



Universidad Austral de Chile

Facultad de Ciencias Agrarias
Escuela de Agronomía

Percepción del concepto de “Alimento Saludable” en los consumidores de la ciudad de Valdivia.

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

Francisco Javier Pohl Fernández

Valdivia – Chile

2013

PROFESOR PATROCINANTE:

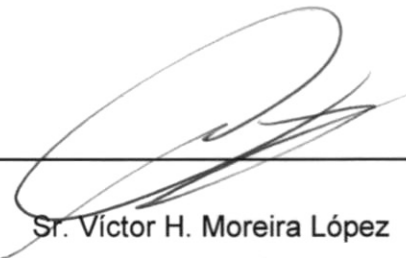


Sr. Rodrigo Echeverría Pezoa
Ing. Agr., M.Sc., M.B.A., Ph.D.
Instituto de Economía Agraria

PROFESORES INFORMANTES:



Sra. Mª Beatriz Vera Oyarzún
Ing. Agr., M.B.A.
Instituto de Economía Agraria



Sr. Víctor H. Moreira López
Ing. Agr., M.Sc., M.S., Ph.D.
Instituto de Economía Agraria

ÍNDICE DE MATERIAS

Capítulo		Página
	RESUMEN	1
	SUMMARY	2
1	INTRODUCCIÓN	3
2	MATERIAL Y MÉTODO	5
2.1	Material	5
2.1.1	Universo de estudio	5
2.1.2	Área de estudio	5
2.1.3	Muestra	5
2.1.3.1	Selección de la muestra	5
2.1.3.2	Tamaño de la muestra	5
2.2	Método	6
2.2.1	Época de trabajo	6
2.3	Procesamiento de la Información	6
3	PRESENTACIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS	7
3.1	Conceptos relacionados al término “alimento saludable”	8
3.2	Factores relevantes asociados al concepto “alimento saludable”	9
3.2.1	Zona de elaboración	10
3.2.2	Etiqueta	11

3.2.3	Marca	11
3.2.4	Composición nutricional	12
3.3	Relación entre los términos asociados a los “alimentos saludables” y las variables sociodemográficas	13
3.3.1	Género	13
3.3.2	Edad	14
3.3.3	Nivel educacional	16
3.3.4	Número de niños en el hogar	17
3.3.5	Ingreso familia	18
4	CONCLUSIONES	20
5	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	22
	ANEXOS	24

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro		Página
1	Estadística descriptiva de las principales variables consideradas en el estudio	7

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura		Página
1	Conceptos relacionados al término “alimento saludable”	9
2	Importancia de las características relacionadas con los alimentos saludables	10
3	Importancia de la zona de elaboración de acuerdo a los términos relacionados a los “alimentos saludables”	10
4	Importancia de la etiqueta de acuerdo a los términos relacionados a los “alimentos saludables”	11
5	Importancia de la marca de acuerdo a los términos de los “alimentos saludables”	12
6	Importancia de la composición nutricional de acuerdo a los términos relacionados a los “alimentos saludables”	13
7	Relación entre los conceptos asociados a los “alimentos saludables” y el género	14
8	Relación entre los conceptos asociados a los “alimentos saludables” y la edad	15
9	Preferencia de las personas por los alimentos saludables según su edad	15
10	Relación entre los conceptos asociados a los “alimentos saludables” y su nivel educacional	16
11	Conocimiento de lo que es un alimento saludable y el nivel de educación de las personas	17

12	Compra de alimentos saludables según la cantidad de niños presentes en el hogar	17
13	Relación entre los conceptos asociados a los “alimentos saludables” y los ingresos percibidos	18
14	Compra de alimentos saludables según su ingreso	19

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo		Página
1	Encuesta: Percepción del concepto de “Alimento Saludable”	25

RESUMEN

El propósito de este estudio fue determinar la percepción que tienen los consumidores de la ciudad de Valdivia sobre el término “alimento saludable”. Además, se analizan las características de los alimentos saludables que pueden tener relevancia para clasificarlos dentro de esta categoría. Para esto, se realizó una encuesta a personas escogidas aleatoriamente en diferentes lugares de la ciudad de Valdivia. Después de aplicar la encuesta se llevó a cabo un análisis de los datos mediante estadística descriptiva. Los resultados obtenidos señalan que un 90,7% de las personas dicen saber lo que son los alimentos saludables, de los cuales un 43,7% lo relacionan con los alimentos naturales. La población de Valdivia señaló que la característica más relevante asociada a los alimentos saludables es la composición nutricional, con un 88% de las respuestas, seguida por un 57,4% que señala que la zona de elaboración es también importante. El nivel educacional es un aspecto importante al momento de analizar los resultados con respecto al conocimiento sobre estos alimentos; así como también la edad es un factor a considerar en la incorporación de estos alimentos en las decisiones de compra.

SUMMARY

The purpose of this study was to determine consumer perceptions of the city of Valdivia on the term "healthy food". We also analyze the characteristics of the healthy food that can be relevant for classification in this category. For this, we conducted a survey of randomly selected people in different places in the city of Valdivia. After applying the survey was carried out an analysis of the data using descriptive statistics. Results show that a 90.7% of people claim to know what foods are healthy, of which 43.7% relate it with natural foods. The population of Valdivia said the most important feature associated with healthy foods is the nutritional composition, with 88% of respondents, followed by 57.4% which indicates that the processing area is also important. The educational level is an important aspect when analyzing the results with respect to knowledge about these foods, as well as age is an important factor in incorporating these foods into purchasing decisions.

1 INTRODUCCIÓN

Según la Biblioteca del Congreso Nacional de Chile (BCN, 2006) los chilenos han experimentado grandes cambios alimenticios durante los últimos 30 años. Entre estos cambios resalta el alto consumo de comida rápida (comida chatarra), como respuesta al poco tiempo que poseen las personas para preparar su propia comida.

Esto se relaciona con un alto grado de obesidad. Es así como Chile es uno de los países con tasas más altas de obesidad infantil en el mundo y el país con el mayor problema de obesidad de América Latina con un 18% de obesos entre los escolares y un 25% en la población total. La base de este problema es la mala alimentación que poseen los chilenos, ya que la población no posee una dieta equilibrada, consumiendo alimentos ricos en grasas y con exceso de calorías (Salinas, 2011; Ministerio de Salud, 2010).

Al tener una mala alimentación un individuo está propenso a contraer enfermedades como diabetes, hipertensión e infartos. De esta forma es imprescindible desarrollar mecanismos para que la gente mejore su alimentación, a fin de prevenir el alto costo que implica el tratamiento de estas enfermedades. De hecho, en el año 2006 se gastaron 200 millones de dólares en tratamientos para este tipo de enfermedades y se estima que de un 5% a un 7% del gasto de atenciones en salud es destinado a tratar enfermedades relacionadas con la obesidad (Paredes, 2006).

Como consecuencia de la mala alimentación y las enfermedades observadas, algunas personas han optado por alimentarse de manera más saludable (Araya y Atalah, 2002). La población está cada vez más consciente de la relación existente entre alimentación y salud, lo cual se traduce en la elección de alimentos saludables y funcionales (Martínez, 2012).

Es así como se está trabajando en la propuesta de límites para cada nutriente crítico, donde los alimentos que posean cantidades que sobrepasen esos límites deberán colocar un mensaje de advertencia. Tras esta medida se espera que el consumidor

tenga libre acceso a la información nutricional que se presenta en el etiquetado de los productos alimenticios de manera clara y fácil de comprender. De esta forma los consumidores podrán seleccionar productos saludables y no solo aquellos que tengan mayor conocimiento en el tema (Zacarías, 2011).

Además, en Chile no existen definiciones formales que permitan a la población saber concretamente lo que es un alimento saludable. A nivel internacional existen definiciones de los alimentos como los funcionales o los naturales, pero estos términos no son conocidos en Chile. En el país se acepta una serie de conceptos de alimento saludable, pero es necesario conformar conjuntamente con los consumidores, los legisladores y los industriales, las definiciones y normas que faciliten la protección del consumidor, principalmente mediante una información adecuada (Araya, 2003).

En este contexto el presente trabajo tendrá como objetivo general, analizar la percepción de los consumidores de la ciudad de Valdivia sobre el término “alimento saludable”.

Los objetivos específicos de este trabajo son:

- Identificar los conceptos asociados al término “alimento saludable”.
- Caracterizar los factores relevantes asociados por los consumidores al concepto de alimento saludable.
- Caracterizar a los consumidores socio-demográficamente en función de los conceptos identificados anteriormente.

2 MATERIAL Y MÉTODO

2.1 Material.

En el presente estudio se analizó lo que entiende la población por “alimento saludable”. Además, se identificaron las características relevantes asociadas al concepto señalado anteriormente. Para lograr estos objetivos fue necesario el material y método que se indica.

2.1.1 Universo de estudio. Consumidores de productos alimenticios de la ciudad de Valdivia, Región de los Ríos. Datos del último censo realizado en la comuna de Valdivia señalan que tiene una población de 140.559 personas (Chile, instituto nacional de estadísticas, (INE) 2007).

2.1.2 Área de estudio. El estudio se llevó a cabo en la ciudad de Valdivia, capital de la Región de los Ríos ubicada en la latitud 39° 38' S y 73° 05' de longitud oeste (Chile, dirección general de aeronáutica, 2012).

2.1.3 Muestra. La selección de la muestra se detalla a continuación.

2.1.3.1 Selección de la muestra. La muestra correspondió a personas mayores de 18 años, de ambos sexos escogidas de manera aleatoria dentro de la ciudad de Valdivia principalmente en puntos estratégicos (donde se esperó encontrar un mayor flujo de personas), tales como la Plaza de Armas, el Mall Plaza de Los Ríos y la Isla Teja, entre otras.

2.1.3.2 Tamaño de la muestra. Para determinar el tamaño de la muestra se utilizó la siguiente fórmula (ZAR, 1999):

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

Donde n es el tamaño de la muestra, z es 1,96 para un 95% de nivel de confianza, p es la variabilidad estimada de la población (0,5 es la máxima variabilidad) y e es el error admitido (5%), dando un total de 384 personas.

2.2 Método.

Se elaboró una encuesta que constó de 2 partes (Anexo 1). La primera parte tiene directa relación con los alimentos saludables, donde se buscó obtener información relevante sobre estos alimentos mediante 4 preguntas cerradas. Esta información ayudó a determinar si la gente sabe lo que es un alimento saludable, y si sabe, a que concepto lo asocia. Además se utilizó la escala Likert en las preguntas 3 y 4 para determinar el grado de importancia de diferentes características a la hora de considerar un alimento como saludable y saber si la gente incorpora este tipo de alimentos en sus decisiones de compra. La segunda parte consta de 5 preguntas de caracterización sociodemográfica en las cuales se incluyen las siguientes variables: género, edad, nivel educacional, número de niños en el hogar e ingreso económico familiar.

Para la encuesta se realizó un pre testeo principalmente para cerciorarse que las preguntas se entendieran y para poder garantizar que las respuestas de la población coincidieran con las opciones que presentaba la encuesta.

2.2.1 Época de Trabajo. Las encuestas se aplicaron durante los meses de agosto, septiembre y octubre, del año 2012.

2.3 Procesamiento de la información.

La información recopilada tras la realización de las encuestas, se procesó y analizó mediante estadística descriptiva usando un análisis de frecuencias para las respuestas cuantitativas. Además, se utilizó tablas de contingencia para las variables cuantitativas relacionadas con los alimentos saludables. Para este procesamiento de información se utilizó el programa de estadística descriptiva *STATA* (Statistics/ Data Analysis).

3 PRESENTACIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

A continuación se presenta información estadística relacionada con los datos obtenidos de las encuestas.

Cuadro 1. Estadística descriptiva de las principales variables consideradas en el estudio.

	Observados	Media	Desv. Estándar	Mínimo	Máximo
Total Encuestas	386				
Sabe	386	0,91	0,29	0	1
Concepto	350	2,34	0,96	1	4
Zona Elaboración	350	3,51	0,63	1	4
Etiqueta	350	3,17	0,83	1	4
Marca	350	2,47	0,92	1	4
Comp. Nutricional	350	3,86	0,42	1	4
Compra	350	1,82	0,81	1	4
Género	386	1,52	0,50	1	2
Edad	386	3,09	1,4	1	5
Educación	386	2,77	1,06	1	4
Niños en Hogar	386	1,17	1,24	0	6
Nivel Ingreso	386	3,43	1,44	1	6

Los resultados indican que el 91% de los encuestados dicen saber lo que es un alimento saludable. Según Araya (2003), los alimentos saludables son, “aquellos que, en su estado natural o con un mínimo de procesamiento, tienen compuestos con propiedades beneficiosas para la salud”.

Es importante considerar que las respuestas obtenidas de la tabla que se realizó en la encuesta en la pregunta número 3 (Anexo 1), fue clasificada con los siguientes valores: sin importancia 1, poco importante 2, importante 3 y muy importante 4. A modo de ejemplo la composición nutricional de los alimentos se encuentra calificada entre las respuestas importante y muy importante, obteniendo una media de 3,86 lo que señala que esta característica posee gran importancia dentro de los alimentos saludables.

Los mínimos corresponden al valor mínimo de las respuestas y en el caso de la educación el mínimo es 1 que identifica a las respuesta de las personas que

pertenecen a “educación básica” y el máximo es 4 el cual corresponde a la respuesta de personas “universitarias” (Anexo1).

3.1 Conceptos relacionados al término “alimento saludable”.

En la Figura 1 se puede apreciar que no hay un concepto definido que se relacione directamente con un alimento saludable. Un 43,7 % relaciona el concepto saludable con los alimentos naturales. Según Houchins (2008), la palabra “natural” en el uso de los alimentos es muy ambigua y que un alimento se considera natural, cuando está libre de ingredientes artificiales, sintéticos o aditivos, incluyendo el color, sabor o cualquier ingrediente “que normalmente no se espera”.

Los conceptos “alimento del campo” y “alimento orgánico” también poseen cierta relevancia, ya que ambos tienen más de 20 % de las respuestas. Un alimento del campo es todo aquel alimento proveniente del sector rural y un alimento orgánico es el alimento que en su producción, elaboración, conservación y comercialización ha cumplido con los requisitos y protocolos establecidos en el reglamento y normas técnicas que sean aprobadas y oficializadas de conformidad a la ley (Chile, Ministerio de Agricultura, 2006).

En el caso de los alimentos funcionales solo un 8,3%, una pequeña parte de la muestra, relaciona este término como alimento saludable. Los alimentos funcionales son los alimentos que forman parte de la dieta habitual y además poseen efectos que benefician al organismo más allá de los efectos nutricionales. Hoy en día la funcionalidad de los alimentos se crea mediante procesos industriales en los cuales se le adicionan a los alimentos ingredientes bioactivos (Stein y Rodríguez, 2008).

Los resultados concuerdan con lo que menciona Martínez (2012), ya que en el país aún se presenta un sector limitado de alimentos funcionales y no se presentan cifras oficiales que permitan representar su crecimiento. Además señala que se puede afirmar un gran interés de las grandes empresas como Colun, Soprole o Belmont para incorporar en sus líneas de producción alimentos saludables, respondiendo a la creciente tendencia de los consumidores, los cuales prefieren productos que representen un beneficio para su salud (Martínez, 2012).

Houchins (2008) señala que, en general, la gente busca un producto con la mínima intervención; es por esto que la mayoría lo relaciona con un alimento natural.

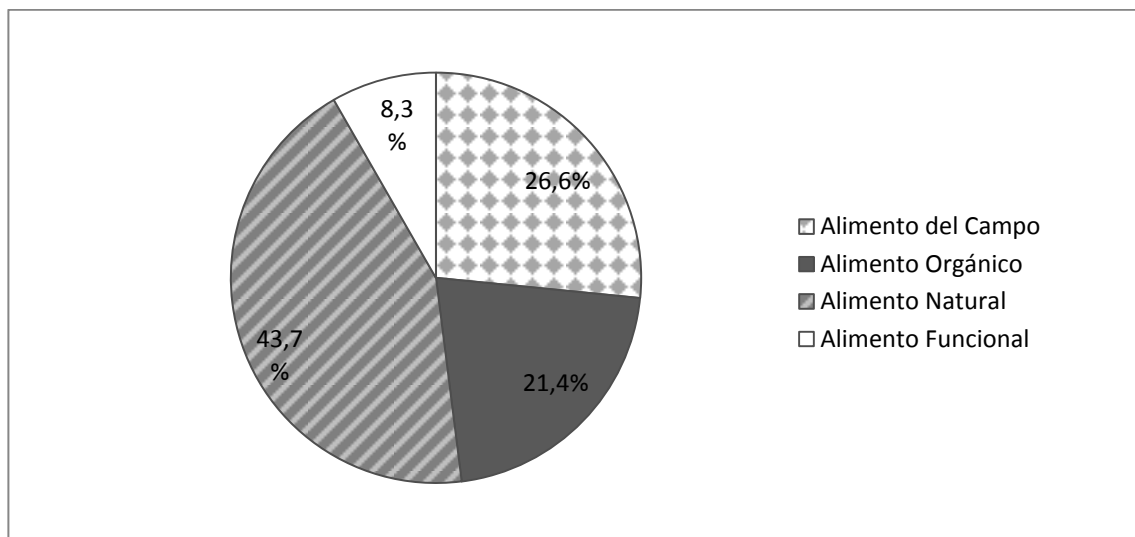


Figura 1. Conceptos relacionados al término “alimento saludable”.

3.2 Factores relevantes asociados al concepto “alimento saludable”.

Se analizaron 4 características que se podían asociar a los alimentos saludables: la zona de elaboración, la etiqueta, la marca y la composición nutricional del alimento.

En la figura 2 se presentan los datos obtenidos luego de consultar sobre la importancia que se le otorga a las diferentes características de los alimentos saludables. Se puede observar que la característica más importante es la composición nutricional, seguida por la zona de elaboración del alimento con un 88% y un 57% respectivamente. Por otro lado la característica con menor relevancia corresponde a la marca. A pesar de que esta característica es la menos relevante dentro de las características evaluadas en el estudio, la población también la considera relevante.

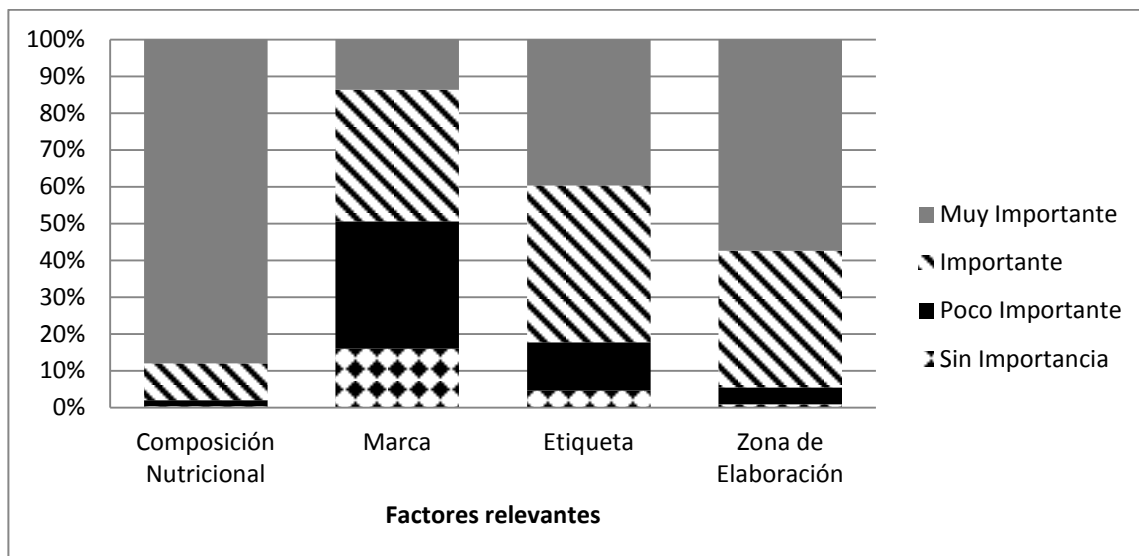


Figura 2. Importancia de las características relacionadas con los alimentos saludables.

3.2.1 Zona de elaboración. Al relacionar la zona de elaboración y los conceptos asociados a los alimentos saludables se puede visualizar en la Figura 3, que esta es muy importante dentro de los conceptos alimento del campo, orgánico y natural. Dentro de los alimentos funcionales la zona de elaboración disminuye su grado de importancia siendo solo importante.

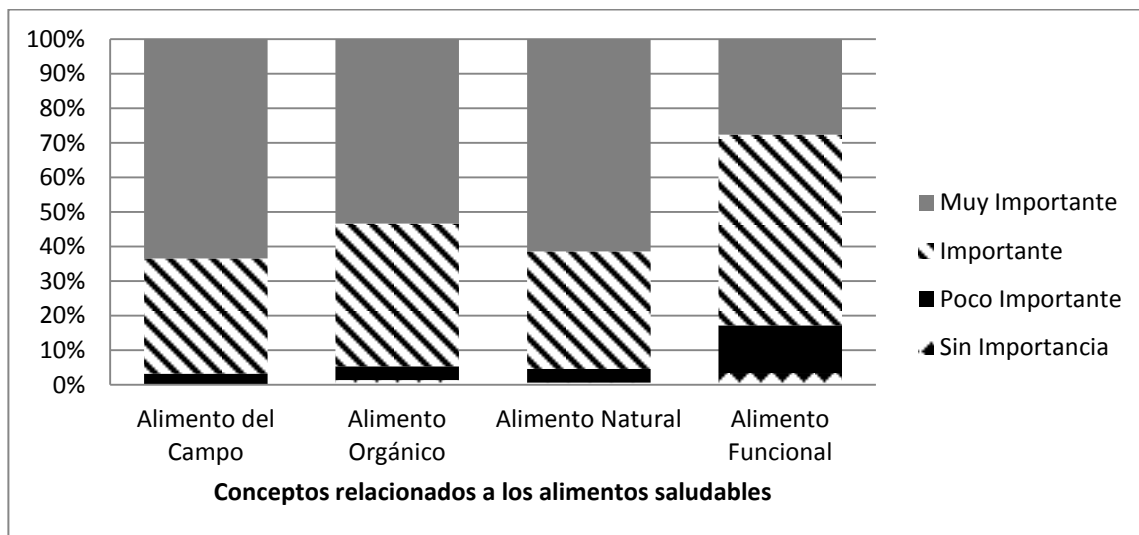


Figura 3. Importancia de la zona de elaboración de acuerdo a los términos relacionados a los “alimentos saludables”.

3.2.2 Etiqueta. Al observar los resultados de la Figura 4, se puede concluir que la etiqueta es una característica muy importante en los alimentos del campo (48,4%) y en los alimentos orgánicos (38,7%). En los alimentos naturales (48,4%) y funcionales (48,3%) se señaló que la etiqueta es importante. La población de Valdivia señala que la etiqueta es una característica importante dentro de los alimentos saludables, ya que gracias a esta se puede conocer la información nutricional de los alimentos. Además se mencionó principalmente que la etiqueta debería contener una letra con un tamaño adecuado y colores llamativos que inviten a observar el contenido del producto.

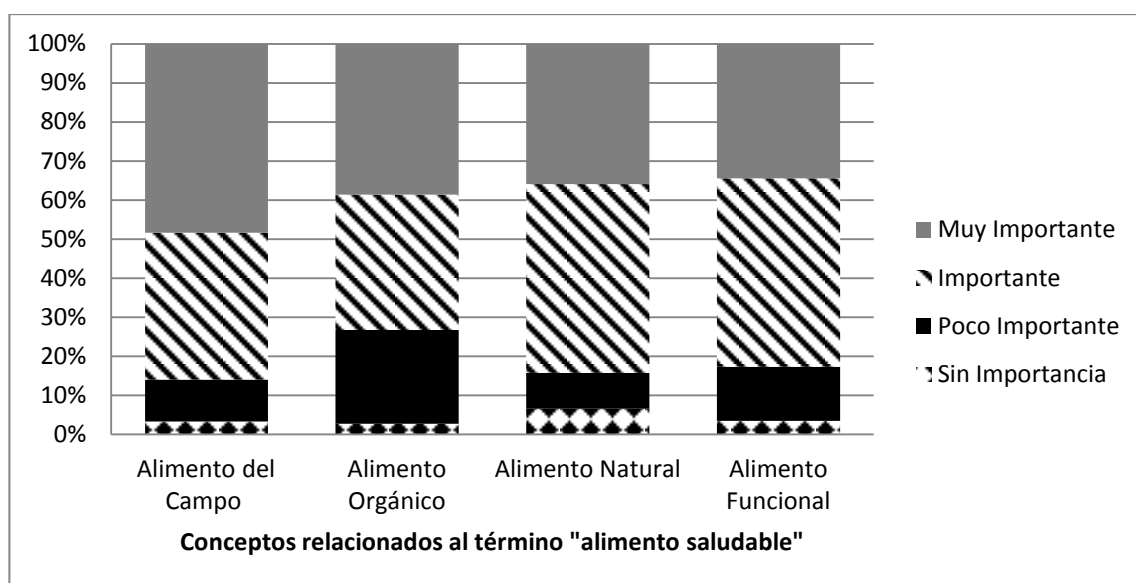


Figura 4. Importancia de la etiqueta de acuerdo a los términos relacionados a los “alimentos saludables”.

3.2.3 Marca. La marca es la característica menos importante dentro de las características estudiadas, teniendo un grado de importancia menor que la zona de elaboración, la etiqueta y la composición nutricional. En la Figura 5 se puede observar que la población considera que la marca es importante en los alimentos naturales y orgánicos. Los resultados indican que, en los alimentos del campo, la marca no tiene gran relevancia. Lo que se contrapone con lo observado por Leiva (2007), ya que él señala que la marca es uno de los factores que determinan la elección al momento de comprar (en el 80% de los casos), principalmente porque otorga un respaldo de calidad. Esta garantía es buscada y exigida en los productos saludables ya que la

salud es un tema importante y no se puede dejar en manos de una marca que no posee prestigio (Leiva, 2007).

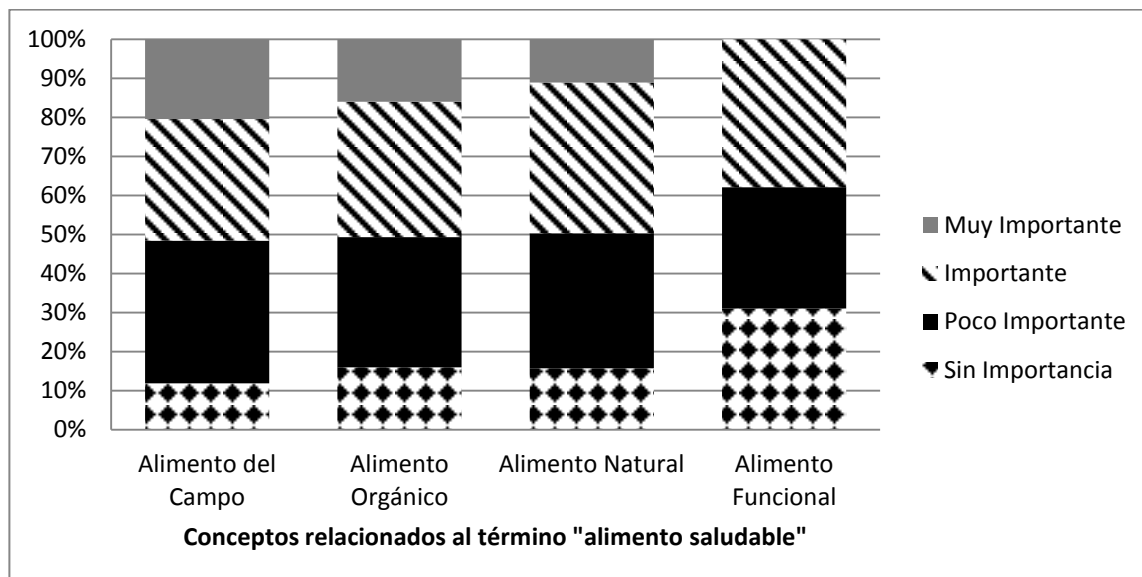


Figura 5. Importancia de la marca de acuerdo a los términos de los “alimentos saludables”.

3.2.4 Composición Nutricional. Al relacionar la composición nutricional con los conceptos de los alimentos saludables, en la Figura 6 se puede observar claramente que es una característica muy importante dentro de estos alimentos y la más importante dentro de las características presentes en este estudio. La composición nutricional llega a obtener sobre un 80% de las respuestas dentro del mayor grado de importancia en todos los conceptos y sobre un 90% en los alimentos funcionales.

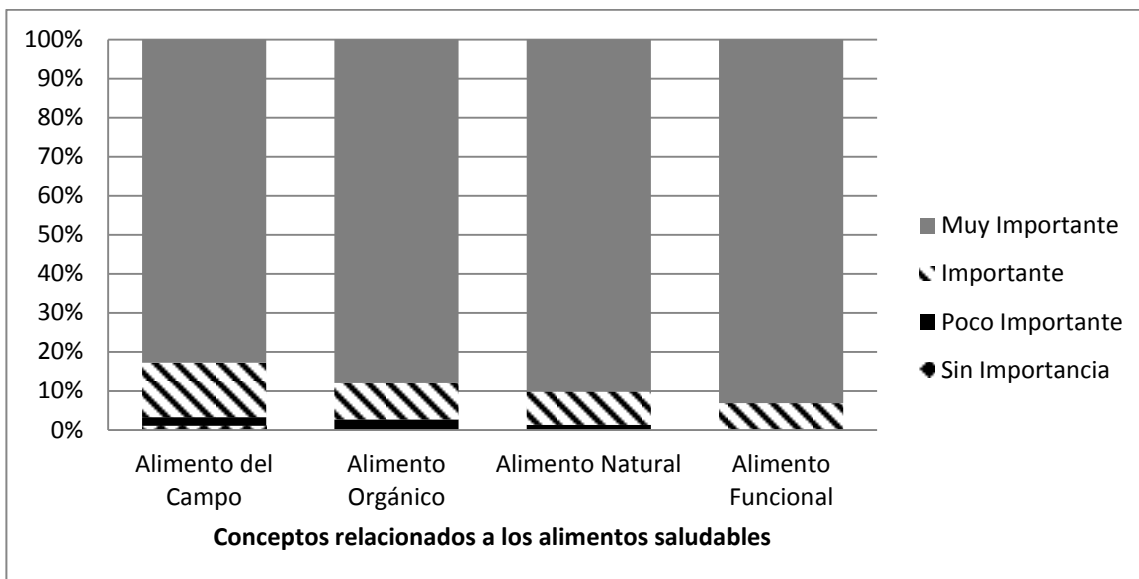


Figura 6. Importancia de la composición nutricional de acuerdo a los términos relacionados a los “alimentos saludables”.

3.3 Relación entre los términos asociados a los “alimentos saludables” y las variables sociodemográficas.

Para la realización de este análisis se utilizaron las variables sociodemográficas género, edad, nivel de educación, número de niños en el hogar e ingreso familiar.

3.3.1 Género. De un total de 386 encuestados, 201 fueron mujeres y 185 hombres, lo que corresponde a un 52,1% y 47,9% respectivamente. En la Figura 7 se observa que un 47,9% de las mujeres y un 38,9% de los hombres asocian el concepto de alimento natural a los alimentos saludables. En los alimentos del campo se puede visualizar que no existen diferencias aparentes entre hombre y mujeres.

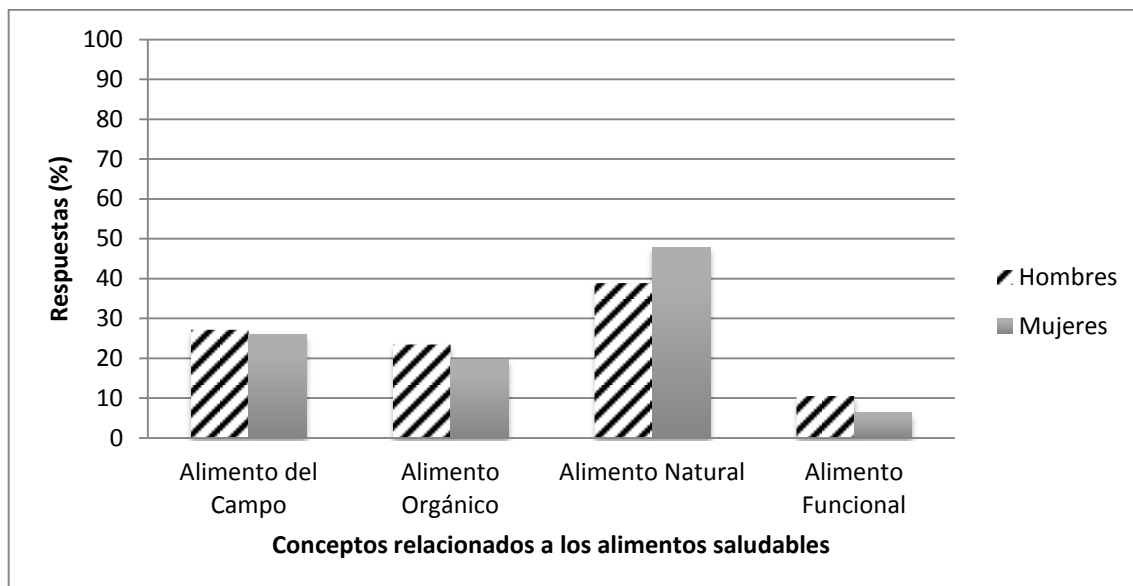


Figura 7. Relación entre los conceptos asociados a los “alimentos saludables” y el género.

3.3.2 Edad. En la Figura 8 se puede observar que la mayoría de las personas relacionan los alimentos saludables con alimentos naturales sin importar su edad. La gente de más edad también asocia el término de alimento saludable con el concepto “alimento del campo”. El concepto que relaciona a los alimentos orgánicos logra obtener la segunda mayoría en las personas con menor edad, es decir entre los 18 y los 35 años.

En la Figura 9 se observa la preferencia de las personas por los alimentos saludables según su edad. Los resultados indican que la preferencia por este grupo de alimentos está ligada a la edad, ya que a medida que aumenta, un mayor número de personas señalaron que consideran siempre el concepto de alimento saludable en sus decisiones de compra. Las personas más jóvenes indicaron que frecuentemente consideran este tipo de alimentos en sus decisiones de compra.

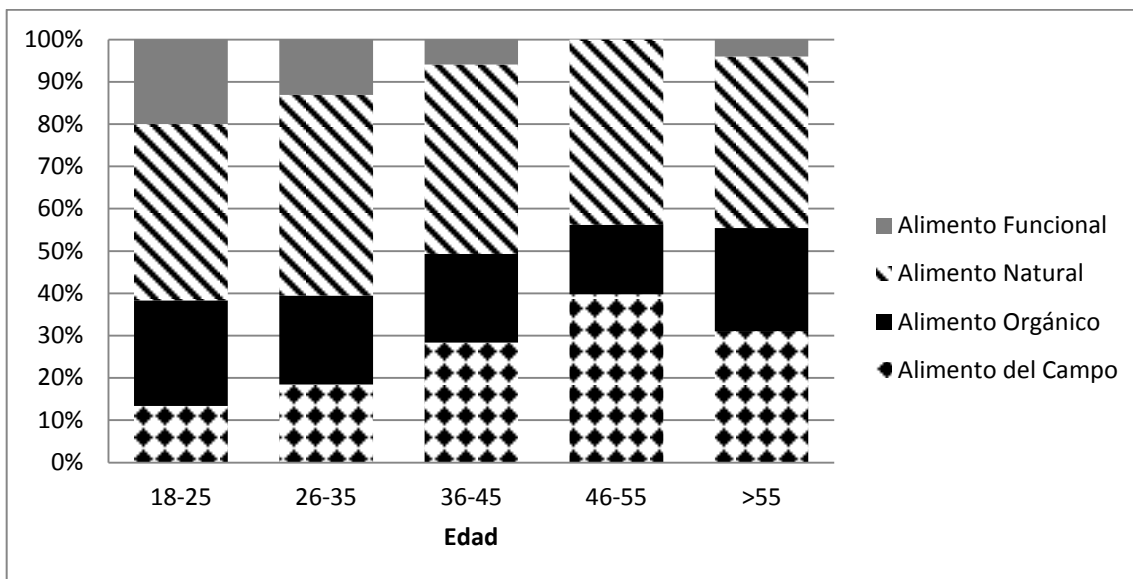


Figura 8. Relación entre los conceptos asociados a los “alimentos saludables” y la edad.

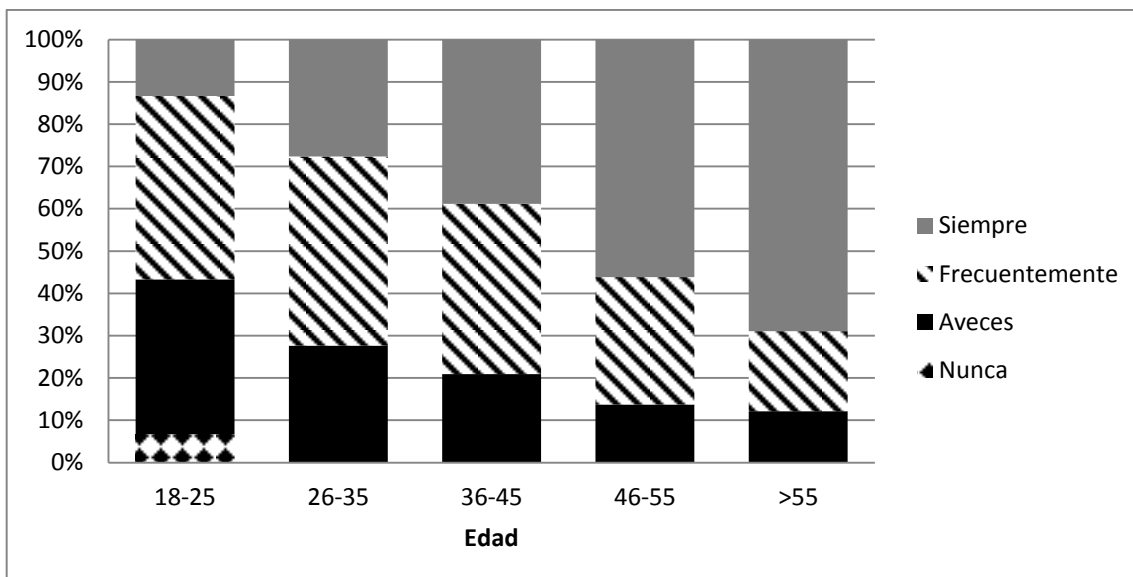


Figura 9. Preferencia de las personas por los alimentos saludables según su edad.

3.3.3 Nivel de educación. En la Figura 10 se presenta la relación entre los conceptos asociados a los alimentos saludables y el nivel de educación de los encuestados. En el gráfico se puede apreciar que el concepto de alimento natural obtiene la mayoría de las respuestas independientemente de la educación, con un 58,6% para la educación técnica, seguido por un 47,7% para la educación media. Las personas con menor educación asocian también los alimentos del campo con los alimentos saludables, con un 41,4% para la educación básica y un 37,5% para la educación media. Un 31,9% de las personas con educación superior asocian también los alimentos saludables con los alimentos orgánicos.

En la Figura 11 se presenta el conocimiento de lo que es un alimento saludable según su nivel de educación. La mayor cantidad de personas que dicen no saber lo qué es un alimento saludable tienen un nivel de educación básica o media; por el contrario la gran mayoría de las personas con educación técnica o superior dice saber lo que son los alimentos saludables.

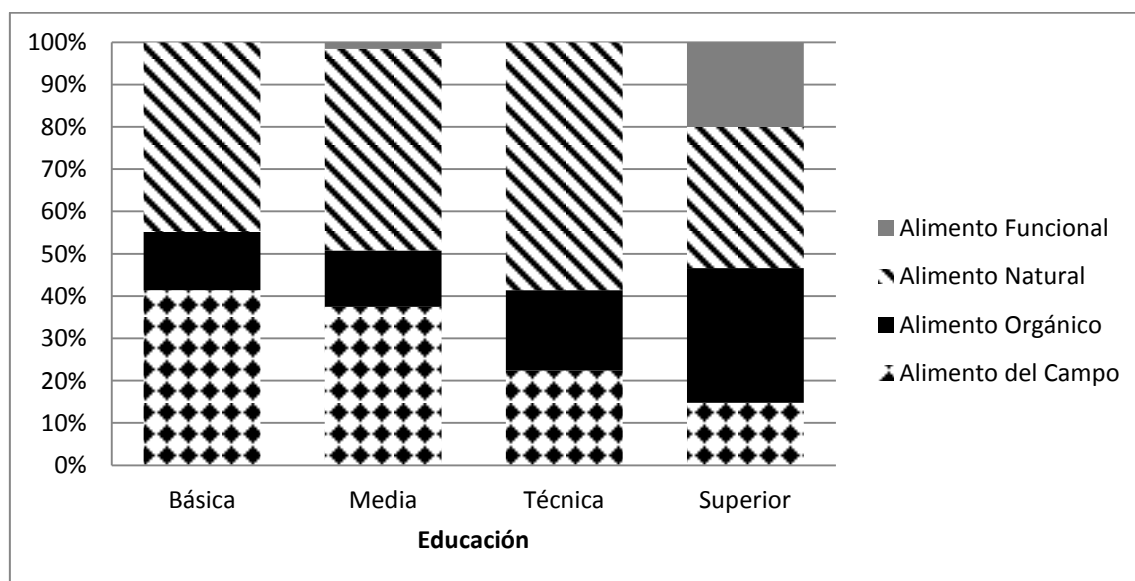


Figura 10. Relación entre los conceptos asociados a los “alimentos saludables” y su nivel educacional.

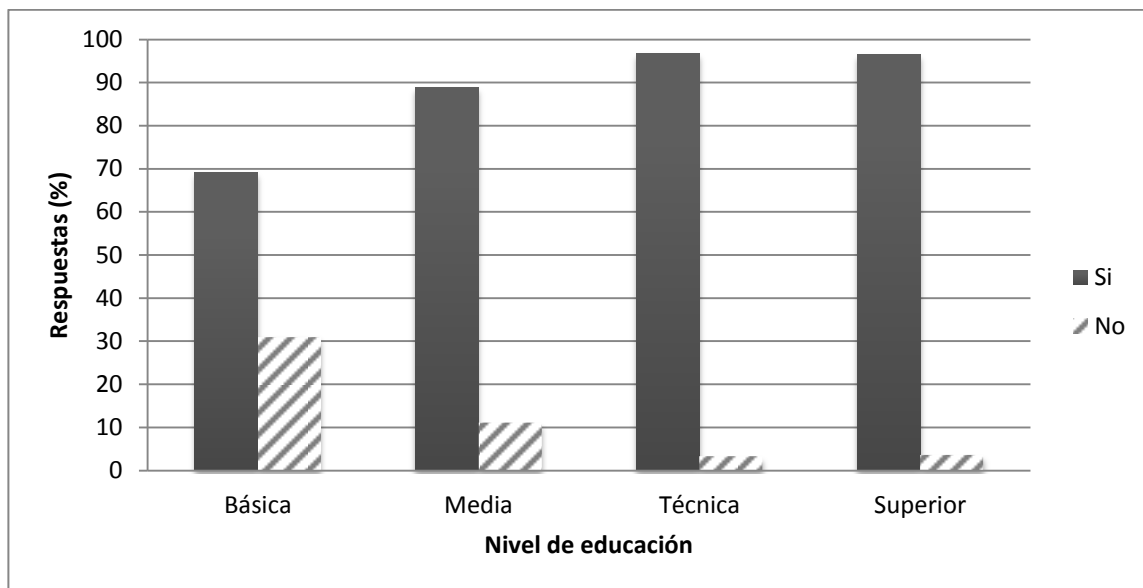


Figura 11. Conocimiento de lo que es un alimento saludable y el nivel de educación de las personas.

3.3.4 Número de niños en el hogar. En la Figura 12 se puede apreciar que el número de niños en el hogar no determina la compra de alimentos saludables. Con la información recolectada se puede apreciar que las personas incluyen siempre en sus decisiones de compra este tipo de alimentos, independientemente del número de niños en el hogar que ellos tengan.

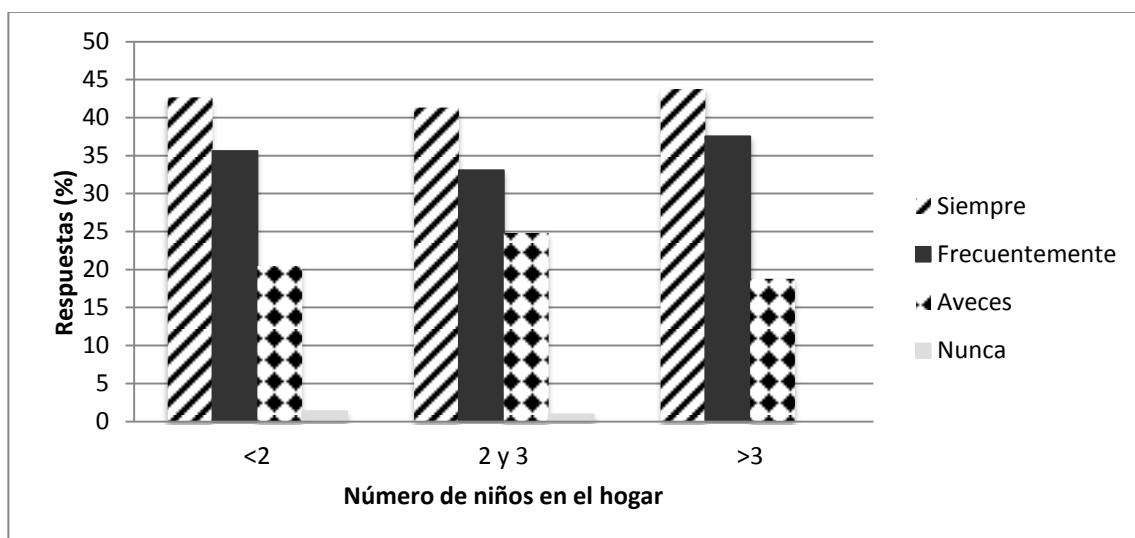


Figura 12. Compra de alimentos saludables según la cantidad de niños presentes en el hogar.

3.3.5 Ingreso familiar. En la Figura 13 se presentan los resultados de la relación entre los conceptos asociados a los alimentos saludables y el nivel de ingreso percibido por las personas. No se aprecia una tendencia clara, pero sí se puede visualizar que medida que baja el ingreso existe un mayor porcentaje de las personas que relacionan los alimentos saludables con los alimentos del campo, en el caso de las personas que no generan ingreso alcanza un 50% este concepto. Las personas con ingresos mayores a 751.000 relacionan mayormente el concepto de alimentos saludables con los alimentos orgánicos y funcionales.

En la Figura 14, se puede observar que las personas que obtienen un ingreso menor a \$750.000 siempre incorporan estos productos en sus decisiones de compra. Esto no ocurre en los grupos con mayores ingresos, que solo señalan comprar estos productos frecuentemente.

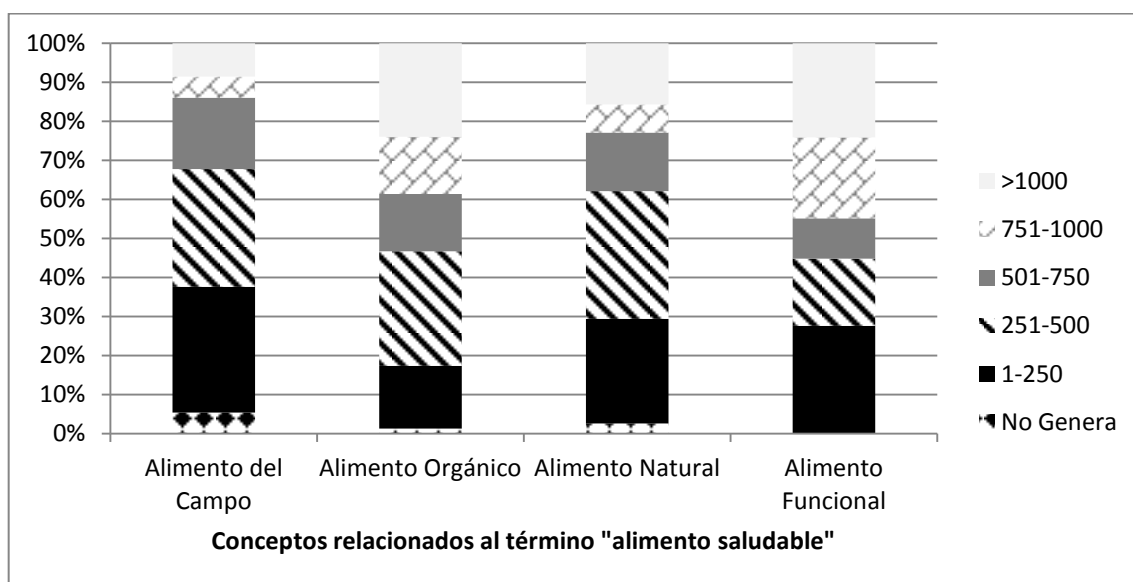


Figura 13. Relación entre los conceptos asociados a los “alimentos saludables” y los ingresos percibidos.

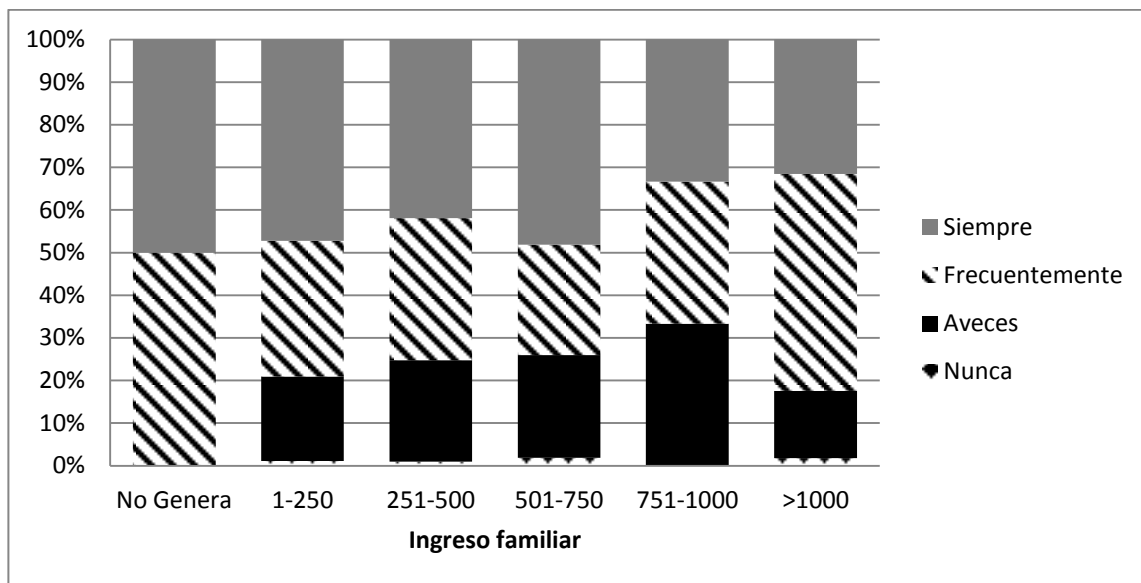


Figura 14. Compra de alimentos saludables según su ingreso.

4 CONCLUSIONES

Se puede concluir, mediante el trabajo realizado, que los consumidores de Valdivia no tienen un concepto definido relacionado con los “alimentos saludables”. El concepto con el cual la población de Valdivia identifica mejor estos alimentos es el de “alimento natural”, el cual alcanzó un 44% de respuestas, seguido por un 27% correspondiente al concepto de “alimento del campo”.

Los factores asociados a los conceptos de alimentos saludables fueron la zona de elaboración, la etiqueta, la marca y la composición nutricional. En general, los consumidores señalaron que todos los factores son relevantes, pero los que consiguieron mayor importancia son la composición nutricional y la zona de elaboración del alimento, dado que estas respuestas obtuvieron un 88% y un 57% respectivamente del total de los encuestados, identificando que estas características son las más importantes en este estudio.

El concepto de “alimento natural” es aquel con el cual la población identifica los alimentos saludables en la mayoría de los casos, independientes de las características sociodemográficas de las personas.

Se puede concluir que a medida que aumenta la edad de la población de Valdivia, esta aumenta su preferencia por los alimentos saludables. La mayoría de los hombres y mujeres asocian los alimentos saludables con los alimentos naturales con un 38,9% y un 47,9% respectivamente. El número de niños en el hogar no determina el consumo de alimentos saludables, ya que independientemente de esto las personas señalan incorporar siempre este tipo de alimentos a sus decisiones de compra.

La educación también pasa a ser un factor relevante dentro del conocimiento de los alimentos saludables, ya que al tener un mayor nivel de educación, las personas poseen un mayor conocimiento sobre este tipo de alimentos.

El nivel de ingresos no posee una tendencia clara, pero se logra observar que las personas con mayores ingresos relacionan mayormente el concepto de “alimento saludable” con los alimentos orgánicos y funcionales. En el caso de la población con menores ingresos, estos relacionan el concepto con los alimentos del campo.

5 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARAYA, H; Lutz, M. 2003. Alimentos funcionales y saludables, Revista chilena de nutrición, Vol. 30 No. 1.

ARAYA, M; ATALAH, E. 2002. Factores que determinan la selección de alimentos en familias de sectores populares, Revista chilena de nutrición, Vol. 29 No. 3.

CHILE, BIBLIOTECA DEL CONGRESO NACIONAL. 2006. ¿Qué comen los Chilenos? (On line). http://www.bcn.cl/carpeta_temas/temas_portada.2006-09-25.0806013222/area_1.2007-02-13.3413057692 (04 abril 2012).

CHILE, DIRECCIÓN GENERAL DE AERONÁUTICA. DIRECCIÓN DE METEOROLOGÍA DE CHILE. 2012. Climatología de ciudades. (On line). <http://www.meteochile.cl/climas/climas_localidades.html> (12 junio 2012).

CHILE, INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS (INE). 2007. Nuevas Regiones de Chile. (On Line)
<http://www.ine.cl/canales/sala_prensa/noticias/2007/octubre/files/INENuevasRegiones.pdf> (3 Junio 2012)

CHILE, MINISTERIO DE AGRICULTURA. 2006. Aprueba reglamento de la ley N° 20.089 que creo el sistema nacional de certificación de productos orgánicos agrícolas (On line)
<[http://www.prefiraorganicos.com.br/media/41365/chile.%20%20decreto%2036%20\(es%2013.04.06\).pdf](http://www.prefiraorganicos.com.br/media/41365/chile.%20%20decreto%2036%20(es%2013.04.06).pdf)> (28 mayo 2012).

CHILE, MINISTERIO DE SALUD. 2010. Indicadores de obesidad en población chilena. (On line). <<http://www.scribd.com/doc/53236123/estadistica-nacional-sobrepeso-obesidad-chile-2010>> (06 abril 2012).

- HOUCHINS, J. 2008. Is there a definition for natural foods? <<http://www.amfe.ift.org/cms/?pid=1000744>> (28 mayo 2012).
- LEIVA, F. 2007. Los alimentos saludables: un mercado cada vez más potente. <<http://www.vidaempresarial.cl/noticias/3066/los-alimentos-saludables-un-mercado-cada-vez-mas-potente>> (19 mayo 2012)
- MARTINEZ, J. 2012. Fisiología Hortalizas. <<http://www.inia.cl/link.cgi/Lacruz/Investigacion/LineasdeInvestigacion/6373>> (29 mayo 2012).
- PAREDES, C. 2006. Iniciativa parlamentaria Piden que la obesidad infantil vaya al Auge.(Online).<http://www.diariolaestrella.cl/prontus4_noticias/site/artic/20060627/pags/20060627212551.html>(05 abril 2012).
- RODRIGUEZ, E; STEIN, A. 2008. Functional Food in the European Union. Institute for Prospective Technological Studies, Spain, 13p. (Online)
- SALINAS, C. 2011. Chile, país de gordos <<http://eligevivirsano.blogspot.com/2011/08/chile-pais-de-gordos.html>> (04 abril 2012).
- ZACARÍAS, I. 2011. Cómo lograr que la selección de alimentos saludables sea una verdadera opción para todos los chilenos. Revista Nutrición y Vida. Edición No.1 12,13p.
- ZAR, J. 1999. Biostatistical Analysis. Cuarta edición. Prentice Hall International, New Jersey, Estados Unidos.

ANEXOS

Datos Socio-demográficos.

- Género M___ F___

- Edad: 18-25___ 26-35___ 36-45___ 46-55___ >55___

- Nivel de educación: Básica___ Media___ Técnica___ Universitaria___

- Número de niños en el hogar _____

- 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