
1	Encuesta a consumidores de distintos supermercados de la ciudad de Valdivia.	26

## RESUMEN

El presente estudio tuvo como objetivo analizar el efecto que tienen las etiquetas de información nutricional en la decisión de compra de los consumidores de la ciudad de Valdivia, Región de Los Ríos, Chile. Para esto, se aplicó una encuesta a 384 consumidores mayores de 18 años, en diferentes supermercados de la ciudad de Valdivia. La información fue procesada y analizada mediante estadística descriptiva con análisis de frecuencia y tablas de contingencia. Estas se utilizaron para relacionar las diferentes variables socioeconómicas con las respuestas cualitativas relacionadas con la alimentación saludable.

Los resultados indican que; un 59,37% declara leer la tabla de información nutricional, mientras que un 40,63% no lo hace. Del 59,37% que si se lee la etiqueta, sólo 38,02% dijo que si influyen en su decisión de compra, de este 38,02% de los consumidores encuestados, el 55,10% de ellos dijo que el diseño actual no permite una fácil lectura, principalmente debido al tamaño de la tabla, y a la falta de un formato estandarizado para las distintas etiquetas de productos envasados que se encuentran a la venta.

## **SUMMARY**

The present study aimed to analyze the effect of nutrition facts labels on the purchase decision of consumers in the city of Valdivia, Los Ríos Region, Chile. In order to do so, a survey was conducted among 384 consumers, who were over 18 years in different supermarkets in the city of Valdivia. The information was processed and analyzed using descriptive statistics, frequency analysis and contingency tables. These were used to relate the different socioeconomic variables with the qualitative responses related to healthy eating.

The results indicate that 59.37% of the surveyed people declare to read the nutrition facts label, while 40.63% do not. From the 59.37% that read the label, only 38.02% said that it influences the purchase decision. From this 38.02%, 55.10% of them said that the current design of the labels does not allow an easy reading, mainly because of the size of the label, and the lack of a standardized format for different labels of the packed products available for sale.

## 1. INTRODUCCIÓN

En la actualidad existe a nivel mundial una gran preocupación por las enfermedades no transmisibles asociadas a estilos de vida poco saludables, ya que el 60% de las defunciones están asociadas con problemas derivados de una mala alimentación (enfermedades cardiovasculares, enfermedades respiratorias crónicas, diabetes mellitus, cirrosis hepática) (CONCHA *et al.*, 1996), se prevé que este porcentaje llegará a 73% antes del año 2020 (ORGANIZACION MUNDIAL DE LA SALUD.OMS, 2002), esto debido a que los malos hábitos alimenticios se han transformado en un estilo de vida ampliamente aceptado por la sociedad.

Es necesario destacar que, durante los últimos 30 años, los malos hábitos alimenticios han generado un excesivo aumento del peso corporal, junto con una creciente disminución de la actividad física, lo que ha traído como resultado altos índices de obesidad en distintos rangos etarios (MENDOZA *et al.*, 2007). Preocupa sobremanera el hecho de que haya aumentado significativamente la prevalencia de la obesidad infantil y adolescente (FOOD AND AGRICULTURE ORGANIZATION.FAO, 2001), sin embargo, éste no es un comportamiento aislado, sino que se trata de un comportamiento globalizado, que incluye a países desarrollados y en vías de desarrollo.

En Chile este incremento de peso fue explosivo en la década de los noventa, donde se observó un aumento de un 1,5% anual, esto se expresa en que uno de cada cuatro niños o adolescentes es obeso y uno de cada tres está en riesgo de serlo (BURROWS, 2000). Esta situación resulta particularmente preocupante si se considera que las enfermedades crónicas no transmisibles representan dos tercios de la mortalidad de la población adulta en Chile (BERRÍOS, 1997), y de que el 66% de estas enfermedades afectan principalmente a los más jóvenes (ORGANIZACION MUNDIAL DE LA SALUD.OMS, 2002).

Ahora bien, a pesar de los informes estadísticos, es posible afirmar que cada persona tiene la posibilidad de generar su propia dieta, en base a su actividad, estilo de vida y patrones socioculturales y demográficos (OLIVARES, 2004). Para esto resulta

necesario fomentar la actividad física, e informar a la población respecto del consumo responsable de alimentos envasados. Es por esto, que Chile, en el año 1995, con la finalidad de dar a conocer la información nutricional de los alimentos, y así poder bajar los índices de obesidad en el país (para ayuda a diabéticos e hipertensos) generó un sistema de etiquetado nutricional de los alimentos, a cargo del Ministerio de Salud (MINSAL), el cual se implementó en dos etapas: la primera fue un etiquetado obligatorio para todo alimento que posea propiedades nutricionales y/o saludables y la segunda, que comenzó a regir desde el año 2005 que consiste en un etiquetado obligatorio para todo tipo de alimento que se comercialice envasado en el país (OLIVARES y ZACARIAS, 2005).

Esta etiqueta básicamente es información destinada al consumidor, de rápida lectura e interpretación, busca describir las diferentes cualidades nutricionales de un alimento, mediante indicadores cuantitativos. De esta forma, una persona puede decidir que consumir en base a sus requerimientos (necesidades) individuales. Además indirectamente obliga a productores a mejorar la calidad nutricional de sus alimentos, atendiendo las variables de consumo que se producen de forma natural en el mercado (VERA y ZACARIAS, 2005). Junto con lo anterior, el Instituto de Nutrición y Tecnología de los Alimentos (INTA), creó el Programa de Información en Nutrición a los Consumidores, cuyo objetivo principal es promover estilos de vida saludables, a través del desarrollo y entrega de materiales educativos con información sobre alimentación, nutrición y actividad física (DOMPER *et al.*, 2005).

A pesar del esfuerzo que ha significado la implementación de estas medidas, no existen publicaciones nacionales sobre la efectividad del etiquetado de alimentos envasados, por lo que no es posible saber si la población chilena lee o no lee la información nutricional de los alimentos. Un estudio español, que fue realizado el año 2010 durante la novena edición del “Día nacional de la nutrición”, señala que 73,8% de las personas (en base a una muestra de 200 individuos), sí leía frecuentemente la información nutricional; el mismo estudio señala que la mayor parte de los individuos de 50 años, o más, no leen la etiqueta debido a la relación entre el tamaño de las letras, y los problemas visuales propios de la edad (KOHEN *et al.*, 2010).

Esta memoria de título plantea la hipótesis que los consumidores en la ciudad de Valdivia, no leen la información nutricional de los alimentos envasados, y ésta no influye sobre su decisión de compra. En base a los antecedentes antes mencionados, se propuso como objetivo general de este estudio, analizar el uso que los consumidores hacen de la información nutricional proporcionada por las etiquetas nutricionales, en alimentos envasados, y si esto influye en la decisión de compra, en la ciudad de Valdivia. Para esto se plantearon los siguientes objetivos específicos:

- Determinar el porcentaje en que la información nutricional de las etiquetas es usado por los consumidores.
- Identificar los alimentos por los cuales los consumidores presentan un mayor interés respecto a su información nutricional.
- Caracterizar a los consumidores de acuerdo al uso de las etiquetas nutricionales.

## 2. MATERIAL Y MÉTODO

En base a los objetivos planteados se propone el siguiente material y metodología.

### 2.1 Material.

**2.1.1 Universo de estudio.** Habitantes de la capital de la Región de los Ríos, Valdivia y en particular, consumidores de productos envasados. En la actualidad, en base al censo del año 2002 (CHILE, INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICAS.INE, 2005), la ciudad de Valdivia posee 129.952 habitantes urbanos, los cuales corresponden al 92,45% del total de la población comunal (GORE DE LOS RIOS, 2008). Los resultados preliminares del último censo realizado el año 2012 señalan que esta relación porcentual entre habitantes urbanos y rurales solo varió en un 0,35%, significando preliminarmente que en la actualidad la población urbana de la comuna de Valdivia es de un 92,1% , lo que correspondería a 141.923 habitantes (CHILE, INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICAS.INE, 2012).

**2.1.2 Área de estudio.** El área de estudio se limita a la comuna de Valdivia, emplazada en la Región de los Ríos, con coordenadas 39°38' latitud sur y 73°5' latitud oeste (CHILE, DIRECCION DE AERONAUTICA CIVIL.DGAC, 2012), y con una superficie de 1.015,6 Km<sup>2</sup> (GORE DE LOS RIOS, 2008).

**2.1.3 Muestra.** La muestra de este estudio corresponde a consumidores encuestados al azar, en distintos supermercados ubicados en la ciudad de Valdivia.

Se seleccionaron consumidores de alimentos envasados, de forma aleatoria, en siete grandes supermercados presentes en el área de estudio. Las encuestas fueron realizadas en distintos horarios dentro del mismo día, incluyendo días hábiles y fines de semana.

Para efectos de este estudio, no se aplicó la encuesta a menores de edad.

**2.1.3.1 Tamaño de la muestra.** Con la finalidad de generar una muestra que sea estadísticamente representativa, es que se utilizó la fórmula señalada por ZAR (1999).

$$n = \frac{z^2 p \cdot (1 - p)}{e^2}$$

Donde,

n= tamaño de la muestra (número de consumidores de alimentos envasados)

z= error estándar con un nivel de confianza elegido del 95%

p=es la variabilidad estimada de la población (0,5 es la máxima variabilidad)

e=es el error admitido o error aceptado del 5%.

Según esta fórmula, los casos a estudiar son 384.

## **2.2 Método.**

**2.2.1 Obtención de la información.** Para la obtención de la información se utilizó el modelo de FLABEL (FOOD LABELLING TO ADVANCE BETTER EDUCATION FOR LIFE). En concordancia con el objetivo principal de este trabajo, se evaluaron las variables en función del análisis de los factores que influyen en que el consumidor lea o no lea la etiqueta de información nutricional. El instrumento de estudio consistió en una encuesta no estandarizada y semi abierta.

**2.2.2 Encuesta.** Esta constó principalmente de dos partes, en la primera parte se consultó mediante distintas preguntas cerradas, sobre la real relevancia que los consumidores le dan a la información nutricional. En la segunda parte se determinaron los aspectos socioeconómicos de los consumidores.

Para determinar si la encuesta era entendible por los consumidores se realizó una prueba piloto a 20 personas en 7 distintos supermercados de la ciudad utilizados durante el estudio. De esta forma se realizaron correcciones y modificaciones a la encuesta original, que no se lograron determinar en su elaboración.

**2.2.3 Época de trabajo.** Las encuestas fueron aplicadas durante un período comprendido entre la última semana de septiembre y la primera semana de noviembre del año 2012, en 7 supermercados de la ciudad de Valdivia, durante días hábiles y fines de semanas, en distintos horarios.

**2.2.4 Procesamiento de la información.** La información que fue recopilada tras la realización de estas encuestas, fue procesada y analizada mediante estadística descriptiva usando un análisis de frecuencia, tablas de contingencia. Para este procesamiento de información se utilizó el programa de estadística Stata10.

### 3. PRESENTACIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Los resultados fueron obtenidos a partir de las encuestas realizadas a individuos, mayores de 18 años, a la entrada o salida de los siete distintos supermercados seleccionados de la ciudad de Valdivia.

**3.1 Etiquetado nutricional.** Respecto a la consulta de si el consumidor conoce o no la etiqueta de información nutricional presente en los productos envasados, el 82,55% de los encuestados responde que conoce la tabla de información nutricional de los alimentos envasados y solo el 17,45% dice no conocer esta tabla (Cuadro 1).

**Cuadro 1. Conocimiento de la tabla de información nutricional de los alimentos envasados.**

Conoce la etiqueta de información nutricional		
	SI	NO
Frecuencia	317	67
Porcentaje	82,55%	17,45%

**3.1.1 Objetivo del etiquetado nutricional.** A los individuos encuestados se les consultó si sabían que todos los alimentos envasados en el país deben poseer esta etiqueta. De los encuestados, el 61,98% respondió afirmativamente, mientras que un 38,02% dice no saber que los alimentos envasados deben llevar esta tabla (Cuadro 2).

**Cuadro 2. Nivel de conocimiento de norma de etiquetado de información nutricional.**

	SI conoce la norma	NO conoce la norma
Frecuencia	238	146
Porcentaje	61,98%	38,02%

Es necesario señalar que la capacidad de uso de esta información, depende de si el consumidor lee o no la etiqueta, lo que puede variar según los países, el estado sanitario de las personas, los objetivos de la sanidad pública, y los patrones alimenticios de los distintos grupos de población dentro de un mismo país. Es de esperar que un aumento de la disponibilidad del etiquetado nutricional en los productos alimenticios mejore la salud pública (FOOD AND AGRICULTURE ORGANIZATION.FAO, 2004).

**Cuadro 3. Nivel de lectura de la etiqueta de información nutricional.**

	Lee la etiqueta	
	SI	NO
Frecuencia	228	156
Porcentaje	59,37%	40,63%

De los consumidores encuestados el 59,37% afirma leer la tabla de información nutricional, y solo un 40,63% no la lee, por lo que ésta no influye sobre su decisión de compra (Cuadro 3).

Los objetivos por los cuales se ha implementado la etiqueta de información nutricional en Chile, son: unificar y estandarizar la forma de expresión y contenidos de la información nutricional de los alimentos y productos alimentarios; facilitar la comprensión de la información nutricional por parte de los consumidores y así contribuir en la selección de alimentos saludables. Esto además de ser un incentivo a la industria de alimentos para mejorar la calidad nutricional de sus productos, permite facilitar la labor de fiscalización por parte de la autoridad sanitaria, por lo que se debe tener presente que el etiquetado nutricional señala propiedades nutricionales y saludables de los productos. Las propiedades nutricionales son los mensajes que destacan el aporte o contenido de nutrientes, fibra dietaria, colesterol del alimento, y las propiedades saludables son los mensajes que relacionan los alimentos con el estado de salud de las personas. El no leer la etiqueta, es una práctica negativa, que

limita la capacidad del consumidor para escoger un producto adecuado a sus necesidades alimentarias (VERA y ZACARIAS, 2005).

**3.1.2 Influencia del etiquetado nutricional.** En esta parte de la investigación se discute si la lectura de la etiqueta realmente repercute en la decisión de compra de los consumidores (Cuadro 4).

**Cuadro 4. Influencia de la información nutricional, sobre la decisión de compra por parte de consumidores que declaran leer la etiqueta de los productos.**

Lee la Tabla de información nutricional	Etiqueta influye sobre su decisión de compra		TOTAL
	SI	NO	
SI	38,02%	21,35%	59,37%
NO	0	0	40,63%

De los individuos, aquellos que dicen leer la tabla, representan el 59,37%, de éstos el 64% señala que si influye sobre su decisión de compra y el 36% restante señala que la lectura de la tabla no resulta significativa para orientar su decisión de compra. El presente resultado no coincide con lo señalado por FLABEL (FOOD LABELLING TO ADVANCE BETTER EDUCATION FOR LIFE), programa creado el año 2008 por la Unión Europea, el cual está enfocado en establecer el papel que juega la información nutricional en la decisión de compra de los consumidores, así como identificar los beneficios de entregar una información nutricional pertinente y oportuna. VAN HERPEN *et al.* (2010) señala que, si bien el sistema con más aprobación por los consumidores es la tabla nutricional, ésta no influye mayoritariamente sobre la decisión de compra. Otro estudio, realizado por UNAE (FEDERACIÓN UNIÓN CÍVICA DE CONSUMIDORES Y AMAS DE CASA DE CATALUÑA.FEDERACIÓ UNIO CÍVICA DE CONSUMIDORS I MESTRESSES DE CASA DE CATALUNYA.UNAE, 2007), señala que los consumidores encuentran muy relevante la presencia de información nutricional en los productos que consumen, pero no comprenden a cabalidad la información que se proporciona y por esto, influye muy poco en su decisión de compra.

En el caso de los consumidores valdivianos, estos mayoritariamente comprenden la información entregada por la tabla, lo cual coincide con FLABEL (2012), donde se señala que los consumidores son capaces de clasificar los alimentos de más a menos saludables. Sumado a esto, CONSUMOLAB (2012), señala que el 53% de los consumidores españoles lee y comprende la información nutricional y que esta influye directamente sobre su decisión de compra.

**3.1.3 Tendencia de estilos de vida.** Del total de encuestados, es importante realizar una distinción de variables relacionadas con el género, en función de las distinciones socioculturales presentes en Chile. El 38,02% de los individuos dice que escoge el producto en función de lo que dice la tabla nutricional, de estos el 47% corresponde a individuos del género masculino y el 53% corresponde al femenino (Cuadro 5).

**Cuadro 5. Individuos encuestados que dicen verse influidos por la tabla de información nutricional, diferenciados por género (%).**

Influye la Tabla de información nutricional	MASCULINO	FEMENINO	TOTAL
<b>SI</b>	47	53	38,02
<b>NO</b>	60	40	61,98

Además se obtiene un 61,98% de individuos a quienes nos les influye la tabla, dentro de los cuales el 60% es del género masculino y el 40% corresponde al femenino.

Este resultado coincide con lo señalado por VIO DEL RÍO y ALBALA (1998), donde señalan que esto se debe a un aumento en el consumo de grasa total, de grasas saturadas, colesterol e hidratos de carbono refinados y una baja ingesta de fibra dietética presente en frutas, verduras y hortalizas, por un cambio en las tendencias alimentarias, por el estilo acelerado de vida presente en la sociedad actual. BURROWS *et al.*, (2001), señalan que esto se ve reflejado en un aumento de la demanda de alimentos procesados y en el gran auge de la venta de comidas preparadas. En la actualidad existe una marcada disminución de la desnutrición, un aumento en la obesidad y de factores de riesgo de enfermedades crónicas no transmisibles, las cuales representan la principal causa de enfermedad, invalidez y muerte (ALBALA *et*

al., 2003), lo que implica la necesidad de desarrollar respuestas rápidas que permitan transformar estos cambios en oportunidades para mejorar el bienestar de la población (POPKIN, 2004).

**Cuadro 6. Individuos encuestados diferenciados por sexo y por la presencia o ausencia de hijo(s) menor(es) de 18 años (%).**

Sexo	Hijos menores de 18 (%)		TOTAL
	SI	NO	
<b>MASCULINO</b>	27,08	28,12	55,21
<b>FEMENINO</b>	20,83	23,96	44,79

De los individuos encuestados (Cuadro 6), el 27,08% de los hombres presentan hijo(s) menor(es) de 18 años, y las personas de género femenino con hijo(s) menor(es) a 18 años alcanza el 20,83%. Este 47,91% representa a 184 individuos, de los cuales el 61,98% (114 consumidores), afirma que la tabla de información nutricional no influye sobre su decisión de compra, dejando a solo 70 padres con hijo(s) menor(es) a 18 años, que revisan la tabla de información nutricional, antes de comprar los alimentos envasados.

Se comparó a los consumidores por su ingreso económico, con la finalidad de determinar si este aspecto puede influir sobre el índice de lectura de las etiquetas de información nutricional (Cuadro 7).

**Cuadro 7. Rango de ingreso económico entre consumidores encuestados.**

Ingreso por rango	Lee la información Nutricional (%)
No genera ingresos	43
1 - 250 mil pesos	47
251 - 500 mil pesos	47
501 - 750 mil pesos	39
751 - 1 millón de pesos	71
> de 1 millón de pesos	84

Se determina que los individuos que perciben un ingreso mayores al promedio de los encuestados, son aquellos que leen la tabla de información nutricional. El índice de lectura de la tabla nutricional, puede estar determinado por un grado de interés respecto a la calidad nutricional de los alimentos que se consumen. Si esto es así, resulta interesante determinar el grado de influencia de los diferentes aspectos que influyen en éste interés. Uno de los aspectos que puede resultar más relevante para este estudio, y que tradicionalmente se encuentra vinculado con el nivel socio económico, es el nivel educacional de los consumidores (Cuadro 8).

**Cuadro 8. Lectura de la tabla nutricional, por consumidores diferenciados por nivel educacional.**

Nivel de educación	Lee la información Nutricional (%)
Básica	17
Media	44
Técnica	55
Universitaria	68

El Cuadro 8 indica que, las personas en la medida que presentan un mayor nivel educacional, leen con más frecuencia la etiqueta de información nutricional y ésta influye en mayor medida sobre su decisión de compra.

Si se quiere determinar qué edad o que grupo etario, es la cual donde los consumidores leen más la tabla de información nutricional. Se determina que se encuentran entre los 21-22 años; entre 25-27 años; entre 30-41 años, descontando a aquellos de 37 y 39 años; a los 46 años; entre 54-55; entre 59-60 años. El promedio de edad de las personas que leen la tabla de información nutricional es de 32-33 años. Es relevante a su vez determinar si estos consumidores que leen la tabla de información los alimentos, lo hacen en todos los productos envasados que adquieren o solo en algunos.

**3.1.4 Productos envasados en los cuales la etiqueta de información nutricional influye sobre la decisión de compra.** Es relevante determinar si los consumidores, que se ven influenciados por la tabla de información nutricional, son conscientes de leer la tabla de todos los productos envasados que adquieren, o solo de aquellos que les presente un mayor interés (Cuadro 9).

**Cuadro 9. Consumidores que leen la tabla de información nutricional de todos los alimentos envasados que compran o solo de algunos.**

<b>Lee la información Nutricional de todos los alimentos</b>	
<b>SI</b>	59,86%
<b>NO</b>	40,14%

Del total de encuestados que declaró en primera instancia que escogían sus alimentos mediante la lectura de la tabla nutricional (38,02% de la muestra), se determinó que el 59,86% lee la tabla de información nutricional de todos los alimentos envasados que compra, mientras que el 40,14% solo lo hace con algunos alimentos, esto se ve reflejado a su vez en un estudio de la UNAE (FEDERACIÓN UNIÓN CÍVICA DE CONSUMIDORES Y AMAS DE CASA DE CATALUÑA), el cual señala que la etiqueta de información nutricional para los consumidores es relevante, sobretodo en cuanto al consumo de productos lácteos, congelados, platos precocinados, bebidas, productos dietéticos, aceites, mantequillas, cereales, conservas, y galletas (UNAE, 2007).

A continuación, se determinó el tipo de alimentos, del grupo que sólo lee la etiqueta de información nutricional en algunos alimentos. Teniendo presente que en Chile existen varios formatos para indicar la información nutricional, donde se encuentra el Modelo básico, el cual señala la información mínima exigida por la ley; Modelo para la declaración de propiedades nutricionales o saludables respecto a grasas totales, ácido graso o colesterol; Modelo para la declaración de nutrientes respecto a hidratos de carbono; Modelo para la declaración de vitaminas y minerales. Como queda reflejado existen distintos modelos de información nutricional, pero todas estas poseen un solo

fin el cual es informar a los consumidores sobre los aportes que posee cada alimento y que este sea capaz de elegir en base a sus requerimientos (OLIVARES y ZACARIAS, 2005).

**Cuadro 10. Nómina de alimentos cuya tabla nutricional es leída por los consumidores.**

Producto	Porcentaje (%)
Carnes	10,23
Leguminosas	13,64
Pan	26,14
Lácteos	39,77
Cereales	50
Preparados	38,64
Congelados	27,27
Fiambrería	18,18
Otros	6,82

Se determina que los cereales son los alimentos más pesquisados por los consumidores, le siguen los productos lácteos, y los alimentos preparados, esto puede deberse a que son productos principalmente destinados a la alimentación de menores de edad (Cuadro 10). Por otra parte, siendo que Chile es un país mayoritariamente consumidor de pan, llama la atención que las personas no tengan mayor interés por saber la composición del pan que están consumiendo.

Respecto a la variable "otros" que representan el 6,82%, se refiere principalmente a productos tales como: Bebidas gaseosas, jugos líquidos y en polvo, los denominados snacks y chocolates, entre otros. En esta variedad de productos, son muy pocos los consumidores que leen la tabla de información nutricional.

**3.1.5 Etiqueta de información nutricional y su información.** También es importante determinar si los consumidores que leen la etiqueta de información nutricional, la leen completamente o si solo leen parte de esta (Cuadro 11).

**Cuadro 11. Nivel de lectura de la tabla de información nutricional.**

Lee completamente la tabla	SI	NO
Frecuencia	87	60
Porcentaje	59,18%	40,82%

Del 100% de los individuos que leen y se ven influidos por la tabla de información nutricional en su decisión de compra, el 59,18% lee la totalidad de la tabla y sólo un 40,82% lo hace de forma parcial. Es importante determinar del 40,82% en que se fijan o cual es la información relevante para ellos (Cuadro 12).

**Cuadro 12. Individuos que si les influye la tabla de información nutricional y determinación de que información de esta, es la más relevante para estos.**

Información	Porcentaje
Calorías	58,33%
Grasas	56,67%
Colesterol	26,67%
Hidratos de carbono	35%
Sodio	61,67%
Vitaminas	16,67%

La información más relevante para los consumidores que leen de forma parcial las tablas nutricionales, es la cantidad de sodio presente en los distintos alimentos, sin discriminar el tipo de alimento que sea, luego las calorías, seguido por las grasas y los

hidratos de carbono. Este antecedente resulta positivo, debido a que se condice con uno de los principales objetivos de la implementación de las tablas nutricionales.

### 3.2 Diseño de la etiqueta de información nutricional

**Cuadro 13. Percepción de los consumidores sobre si el diseño de las tablas nutricionales favorece o no su lectura.**

Diseño favorece la lectura	SI	NO
<b>Porcentaje</b>	44,90%	55,10%

Del total de consumidores que declaran que su decisión de compra se ve afectada por la lectura de la tabla nutricional (38,02%), el 55,10% afirma que el diseño actual no favorece su fácil lectura, y esto sigue la tendencia mundial, la cual dice que sobre el 50% de los consumidores no están conformes con el diseño de esta tabla (Cuadro 13). Además se ha determinado que muchas etiquetas más que ser un aporte distrae al consumidor, y que a pesar de que no influye mayormente en su decisión de compra, siempre la lee. Otro elemento que causa confusión, es el constante cambio de colores y el cambio de posición de la etiqueta en el envase (BIALKOVA, 2009).

La percepción del consumidor sobre la facilidad de lectura de la tabla, es importante porque permite analizar y proyectar nuevas estrategias de comunicación aplicadas a las etiquetas nutricionales. Para esto, se debe determinar que variables harían que esta información tenga una mejor recepción por parte del consumidor. Como estrategia, se utilizó el modelo de FLABEL (FOOD LABELLING TO ADVANCE BETTER EDUCATION FOR LIFE), donde se evaluó que cambios o modificaciones del formato actual haría(n) los consumidores (Cuadro 14).

**Cuadro 14. Determinación de variables para facilitar la lectura de la tabla nutricional**

<b>Modificación</b>	<b>Porcentaje (%)</b>
Aumentar tamaño	59,26
Cambiar Formato	55,56
Cambiar ubicación	7,41
Otro	6,17

El presente Cuadro ejemplifica de mejor manera cuales son los principales limitantes de la lectura de la tabla de información nutricional.

Los consumidores declaran que el pequeño tamaño de la letra, complica mucho su lectura. Respecto al formato, varios consumidores manifestaron no comprender cuál es el formato regente o por cual deberían guiarse los productores de alimentos envasados, ya que la etiqueta presenta diferencias significativas si se compara con las etiquetas de otros alimentos envasados. Además de la etiqueta de información nutricional, existe un resumen basado en una dieta modelo, por lo cual más que una ayuda les genera una confusión. Ahora sobre los otros los consumidores manifiestan que las unidades en las cuales se expresan determinados valores de la tabla son adimensionales, lo cual les confunde la interpretación de estos.

#### 4. CONCLUSIONES

Se rechaza la hipótesis planteada en el estudio, dado que los consumidores leen y les influye la etiqueta de información nutricional de los alimentos envasados, en la decisión de compra.

Los consumidores se diferencian entre los que leen en su totalidad la tabla y los que la leen parcialmente. Estos últimos consideran más relevante las concentraciones de sodio, seguido de las calorías, luego las grasas, hidratos de carbono, colesterol y vitaminas.

En el uso de la información nutricional se determinó, que no se lee en la totalidad de los productos, que existen preferencias de productos donde se lee más, como es el caso de los cereales.

Se determinó que el nivel educacional de los consumidores es relevante, probablemente debido que, a mayor nivel educacional son más conscientes en la lectura de la tabla de información nutricional. Lo mismo se repite con los distintos niveles de ingreso, donde a mayor ingreso mayor es la influencia de ésta tabla en la selección de productos.

Se determinó que la edad no es influyente sobre la lectura de la tabla. Esto se observa en la heterogeneidad de edades influidas por la tabla en su decisión de compra. Lo mismo ocurre con la presencia de hijo(s) menor(es) de 18 años, donde no se observó que esto sea necesariamente un estímulo para los consumidores.

Los consumidores son críticos respecto al diseño actual de la tabla nutricional, donde la mayoría de los consumidores encuentra que se debe aumentar el tamaño de esta. Sumado a esto el colocar más información por sobre la tabla entorpece la comprensión de los consumidores. El diseño, debe ser uniforme para todos los alimentos envasados, ya que la existencia de distintos modelos de tabla no permite a los consumidores una correcta utilización de esta.

## 5. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALBALA, C.; VIO, F.; KAIN, J.; y UAUY, R. 2003. Nutrition transition in Chile: determinants and consequences. *Public Health Nutr* 2002; 5(1A):123-28; Ministerio de Salud. Encuesta de salud de la población chilena. Santiago: MINSAL (Online) <[www.minsal.cl/epidemiología](http://www.minsal.cl/epidemiología)> (17 abr. 2012).
- BERRIOS, X. 1997. Tendencia temporal de los factores de riesgo de enfermedades crónicas. ¿La antesala silenciosa de una epidemia que viene?. *Rev. Méd Chile*, 1997; 11: 1405-7.
- BIALKOVA, S. 2009. What determines consumer attention to nutrition labels?. (Online) <[www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0950329310001199](http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0950329310001199)>(17 abr. 2012).
- BURROWS, R.; CASTILLO, C.; ATALAH, E.; y UAUY, R. 2001. Guías de alimentación para la mujer chilena. Ministerio de Salud; Universidad de Chile, Instituto de Nutrición y Tecnología de los Alimentos. (Online) <<http://www.redsalud.gov.cl/archivos/alimentosynutricion/estrategiaintervencion/AlimentaciNutricinMujerCiclo%20Vital.pdf>> (18 abr. 2012).
- BURROWS, R. 2000. Prevención y tratamiento de la obesidad desde la niñez: la estrategia para disminuir las enfermedades crónicas no transmisibles del adulto. *Rev. Méd. Chile* v.128 n.1 Santiago ene. 2000 (Online) <[http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0034-98872000000100015&lng=es&nrm=iso](http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-98872000000100015&lng=es&nrm=iso)> (18 abr. 2012).
- CHILE, DIRECCION GENERAL DE AERONAUTICA CIVIL (DGAC). DIRECCION DE METEOROLOGIA DE CHILE. 2012. Climatología de ciudades. (Online) <[http://www.meteochile.cl/climas/climas\\_localidades.html](http://www.meteochile.cl/climas/climas_localidades.html)> (11 sept. 2012).

- CHILE, INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICAS (INE). 2005. Chile: Ciudades, Pueblos, Aldeas y Caseríos. (Online)  
<[http://www.ine.cl/canales/chile\\_estadistico/demografia\\_y\\_vitales/demografia/demografia.php](http://www.ine.cl/canales/chile_estadistico/demografia_y_vitales/demografia/demografia.php)> (22 abr. 2012).
- CHILE, INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICAS (INE). 2012. Resultados preliminares CENSO 2012 Región de los Ríos. (Online)  
<<http://www.inelosrios.cl/archivos/files/pdf/noticias/2012/8/Informe%20Resultado%20Preliminar%20Los%20R%C3%ADos%20Censo%202012.pdf>> (3 abr. 2013).
- CONCHA, M.; AGUILERA, X.; GUERRERO, A.; GONZALEZ, C.; y SALAS, J. 1996. Situación de salud en Chile. Ministerio de Salud Chile.
- CONSUMOLAB. 2012. ¿Qué les importa realmente a los consumidores?: Factores de decisión de compra y hábitos de consumo. (Online)  
<[tecnoalimentalia.ainia.es/web/tecnoalimentalia/consumidor-y-nuevos-productos?p\\_p\\_id=articulos\\_INSTANCE\\_rT64&p\\_p\\_lifecycle=0&p\\_p\\_state=exclusive&p\\_p\\_mode=view&p\\_p\\_col\\_id=column-3&p\\_p\\_col\\_count=1&\\_articulos\\_INSTANCE\\_rT64\\_struts\\_action=%2Fext%2Farticulos%2Fview\\_content&\\_articulos\\_INSTANCE\\_rT64\\_assetId=44340&\\_articulos\\_INSTANCE\\_rT64\\_urlTitle=que-les-importa-realmente-a-los-consumidores-%3A-factores-de-decision-de-compra-y-habitos-de-consumo&\\_articulos\\_INSTANCE\\_rT64\\_type=content&\\_articulos\\_INSTANCE\\_rT64\\_viewMode=print](http://tecnoalimentalia.ainia.es/web/tecnoalimentalia/consumidor-y-nuevos-productos?p_p_id=articulos_INSTANCE_rT64&p_p_lifecycle=0&p_p_state=exclusive&p_p_mode=view&p_p_col_id=column-3&p_p_col_count=1&_articulos_INSTANCE_rT64_struts_action=%2Fext%2Farticulos%2Fview_content&_articulos_INSTANCE_rT64_assetId=44340&_articulos_INSTANCE_rT64_urlTitle=que-les-importa-realmente-a-los-consumidores-%3A-factores-de-decision-de-compra-y-habitos-de-consumo&_articulos_INSTANCE_rT64_type=content&_articulos_INSTANCE_rT64_viewMode=print)> (25 may. 2012).
- DOMPER, A.; ZACARIAS, I.; OLIVARES, S.; GONZALEZ, D.; y VIO DEL RIO, F. 2005. Entrega de información nutricional y caracterización de la compra de alimentos en permercados. (Online)  
<[http://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0717-75182005000200009&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0717-75182005000200009&script=sci_arttext)> (15 abr. 2012).

FEDERACIÓ UNIÓ CÍVICA DE CONSUMIDORS I MESTRESSES DE CASA DE CATALUNYA (UNAE). 2007. Estudio sobre el etiquetaje alimentario. (Online) <[www.unae.cat/es/inici/consum/22.php?id\\_pagina=22&id\\_tribuna=34](http://www.unae.cat/es/inici/consum/22.php?id_pagina=22&id_tribuna=34)> (20 may. 2012).

FOOD AND AGRICULTURE ORGANIZATION (FAO). 2004. Comité de Agricultura. Seguimiento propuesto por la FAO del informe de la Consulta OMS/FAO de expertos sobre dieta, nutrición y prevención de enfermedades crónicas, 18 Período de Sesiones. (Online) <<http://www.fao.org/docrep/meeting/007/J1250s/J1250s00.htm>> (18 abr. 2012).

FOOD AND AGRICULTURE ORGANIZATION (FAO). 2001. Perfil nutricional de Chile. (Online) <<http://www.redsalud.gov.cl/archivos/alimentosynutricion/mapanutfao.pdf>> (18 abr. 2012).

FOOD LABELLING TO ADVANCE BETTER EDUCATION FOR LIFE (FLABEL). 2012. Las etiquetas de información nutricional y su verdadera utilidad. (Online) <[cordis.europa.eu/fetch?CALLER=ES\\_NEWS\\_FP7&ACTION=D&DOC=2&CAT=NEWS&QUERY=0135a03d6f91:ac57:2571f1b0&RCN=34314](http://cordis.europa.eu/fetch?CALLER=ES_NEWS_FP7&ACTION=D&DOC=2&CAT=NEWS&QUERY=0135a03d6f91:ac57:2571f1b0&RCN=34314)> (25 may. 2012).

GOBIERNO REGIONAL DE LOS RIOS. 2008. Comuna de Valdivia. (Online) <<http://www.goredelosrios.cl/region/valdivia.html>> (13 abr. 2012).

KOHEN, V.; PEREZ, A.; FERNANDEZ, C.; VILLARINO, M.; RODRIGUEZ, D.; ZURITA, L.; BERMEJO, L.; y GOMEZ, C. 2010. Análisis de las encuestas sobre etiquetado nutricional realizadas en el Hospital La Paz de Madrid durante la 9ª edición del "Día Nacional de la Nutrición (DNN) 2010". (Online) <[http://scielo.isciii.es/scielo.php?pid=S0212-16112011000100011&script=sci\\_arttext](http://scielo.isciii.es/scielo.php?pid=S0212-16112011000100011&script=sci_arttext)> (25 may. 2012).

- MENDOZA, C.; PINHEIRO, A.; y AMIGO, H. 2007. Evolución de la situación alimentaria en Chile. (Online) <[http://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0717-75182007000100007&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0717-75182007000100007&script=sci_arttext)> (19 abr. 2012).
- ORGANIZACION MUNDIAL DE LA SALUD (OMS). 2002. Informe sobre la salud en el mundo 2002: reducir los riesgos y promover una vida sana. Ginebra: OMS. (Online) <<http://www.who.int/whr/2002/es/>> (20 abr. 2012).
- OLIVARES, S. 2004. La alimentación como condicionante de la promoción de salud. Ministerio de Salud/Vida Chile, INTA, Universidad de Chile. 2004:114-129.
- OLIVARES, S.; y ZACARIAS, I. 2005. Etiquetado nutricional de los alimentos. (Online) <[http://www.inta.cl/material\\_educativo/cd/Etiquet.pdf](http://www.inta.cl/material_educativo/cd/Etiquet.pdf)> (20 abr. 2012).
- POPKIN, B. 2004. The nutrition transition: an overview of world patterns of change. *Nutr Rev* 2004; 62(7 Pt 2): S140-43). (Online) <<http://www.cpc.unc.edu/projects/nutrans/publications/Popkin%20Nutr%20Trans%20NR%202004.pdf>> (19 abr. 2012).
- VAN HERPEN, E.; y VAN TRIJP, H. 2010. Front-of-pack nutrition labels. Their effect on attention and choices when consumers have varying goals and time constraints. (Online) <[www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0195666311001322](http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0195666311001322)> (20 may. 2012).
- VERA, G.; y ZACARIAS, I. 2005. GUIA PARA IMPLEMENTAR EL ETIQUETADO NUTRICIONAL OBLIGATORIO EN LOS ALIMENTOS ENVASADOS EN CHILE. (Online) <[http://www.ulavirtual.cl/courses/VEG5/document/guia\\_etiquetado\\_nutricional%5B1%5D.pdf](http://www.ulavirtual.cl/courses/VEG5/document/guia_etiquetado_nutricional%5B1%5D.pdf)> (10 abr. 2012).

VIO DEL RIO, F.; y ALBALA, C. 1998. La transición nutricional en Chile / Nutritional transition in Chile. Revista chilena de nutrición Volumen. 25 N°3:11-20, diciembre.

ZAR, J. 1999. Bioestatistical Analysis. 4a. Ed. Prentice - Hall International, New Jersey, Estados Unidos. p 663.

## **6 ANEXOS**

## ANEXO

**Anexo 1:** Encuesta a consumidores de distintos supermercados de la ciudad de Valdivia.

Marcar con una X la respuesta

Encuesta información nutricional:

1. Conoce usted lo que es la tabla o etiqueta de información nutricional que está en los productos?
  - a. Si
  - b. No
2. Sabía usted que todos los alimentos envasados en nuestro país reglamentariamente deben tener la tabla de información nutricional?
  - a. Si
  - b. No
3. ¿Usted lee la tabla de información nutricional?
  - a. Si
  - b. No

(Si la respuesta es negativa pasar a la información socioeconómica. De ser positiva continuar con encuesta)

4. La información contenida en las tablas nutricionales de los alimentos envasados influye sobre su decisión de compra del producto?
  - a. Si
  - b. No

(Si la respuesta es negativa pasar a la información socioeconómica. De ser positiva continuar con encuesta)

5. Usted está de acuerdo con que: “Es importante leer y comprender lo que la tabla de información nutricional indica, para poder elegir el producto adecuado” (graduación por escala likert)
  - a. Totalmente en desacuerdo

- b. En desacuerdo
- c. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- d. De acuerdo
- e. Totalmente de acuerdo

6. En qué alimentos observa usted la tabla nutricional?

- a. Todos
- b. Algunos
  - i. Carnes
  - ii. Leguminosas
  - iii. Pan
  - iv. Lácteos
  - v. Cereales
  - vi. Preparados
  - vii. Congelados
  - viii. Fiambrería
  - ix. Otro: \_\_\_\_\_

7. Usted lee toda la información contenida en la tabla de nutricional?

- a. Si
- b. No

(De ser negativa la respuesta pasar a pregunta 8, de ser positiva pasar a pregunta 9)

8. Si no lee toda la información en que se fija?

- i. Calorías
- ii. Grasas
- iii. Colesterol
- iv. Hidratos de carbono
- v. Sodio
- vi. Vitaminas

9. Considera usted que el diseño actual de esta tabla, favorece la lectura del consumidor?

a. Si

b. No

(Si la respuesta es positiva pasar a datos socioeconómicos. Si la respuesta es negativa pasar a la pregunta 10)

10. Que cambios cree usted que favorecerían la lectura de la información nutricional?

a. Aumentar el tamaño

b. Cambiar el formato

c. Cambiar su ubicación

d. Otro: \_\_\_\_\_

#### Datos Socio-económicos

• Genero M\_\_\_ F\_\_\_

• Edad: \_\_\_\_\_

• Nivel de educación: Sin educación\_\_\_ Básica\_\_\_ Media\_\_\_ Técnica\_\_\_  
Universitaria\_\_\_

• Tiene niños menores de 18 años Si\_\_\_ No\_\_\_

• Ingreso familiar

\_\_\_ No Genera Ingresos

\_\_\_ 1-250 mil pesos

\_\_\_ 251 mil - 500 mil pesos

\_\_\_ 501 mil – 750 mil pesos

\_\_\_ 751 mil – 1 millón de pesos

\_\_\_ > de 1 millón de pesos