



FUNDACIÓN H. A.  
**BARCELÓ**  
FACULTAD DE MEDICINA



# TRABAJO FINAL DE INVESTIGACIÓN CARRERA: LICENCIATURA EN NUTRICIÓN A DISTANCIA

DIRECTOR/A DE LA CARRERA:

Dra. Norma Isabel Guezikaraian

NOMBRE Y APELLIDO DEL AUTOR / LOS AUTORES:

Romina Reneé Rospide – Vanina Andrea Szczygiel

TÍTULO DEL TRABAJO:

INFLUENCIA DE LOS FACTORES ECONÓMICOS, SOCIOCULTURALES, BIOLÓGICOS Y EL ETIQUETADO EN LA DECISIÓN DE COMPRA DE ALIMENTOS.

SEDE:

Buenos Aires

DIRECTOR/A DE TIF:

Lic. Marisa Marinoni

ASESOR/ES:

M.Sc. Sandra Cavallaro

AÑO DE REALIZACIÓN:

2020

Sede Buenos Aires  
Av. Las Heras 1907  
Tel./Fax: (011) 4800 0200  
☎ (011) 1565193479

Sede La Rioja  
Benjamín Matienzo 3177  
Tel./Fax: (0380) 4422090 / 4438698  
☎ (0380) 154811437

Sede Santo Tomé  
Centeno 710  
Tel./Fax: (03756) 421622  
☎ (03756) 15401364

---

## Contenido

Resumen .....	3
Resumo .....	4
Abstract.....	5
Introducción.....	6
Marco teórico.....	8
Factores determinantes en la elección de alimentos.....	9
Alimentación urbana industrial: Argentina y AMBA .....	12
Comportamiento de compra del consumidor.....	13
Marketing Social.....	14
Marketing Nutricional.....	15
Rotulado y Etiquetado de Alimentos .....	15
Clasificación de diferentes tipos de etiquetado frontal de alimentos. ....	18
Proyecto de Ley: Etiquetado Frontal de advertencia de alimentos destinados al consumo humano .....	24
Justificación y uso de los resultados .....	26
Objetivos .....	28
Diseño metodológico .....	28
Tipo de estudio y diseño general.....	28
Población .....	28
Muestra.....	28
Técnica de muestreo .....	28
Criterios de inclusión y Criterios de exclusión. Definición operacional de las variables. Tratamiento estadístico propuesto.....	29
Criterios de inclusión .....	299
Criterios de exclusión.....	299
Definición Operacional de las Variables .....	299
Análisis Estadístico .....	30
Procedimientos para la recolección de información, instrumentos a utilizar y métodos para el control de calidad de los datos. ....	30
Procedimientos para garantizar aspectos éticos en las investigaciones con sujetos humanos.....	31
Resultados.....	332
Discusión .....	44
Conclusión.....	45
Referencias Bibliográficas.....	47

---

## RESUMEN

Una alimentación saludable, equilibrada y variada es fundamental para conservar una buena calidad de salud, en todas las etapas de la vida de los seres humanos. Los alimentos que forman parte de la vida de cada persona son seleccionados por medio de diferentes factores como suelen ser: económicos, socioculturales, biológicos, y la información contenida en el rotulo del producto alimenticio.

**Objetivo:** Establecer la influencia de los factores económicos, socioculturales, biológicos y el etiquetado en la decisión de compra de alimentos, en un grupo de personas entre 20 y 60 años responsables de las compras del hogar en el Partido de Vicente López, Provincia de Buenos Aires, durante el año 2020.

**Metodología:** Se realizó un estudio transversal, observacional y analítico.

**Resultados:** El 44% de los encuestados considera importante el factor económico en la elección de alimentos. El 70% prioriza los componentes/ingredientes cuando selecciona sus alimentos. El 43% lee las etiquetas, pero el 55% a veces las considera claras y comprensibles. El 62% no conoce los sistemas de advertencia de países limítrofes. El 63% modificaría su elección de compra si se incluye un sistema de advertencia en nuestro país. El 74% no está al tanto de que se está trabajando en un proyecto de ley en nuestro país para incorporar un sistema de advertencia.

**Discusión:** Todos los determinantes relacionados con la elección de alimentos son importantes y forman parte de una amplia gama de factores que influyen en las decisiones de lo que se ingiere, en qué momento y en qué cantidad. Algunos datos obtenidos se condicen con trabajos o estudios antecedentes. Sin embargo, para otros datos no fue posible obtener información previa, siendo esto una limitación para comparar la información recabada.

**Conclusión:** En la influencia en la elección de alimentos se encontró una diferencia significativa sobre el factor económico, como así también con mayor frecuencia las personas priorizan la composición de los alimentos. La información nutricional brindada a través del Etiquetado Frontal de cada alimento no es considerada simple y/o comprensible. Se evidencia la necesidad e importancia de realizar Educación Alimentaria Nutricional a fin de enseñar y crear hábitos saludables que les permitan incorporar una alimentación saludable por medio de una correcta elección de alimentos.

**Palabras claves:** Decisión de compra, sociocultural, económico, biológico, etiquetado.

## RESUMO

Uma alimentação saudável, balanceada e variada é fundamental para manter uma boa qualidade de saúde, em todas as fases da vida humana. Os alimentos que fazem parte da vida de cada pessoa são selecionados por meio de diversos fatores como: econômicos, socioculturais, biológicos e as informações contidas no rótulo do produto alimentar.

**Objetivo:** Verificar a influência de fatores econômicos, socioculturais, biológicos e de rotulagem na decisão de compra de alimentos, em um grupo de pessoas entre 20 e 60 anos responsáveis pelas compras domiciliares do Partido Vicente López, Província de Buenos Aires, durante o ano de 2020.

**Metodologia:** Foi realizado um estudo transversal, observacional e analítico. **Resultados:** 44% dos pesquisados consideram o fator econômico importante na escolha alimentar. 70% priorizam componentes / ingredientes ao selecionar seus alimentos. 43% lêem os rótulos, mas 55% às vezes os consideram claros e compreensíveis. 62% não conhecem os sistemas de alerta dos países vizinhos. 63% modificariam sua escolha de compra se um sistema de alerta fosse incluído em nosso país. 74% não sabem que em nosso país se está trabalhando em projeto de lei para incorporar um sistema de alerta.

**Discussão:** Todos os determinantes relacionados à escolha alimentar são importantes e fazem parte de uma ampla gama de fatores que influenciam as decisões sobre o que comer, quando e em que quantidade. Alguns dados obtidos são consistentes com estudos ou estudos anteriores. Porém, para os demais dados não foi possível obter informações prévias, sendo esta uma limitação para comparar as informações coletadas.

**Conclusão:** Na influência na escolha dos alimentos, foi encontrada diferença significativa em relação ao fator econômico, bem como na maior frequência as pessoas priorizam a composição dos alimentos. A informação nutricional disponibilizada na Rotulagem Frontal de cada alimento não é considerada simples e / ou compreensível. Fica evidente a necessidade e a importância da realização da Educação Nutricional Alimentar, a fim de ensinar e criar hábitos saudáveis que lhes permitam incorporar uma alimentação saudável por meio da escolha correta dos alimentos.

**Palavras-chave:** Decisão de compra, sociocultural, econômica, biológica, rotulagem.

## ABSTRACT

A healthy, balanced and varied diet is essential to maintain a good quality of health, at all stages of human life. The foods that are part of the life of each person are selected due to different factors such as: economic, socio-cultural, biological, and the information contained in the label of the food product.

Objective: To establish the influence of economic, sociocultural, biological and labeling factors in the purchase decision of food, in a group of people between 20 and 60 years of age who are responsible for household purchases in Vicente López, Province of Buenos Aires, during the year 2020.

Methodology: A cross-sectional, observational and analytical study was carried out.

Results: 44% of those surveyed consider the economic factor important in food choice. 70% prioritize components / ingredients when selecting their food. 43% read the labels, but 55% sometimes found them clear and understandable. 62% do not know the warning systems of neighboring countries. 63% would modify their purchase choice if a warning system is included in our country. 74% are not aware that a bill is being worked on in our country to incorporate a warning system.

Discussion: All the determinants related to food choice are important and are part of a wide range of factors that influence in the decisions about what to eat, the quantity and when. Some data obtained is consistent with previous studies. However, for other data it was not possible to obtain previous information, this being a limitation to compare the information collected.

Conclusion: In the influence on food choice, a significant difference was found over the economic factor, as well as more often people prioritize the composition of food. The nutritional information provided through the Front Labeling of each food is not considered simple and / or not clear. The need and importance of carrying out Nutritional Food Education is evident in order to teach and create healthy habits that allow them to incorporate a healthy diet through the correct choice of food.

Keywords: Buying decision, sociocultural, economic, biological, labeling.

---

## INTRODUCCIÓN

En la evolución del ser humano, la alimentación, es una necesidad básica y que no es sustituida por ningún otro acontecimiento. La alimentación de las personas además de ser una de las necesidades fisiológicas primordiales, es también el pilar fundamental del crecimiento, la salud y condición elemental para el bienestar, equidad y desarrollo social.

En el cuidado de la salud es de vital importancia, tener una alimentación adecuada, la cual depende de una serie de factores relacionados entre sí, como por ejemplo La cantidad y calidad de los alimentos que se ingiere. Sin embargo, para que la persona pueda consumirlos, estos deben estar disponibles y asequibles.

Dos de los factores determinantes son la selección y adquisición de alimentos que son determinados fundamentalmente, por la situación económica de la familia. Los ingresos económicos del hogar y los precios de los productos alimenticios, tienen importantes referencias sobre el consumidor. El precio debe estar de acuerdo con el valor que el cliente percibe, por tal motivo, se convierte en un valioso indicador de calidad del producto, del prestigio o de una mayor o menor capacidad de compra de alimentos.

Las preferencias individuales, las creencias personales, la composición de la familia, la educación e información, influyen en la elección de los alimentos.

Las tradiciones culturales, la familia, la educación, los aspectos culturales son otros de los factores que influyen en la decisión de compra y consumo de productos. Además, se exponen las preferencias por algunos tipos de alimentos y ciertas formas de prepararlos.

Las estrategias y diferentes métodos de marketing captan la atención del consumidor, determinan que es lo que las personas quieren o desean y tratando de generar sentimientos favorables hacia el alimento que se promociona.

El etiquetado o rotulado, constituye el medio de comunicación entre el producto y las personas, permitiendo elegir los alimentos según la información sobre las características contenida en los envases de los productos.

La masificación de los productos alimentarios industrializados se ha incrementado en las últimas décadas. Con los avances tecnológicos de la industria alimentaria,

aumentaron las variedades, se preservan más tiempo, poseen mejor costo económico, y es posible disponer de alimentos casi todo al año, independientemente del momento y ubicación geográfica de su producción.

Todos los determinantes relacionados con la elección de alimentos son relevantes y forman parte de una amplia gama de factores que influyen en las decisiones de lo que se consume, en qué momento y en qué cantidad.



---

## MARCO TEÓRICO

Alimentarse es una necesidad primaria. El ser humano debe comer, para sobrevivir y mantener un buen estado de salud, alcanzando un óptimo desarrollo físico y mental. Los alimentos tienen funciones fisiológica, psíquica, cultural y social.<sup>1</sup>

Si bien el acto de comer no es un evento exclusivamente humano la forma en que se come si lo es. A través de la cocina, los humanos seleccionan, crean, combinan, lavan, pican, cortan, mezclan, cuecen, sirven, comparten y transmiten todo lo relacionado a esa acción. De esta manera surgen dos aspectos que marcan la comensalidad de la comida: biológicos (lo que se puede metabolizar) y sociales (lo que se define, se comparte y se transmite como comida).<sup>2</sup>

Muchos alimentos que los seres humanos no comen, son comestibles desde el punto de vista biológico. Algunas sociedades encuentran deliciosos alimentos que otras aborrecen. En la definición de comida intervienen, además de la composición química del producto y la fisiología de la digestión, otros conceptos como cultura alimentaria, patrimonio gastronómico, cocina, costumbres alimentarias.

La comida como tal no existe separada del comensal y de la sociedad concreta que la come.

En el siglo XIX se produce una mejora considerable en la mecánica agrícola y en la tecnología industrial. Se inicia la transformación de los métodos de cultivo, se introducen los fertilizantes químicos y los insecticidas, se procede a una selección de los cultivos y de las especies animales, aparecen los primeros controles estatales sobre los alimentos en prevención de posibles daños para la salud.

Se pasó de la preparación familiar de algunos alimentos básicos a producciones industriales, introduciendo procesos de refinado, modificando la presentación de los productos y su valor nutricional, como es el caso del pan, el azúcar y el aceite.

A mediados del siglo pasado, con el objeto de suplir la carencia de ciertos nutrientes en algunos sectores de la población, y que con la dieta era difícilmente alcanzable, se elaboraron alimentos fortificados, solucionándose así algunas deficiencias que tenían repercusión en el estado de salud de esos grupos afectados.<sup>3</sup>

La evolución tecnológica que experimentan progresivamente las sociedades industrializadas demuestra cómo se han ido transformando las relaciones entre la disponibilidad de alimentos y el consumo de estos, de forma que cada vez menos



---

áreas de producción de alimentos coinciden con las áreas en donde éstos son consumidos.

Actualmente el consumo en nuestra sociedad es un fenómeno social central, a través del cual las profundas transformaciones socioeconómicas y culturales que se han ido dando a lo largo de estas últimas décadas, como así también las desigualdades de las personas con respecto a los bienes y servicios producidos.

Hoy en día, observamos un modo de alimentación basado en el picoteo más que en el comer; entra en crisis el sistema de normas (las gastronomías) que regulaba las prácticas alimentarias, quedando libradas a la decisión y elección individual (se convierten en gastro-anomías).<sup>4</sup>

El tiempo y el trabajo que en el pasado eran indispensables para preparar la comida se han reducido considerablemente. Las nuevas técnicas de conservación y extensión y perfeccionamiento de la industria agroalimentaria (conservas, congelación, pasteurización, liofilización, nuevos envases de todo tipo) han logrado transferir a las fábricas, las tareas que en otro tiempo se efectuaban en la cocina. La distribución moderna, al utilizar transportes más rápidos, permite el consumo de los más diversos alimentos sin ninguna restricción de origen, estación o clima.

El término de consumidor aparece como un instrumento insuficiente para analizar una realidad en constante transformación y cargada de significados.<sup>1</sup>

### ***Factores determinantes en la elección de alimentos***

La selección que una persona hace de los alimentos es un fenómeno complejo que involucra factores tanto individuales como estructurales que confluyen en un punto esencial: el deseo de obtener un producto.<sup>5</sup>

El principal factor impulsor de la alimentación es el hambre, pero lo que se decide comer no está determinado únicamente por las necesidades fisiológicas o nutricionales.<sup>6</sup>

Algunos de factores que influyen en la elección de los alimentos son:

- 1) Factores biológicos: como el hambre, el apetito y el sentido del gusto;
- 2) Factores económicos: como el valor del producto, la cantidad de dinero disponible y la disponibilidad en el mercado;
- 3) Factores socioculturales: como creencias, costumbres y hábitos.

---

La influencia de estos factores también varía en función de la etapa de la vida, y el grado de influencia de cada factor varía entre un individuo o grupo de individuos y otro.<sup>7</sup>

1) *Factores Biológicos*

- *Hambre y saciedad*

Los seres humanos necesitan energía y nutrientes para sobrevivir. Las sensaciones de hambre y saciedad son el resultado de procesos fisiológicos complejos. Como respuesta a señales específicas, aparece la sensación de hambre y surge la necesidad de comer. A medida que se ingieren alimentos, se experimenta una sensación de saciedad, que hace que cese la ingesta de alimentos, ocasionando un estado de ausencia de hambre. El equilibrio entre el hambre, que estimula el apetito, y el consumo de alimentos, que satisface el apetito y produce la saciedad, es controlado por el sistema nervioso central. Las señales de saciedad influyen en la hora de la próxima comida, así como en la abundancia de esta.<sup>7</sup>

- *Aspectos sensoriales y Palatabilidad (valor hedónico de los alimentos)*

El sabor, aroma, aspecto y textura resultan ser los factores que más influyen en la elección espontánea de alimentos.<sup>7</sup>

La palatabilidad es proporcional al placer que una persona experimenta cuando ingiere un alimento en particular. Depende de las propiedades organolépticas y/o sensoriales del alimento (sabor, aroma, textura y aspecto). Los alimentos dulces y ricos en grasas tienen un innegable atractivo sensorial. Por eso, no es sorprendente que no sólo se consuman los alimentos como fuente de nutrición, sino que también por el placer que aportan.<sup>7</sup>

2) *Factores económicos*

El costo de los alimentos es uno de los principales factores que determina la elección de estos. Se ha observado en los grupos de población con bajos ingresos, una mayor tendencia a seguir una alimentación no equilibrada y una ingesta reducida de frutas y verduras. Sin embargo, contar con mayor cantidad de dinero no asegura una alimentación de mejor calidad, aunque la variedad de alimentos debería aumentar.<sup>6</sup>

---

La accesibilidad a los centros comerciales es otro factor importante que influye en la elección de alimentos, dependiendo del transporte y la ubicación geográfica.<sup>6</sup>

### 3) *Factores socioculturales*

Estos aspectos abarcan situaciones de creencias, costumbres y hábitos, los cuales son adquiridos en una sociedad.

La modificación en la estructura de la dieta atraviesa a todo el entramado social en diferente medida, y parece indicar un cambio en la forma de comprar, preparar y consumir los alimentos, relacionado con una mayor practicidad y menor tiempo dedicado a la preparación de estos.<sup>8</sup>

- *Influencia según nivel de educación*

Las familias condicionan las prácticas alimentarias, ya que proveen los alimentos e influyen en las actitudes alimentarias, preferencias y valores que afectan los hábitos alimentarios en el transcurso de la vida.

Es conveniente que se realice desde temprana edad una correcta educación nutricional comenzando en el hogar y siguiendo en las escuelas. Es necesario que existan políticas de Estado para fomentar esta tarea educativa ya que la niñez es la edad óptima para incorporar hábitos adecuados en la elección alimentaria. Se deben transmitir mensajes claros y coherentes a través de los diversos canales de comunicación, en el etiquetado de los alimentos y, mediante los profesionales de la salud.<sup>6</sup>

- *Influencias culturales*

Conducen a diferencias en el consumo habitual de determinados alimentos y en las costumbres de preparación de estos; en ciertos casos pueden establecer restricciones tales como la exclusión de la carne y de la leche de la alimentación.<sup>6</sup>

- *Influencias sociales*

Se refieren a las influencias que una o más personas tienen sobre la conducta alimentaria de otras personas, ya sea directamente (compras de alimentos) o indirectamente (aprendizaje a partir de la conducta de otros). Incluso cuando se come solos, la elección de alimentos se ve influenciada por factores sociales, porque se desarrollan actitudes y hábitos mediante la interacción con otras personas. El apoyo social puede ejercer un efecto beneficioso sobre las elecciones de alimentos e impulsar un cambio hacia una alimentación saludable.<sup>7</sup>

---

Existen diferencias entre las distintas clases sociales en relación con los alimentos y con la ingesta de nutrientes. Los sectores de clases sociales altas tienen un cuidado especial por el cuerpo, con un control exhaustivo de la dieta y la frecuencia al gimnasio. Por otro lado, la clase social baja no controla tanto la calidad alimentaria, sino que se preocupa fundamentalmente por saciar el hambre, con el acto mismo de ingerir algún alimento.<sup>6</sup>

### ***Alimentación urbana industrial: Argentina y AMBA***

La alimentación urbana en el AMBA (Área Metropolitana de Buenos Aires) ha sufrido grandes transformaciones en los últimos 50 años, pero la principal ha sido el pasaje de los alimentos frescos a los alimentos industriales. Las causas de esta transformación pueden ser la dimensión espacial de la ciudad, la creciente participación femenina en el trabajo remunerado y el desarrollo de la agroindustria y el supermercadismo.<sup>2</sup>

Surge el término OCNIS (Objetos comestibles no identificados), donde el comensal moderno-urbano-industrial desconoce qué se come, si la fruta o verdura que ingiere han sido modificadas genéticamente, si los agroquímicos con que se produjeron no son peligrosos, si los aditivos y conservantes de su procesamiento no son cancerígenos, si está lleno de sal o azúcar invisibles, si las grasas con que lo procesaron son hidrogenadas, si su transporte fue seguro (por ejemplo si no rompieron la cadena de frío en los congelados) o si su envase es el permitido y adecuado.<sup>2</sup>

La agroindustria tiene el poder de manejar los medios para crear una demanda adecuada a la oferta, haciendo a la publicidad la mejor aliada para la creación de representaciones culturales que llenan de sentido los productos alimentarios que se quieren vender y modelan así los gustos por la comida industrial, desvalorizando alimentos frescos o tradicionales.<sup>2</sup>

El nivel de ingresos, la capacidad de compra y el precio de los alimentos tiene una gran influencia en la sociedad de mercado al momento de organizar la vida de las personas. Tal vez entonces se comprenda por que los pobres sesgan sus consumos hacia pan, papas, fideos y poco del resto buscando precio, cantidad y saciedad antes que adecuación nutricional. No es que ignoren que deben comer frutas, verduras, lácteos y carnes, es que si los incluyeran en las cantidades recomendadas, comerían la mitad del mes.<sup>2</sup>

---

Si se quieren fomentar elecciones saludables por lo natural, fresco y variado, se deben tomar en cuenta varios aspectos relacionados a la economía de elección saludable. Además del precio, se debe tener cuenta la capacidad de saciedad, el tiempo de preparación que se le debe dedicar y el prestigio social que genera entre los pares elegir esa comida saludable.<sup>2</sup>

Se debe re-construir una imagen positiva de los alimentos saludables. Hoy en día, un packaging o envase coloreado, lleno de comida no saludable es más prestigioso, más deseable y fácil de compartir, que una manzana. Los alimentos no solo sirven para comer, sirven para señalar la posición del comensal, no se eligen alimentos desprestigiados. Los aspectos materiales de la alimentación generan sus propios principios de inclusión.<sup>2</sup>

### ***Comportamiento de compra del consumidor***

La expresión comportamiento de compra del consumidor se refiere al comportamiento de las personas al momento de toma de decisiones durante el proceso de adquisición de un producto, con tal de satisfacer sus necesidades. El comportamiento de compra presenta tres características básicas:

- Es complejo, ya que existen muchas variables internas y externas que influyen en el comportamiento.

Con relación a las variables internas, podemos diferenciar: culturales, sociales, personales y psicológicos. La información es fundamental para poder tomar una decisión. La búsqueda de información que haga el consumidor dependerá del tipo de consumidor que sea y de la implicación que el producto en cuestión contenga para el consumidor (importancia del gasto, implicaciones sociales, repercusiones en su imagen, aspectos afectivos, etc.)<sup>9</sup>

Con relación a las variables externas, encontramos los estímulos del marketing llevados adelante por las empresas con el fin de modificar e incentivar la compra de sus productos y los estímulos del entorno del consumidor como por ejemplo economía, tecnología, sociedad, cultura entre otros.<sup>9</sup>

- Cambia con el ciclo de vida del producto, debido a que el comportamiento de compra supone un proceso de aprendizaje y adquisición de experiencia por parte del consumidor sobre las características y beneficios del producto.<sup>9</sup>

- 
- Varía según el tipo de productos, por el hecho de que no todos los productos tienen el mismo interés ni representan el mismo riesgo para el consumidor. <sup>9</sup>

### ***Marketing Social***

En el pasado, la información se transmitía oralmente y las prácticas aprendidas de los adultos se recomendaban y apoyaban en el valor de la experiencia. <sup>10</sup>

El estilo de vida puede definirse como el conjunto de patrones de conducta que describe la vida de un individuo o un grupo. El mismo es producto de la interacción entre el aprendizaje, el proceso de socialización y las condiciones socioeconómicas del individuo o grupo. La sociedad de consumo ha dado lugar a nuevos estilos de vida, no necesariamente saludables, a los que el individuo tiene que enfrentarse para mantener, dentro de sus posibilidades y recursos, los mejores niveles de bienestar. <sup>10</sup>

El consumidor actual debe ser conocido por quienes pretenden modificar su conducta y esto obliga necesariamente a identificar los rasgos principales del mismo relacionados al consumo de alimentos: es más crítico y exigente al momento de valorar la relación calidad/precio de los productos y servicios, tiene acceso a mayor información (no siempre exacta, verídica o científica), conoce sus derechos y los hace valer, recibe publicidad que bordea en muchas ocasiones los límites de la veracidad, suele considerar a las marcas de productos que han cubierto sus expectativas y que le conceden un cierto rango social (el prestigio como valor), entre muchos otros. <sup>10</sup>

El mercado actual es muy diversificado con abundantes bienes de consumo y, en lo relativo a alimentos, una amplísima gama de productos que hace su elección mucho más compleja. <sup>10</sup>

Las estrategias de marketing social más utilizadas consisten en contextualizar el consumo en la cultura del grupo y tratar de generar sentimientos favorables hacia el alimento que se promociona. <sup>10</sup>

En el marketing publicitario se juega con la imagen acompañada por expresiones cortas y sencillas, que se memoricen con facilidad, utilizando vocabulario coloquial y frases que estén de moda y poniendo el énfasis en aquellas palabras que mejor definen las cualidades del producto. Muchas veces se utiliza el recurso de personas famosas o populares para recomendar alimentos. <sup>10</sup>

---

### ***Marketing Nutricional***

El marketing nutricional ha sido definido como cualquier tipo de marketing, incluyendo el llevado a cabo en televisión y en la presentación —embalaje o etiquetado— del producto, de alimentos o bebidas mediante el uso de información nutricional o relativa a la salud más allá de los mínimos requerimientos exigibles por la normativa reguladora del etiquetado nutricional.<sup>10</sup>

Los hábitos alimentarios evolucionan con el tiempo, influidos por muchos factores y complejas interacciones entre estilos de vida, precio y facilidad de acceso a los alimentos, ingresos económicos, aspectos sociales, preferencias individuales, religiosas o culturales, presión comercial y mercados cada vez más globales. Entre estos factores, la publicidad (sobre todo la alimentaria y la relacionada a moda, belleza y estética) es particularmente importante en los países industrializados, siendo capaz de influir en los comportamientos alimentarios de todos los estratos sociales y etarios de la población.<sup>10</sup>

### ***Rotulado y Etiquetado de Alimentos***

“Rotulación es toda inscripción, leyenda, imagen o toda materia descriptiva o gráfica que se halle escrita, impresa, estarcida, marcada en relieve o hueco grabado o adherida al envase de un alimento”.<sup>11</sup>

La información incluida en los rótulos o etiquetas de los alimentos envasados surge de lo establecido en la Resolución N° 36/93 GMC (Grupo Mercosur) encontrándose actualmente incluida en el Código Alimentario Argentino y que alcanza a la totalidad de los alimentos que se comercialicen en esas condiciones en todo el país. Por eso, la importancia de conocer y verificar el cumplimiento de esta normativa, que ha contribuido a mejorar sustancialmente el rotulado de los alimentos envasados.<sup>12</sup>

El etiquetado de los alimentos constituye el principal medio de comunicación entre los productores y vendedores de alimentos, y los compradores y consumidores; la etiqueta es elemento esencial en la identidad de un producto alimenticio, siendo un motivador frente a las decisiones de consumo.

El etiquetado frontal de los alimentos es una información que se presenta de manera gráfica en la cara principal o frente del envase de los productos con el objetivo de



---

garantizar una información veraz, simple y clara al consumidor respecto del contenido nutricional de los alimentos y bebidas no alcohólicas con el fin de mejorar la toma de decisiones en relación con el consumo de alimentos. Esta información complementa la información nutricional y de ingredientes.<sup>13</sup>

El etiquetado de alimentos constituye un derecho del consumidor y un deber de las empresas alimentarias, para proteger al consumidor.<sup>14</sup>

Los principios del CODEX Alimentarius<sup>21</sup> (Código de Alimentación según FAO), establecen que el etiquetado nutricional debe ser un medio para facilitar información al consumidor sobre los alimentos y para que pueda elegir su alimentación con discernimiento. Establece que los productos no deben presentar información que sea “falsa, equívoca o engañosa, o susceptible de crear impresión errónea” respecto de su naturaleza y que la expresión de datos debe ser clara, bien visible, indeleble y fácil de leer para el consumidor.<sup>13</sup>

La Organización Panamericana de la Salud (OPS), cataloga el rotulado nutricional como un derecho fundamental del consumidor y un deber de la industria de alimentos, haciendo énfasis en que se debe generar un sistema de rotulado amigable para el consumidor.<sup>15</sup> La OPS plantea al etiquetado frontal como una de sus líneas de acción para la prevención de la obesidad en la niñez y la adolescencia.<sup>16</sup>

Posteriormente, la Organización Mundial de la Salud, en el Informe de la Comisión para Acabar con la Obesidad Infantil (ECHO) propone poner en marcha un etiquetado del frente del envase fácil de interpretar, apoyado en la educación del público para que tanto los adultos como los niños tengan conocimientos básicos en materia de nutrición.<sup>17</sup>

El etiquetado debería ser una herramienta sencilla para la evaluación de la composición nutricional de un alimento en cuanto a su contenido de nutrientes críticos (azúcares, grasas y sodio) promoviendo una alimentación saludable y así contribuir a la prevención del sobrepeso, la obesidad y otras enfermedades no transmisibles relacionadas con una alimentación inadecuada como la diabetes, la hipertensión arterial, las enfermedades cardiovasculares, las enfermedades cerebro-vasculares, la enfermedad renal crónica, el cáncer, entre otras.<sup>13</sup>

---

Es importante que la información nutricional suministrada sea apropiada y comprensible para el consumidor y que tenga un impacto positivo en su comportamiento respecto a la elección de alimentos.<sup>18</sup>

El formato y el color con que se presenta la información nutricional pueden influir en la percepción que las personas tienen sobre los alimentos, motivando la elección de productos saludables y desmotivando la elección de alimentos poco saludables.

El ritmo de vida de la sociedad actual exige a los consumidores seleccionar los alimentos de manera rápida, lo que dificulta la utilización de la información nutricional tradicional.<sup>19</sup>

La decisión de compra basada en la información fidedigna indicada en la etiqueta y de esta manera garantizar una alimentación completa, equilibrada, suficiente y adecuada a las necesidades individuales de la persona.<sup>15</sup>

En términos generales la etiqueta de un alimento constituirá una tarjeta de identificación que nos permite como consumidores elegir que comestibles consumir, basados en la información que reporta el productor a través de la etiqueta, entre otros: contenido nutricional, forma de consumo, método de conservación y periodo de vida útil, en razón de que este cumpla con su principal objetivo aportar todos los nutrientes que necesita el ser humano para su normal y correcto funcionamiento.<sup>15</sup>

Tanto en el ámbito del MERCOSUR<sup>20</sup>, como en el CODEX<sup>21</sup>, se encuentra actualmente en discusión la normativa vigente sobre rotulado de alimentos, y específicamente, la incorporación de un etiquetado en el frente de los envases. Recientemente los Ministros de Salud de los países pertenecientes a MERCOSUR firmaron el Acuerdo 3/2018 de ministros sobre “Principios en el MERCOSUR para el etiquetado frontal de alimentos con contenido excesivo de grasas, sodio y azúcares”.

En Latinoamérica, numerosos países ya han sancionado normativa de etiquetado frontal de carácter obligatoria, por lo que dicha región es la más avanzada del mundo en materia regulatoria de etiquetado frontal. Tales son los casos de México (Guías Diarias de Alimentación - 2015), Ecuador (semáforo - 2014), Chile (Advertencia - 2016), Bolivia (semáforo - 2016), Perú (Advertencia - 2018) y Uruguay (Advertencia - 2018).

Existe abundante y creciente evidencia que ha evaluado la puesta en marcha de diferentes tipos de etiquetado frontal de alimentos en cuanto a su eficacia individual

---

para informar a los consumidores e influenciar patrones de compra y conductas alimentarias, así como también para comparar la eficacia entre los distintos tipos de etiquetado frontal entre sí.<sup>22</sup>

*Clasificación de diferentes tipos de etiquetado frontal de alimentos.*

Los etiquetados frontales se pueden clasificar de diferentes maneras. En el año 2010, el Instituto de Medicina de Estados Unidos (IOM – Institute of Medicine) propuso la clasificación en dos grandes tipos: los sistemas enfocados en nutrientes y los que proveen sistemas de resumen.

- *Sistemas de etiquetado enfocados en nutrientes:*

Son aquellos en los que se brinda información sobre ciertos nutrientes críticos para la salud, cuya ingesta en exceso aumenta el riesgo de obesidad, hipertensión arterial, diabetes, enfermedad cardiovascular y otras enfermedades crónicas. En general, de acuerdo con el país, informan sobre kilocalorías, grasas, grasas saturadas, grasas trans, sal/sodio y azúcares.

Los más extensamente utilizados son:

**a) Guías Diarias de Alimentación (GDA- Guideline Daily Amount):**

El GDA informa porcentajes recomendados de consumo diario de energía o nutrientes en una porción o en un producto. El mismo no provee una evaluación de la calidad nutricional del producto. Este sistema fue desarrollado por la industria de alimentos, ha sido adoptado de manera voluntaria en numerosos países como EEUU, Costa Rica, Malasia, Tailandia, México, Perú y ha sido adoptado por la Unión Europea en 2011.<sup>13</sup>

Desde el 2015, México lo ha adoptado de manera obligatoria. En el Reino Unido, se implementó de manera voluntaria, pero con los colores del semáforo. La mayoría de los artículos científicos que evalúan el semáforo se refieren al GDA con colores.

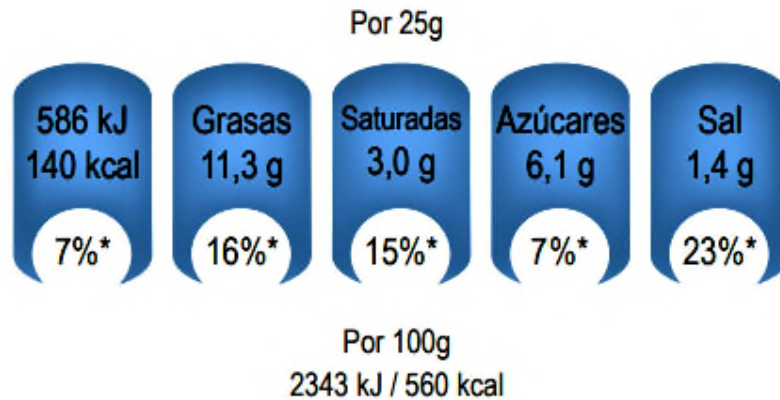


Gráfico GDA Monocromático implementado en México

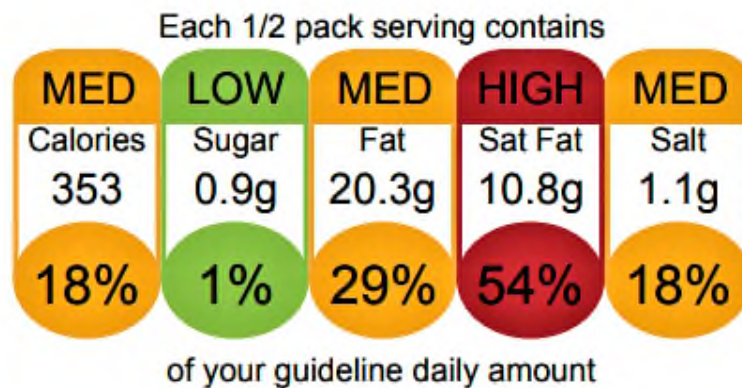


Gráfico GDA con colores del semáforo (Semáforo) implementado en Reino Unido

**b) Semáforo simplificado:**

Este sistema indica a través de los colores rojo, amarillo y verde, el alto, medio o bajo contenido del nutriente crítico respectivamente. Fue elaborado en base al sistema del “semáforo”, con los niveles límite propuestos por el Organismo de Normas Alimentarias del Reino Unido en el 2017.<sup>23</sup> El sistema permite evaluar las cantidades de nutrientes críticos presentes en los productos. A diferencia del GDA con colores de Inglaterra, este semáforo es más simple, ya que no informa ni valores absolutos de los nutrientes, ni los porcentajes de los valores diarios recomendados. Ha sido adoptado por ley en Ecuador (2014) y Bolivia (2017).<sup>13</sup>



Gráfico Semáforo simplificado implementado en Ecuador

**c) Sistema de advertencias:**

Consiste en la presencia de una o más imágenes gráficas tipo advertencia que indica que el producto presenta niveles de nutrientes críticos superiores a los recomendados. El sistema de advertencias ha sido adoptado de manera obligatoria en Chile (2016), en Perú y Uruguay (2018). Como así también, ha sido sometido a consulta pública recientemente en Brasil y Canadá.<sup>13</sup>



Gráfico Sistemas de advertencia implementado en Chile



Gráfico Sistemas de advertencia propuesto por el Ministerio de Salud de Canadá



Gráfico Sistemas de advertencia propuesta por la agencia ANVISA de Brasil

- *Sistemas de etiquetados de resumen:*

Son aquellos en los que la información se basa en algoritmos. A diferencia de los sistemas enfocados a nutrientes, estos realizan una evaluación global del producto en relación con el contenido nutricional y sintetizan con un solo símbolo, icono o puntuación la calidad nutricional general de un producto.<sup>24</sup>

Los más utilizados hasta el momento son:

**a) El “Health Star Rating” – (HSR) Ranking de salud a través de estrellas:**

Este sistema ha sido adoptado de manera voluntaria por Australia y Nueva Zelanda. El método fue desarrollado por los gobiernos de dichos países y fue sometido a un proceso de consenso con la industria de alimentos e implementado en 2014. El sistema postula que cuantas más estrellas, más saludable es el alimento.<sup>13</sup>

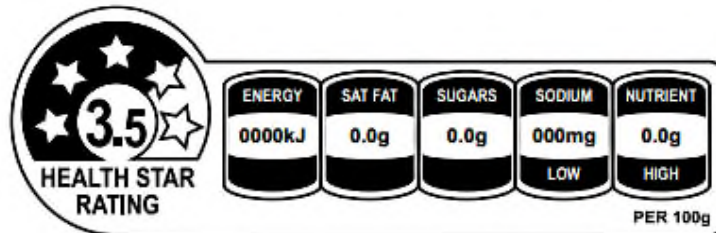


Gráfico Sistema de resumen implementado en Australia y Nueva Zelanda

**b) El “Keyhole” – Sistema de Cerradura:**

De color verde o negro, fue desarrollado por la Agencia Nacional de Alimentos de Suecia. También fue adoptado por Islandia, Noruega y Dinamarca de manera voluntaria y progresiva desde el 2009 en adelante.<sup>13</sup>



Gráfico Sistema de resumen implementado en países nórdicos

**c) El 5-Nutri-Score (5C):**

El score nutricional de los 5 colores ha sido desarrollado por la Agencia de Salud Pública de Francia y fue adoptado como sistema voluntario. Emplea un sistema de perfiles de nutrientes basado en el modelo de la Agencia de Normas Alimentarias del Reino Unido, y clasifica los alimentos y bebidas de acuerdo con cinco categorías de calidad nutricional. Para clasificar cada producto se ha desarrollado una puntuación que tiene en cuenta, por 100 gramos de producto, el contenido de nutrientes y alimentos cuyo consumo se quiere promover (fibra, proteínas, frutas y verduras) y de los nutrientes cuyo consumo se quiere limitar (la energía, los ácidos grasos saturados, azúcares y sal). Después de un cálculo matemático, que pondera los nutrientes a promover y los nutrientes a limitar, se establece la puntuación obtenida y se asigna una letra y un color. El producto más favorable nutricionalmente obtiene una puntuación “A” verde y el producto nutricionalmente menos favorable obtiene una puntuación “E” roja.<sup>13</sup>

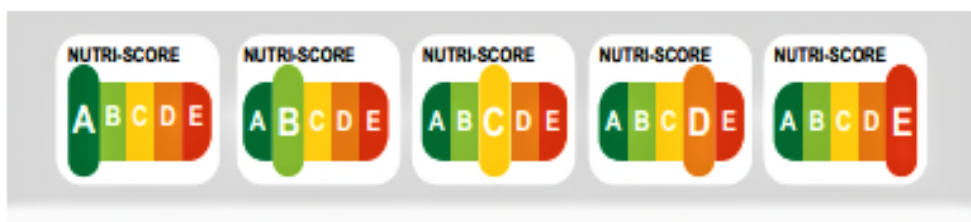


Gráfico Nutri-Score implementado en Francia



**d) El “Choices programme”:**

Consiste en un logotipo positivo en el frente de los envases. El programa consiste en un modelo de perfil de nutrientes con criterios de grupos específicos. Numerosos países adoptaron voluntariamente este sistema, entre ellos Bélgica, República Checa, Holanda y Polonia implementaron el Logo “Choices” desde el 2007 en adelante.<sup>13</sup>



Gráfico Sistema de resumen implementado en algunos países europeos

Otra clasificación de los sistemas de etiquetado frontal de Alimentos es la que propone Hodkins y col. y que, a partir de un análisis de los estudios, clasifica los sistemas en no-directivo, semidirectivos y directivos.<sup>25</sup> Esta clasificación ha sido establecida en base al tipo de información que proveen a los consumidores y en qué medida los sistemas facilitan la toma de decisiones. Los sistemas no-directivos (el GDA monocromático): solo provee información sobre valores absolutos de nutrientes (en general por porción o cada 100 gr de producto) y el porcentaje del consumo diario recomendado. Los sistemas semidirectivos (el semáforo simplificado de Ecuador, el GDA con colores del semáforo del Reino Unido), comunican valores absolutos, pero también comunican información sobre si el contenido de ciertos nutrientes críticos es alto, medio o bajo a través de códigos de colores que permiten interpretar la información. Los sistemas directivos proveen una medida sumaria que interpreta los resultados. Hay sistemas directivos positivos: el Keyhole de Alemania, el Health Star Rating de Australia, el Smart Choices de varios países europeos, el Pick the Tick, etc. y sistemas directivos negativos: el sistema de Advertencia informa contenidos

---

elevados de nutrientes críticos. Esta última clasificación es compleja, mientras que la más fácil de comprender y más extensamente utilizada es la que clasifica los sistemas de etiquetado frontal en “enfocados en nutrientes” y “sistemas de resumen”.<sup>13</sup>

***Proyecto de Ley: Etiquetado Frontal de advertencia de alimentos destinados al consumo humano***

El proyecto de ley propone implementar el etiquetado frontal de advertencia como una herramienta sencilla y accesible que permita al consumidor identificar los alimentos y bebidas con contenido excesivo de nutrientes, cuyo consumo se relaciona directamente con la malnutrición y la incidencia de enfermedades crónicas no transmisibles. A su vez, busca regular aspectos vinculados a la presentación, promoción y publicidad de estos productos con el fin de resguardar los derechos a la salud y a la alimentación adecuada, especialmente de la infancia.<sup>26</sup>

Varios países de la región han llevado adelante las recomendaciones en su normativa interna, lo cual posiciona a Latinoamérica como la región más avanzada del mundo en materia regulatoria de etiquetado frontal obligatorio. Al respecto se destacan los siguientes casos:

- Ecuador cuenta desde 2014 con un rotulado de tipo semáforo simplificado.
- México estableció en 2015 Guías Diarias de Alimentación y a comienzos del 2020 avanzó con la aprobación del etiquetado frontal de advertencia de alimentos.
- Chile fue pionero en 2016 al aprobar sellos de advertencia en alimentos y establecer restricciones correlativas en relación con el diseño de los rótulos y la promoción y publicidad de dichos productos.
- Bolivia implementó en 2017 la etiqueta nutricional de semáforo simplificado.
- Perú y Uruguay, siguiendo la experiencia de Chile, aprobaron en el año 2018 el rotulado de advertencia de alimentos junto a restricciones para los productos alcanzados.

Argentina, por su parte, elaboró diversas publicaciones para combatir el alarmante aumento de la obesidad como las Guías Alimentarias para la Población Argentina (2016), el Manual de Recomendaciones sobre Etiquetado Frontal de Alimentos

---

(2018) y las Guías de Entornos Escolares Saludables (2019). Asimismo, creó el Programa Nacional de Alimentación Saludable y Prevención de Obesidad y la Comisión Nacional con el mismo nombre puso en marcha el Plan Nacional “Alimentación Saludable en la Infancia” (2019).<sup>26</sup>

El Manual de Recomendaciones sobre Etiquetado Frontal de Alimentos fue desarrollado a través de un proceso participativo con el propósito de proponer estándares basados en la mejor evidencia disponible para promover la adopción de un etiquetado frontal de los envases de alimentos en Argentina, proporcionando mejor información en un tiempo más corto y favorecer la elección de alimentos más saludables. El proyecto busca complementar las normas relativas a la rotulación y publicidad de alimentos establecidas en el Código Alimentario Argentino mediante la implementación del etiquetado frontal de advertencia. Este sistema consiste en uno o varios símbolos expuestos en la cara principal o frente del envase y en toda publicidad de los alimentos y bebidas, cuyo objeto es informar sobre el alto contenido de elementos críticos asociados a problemas de salud (azúcares, grasas saturadas y sodio), según parámetros que debe establecer la Autoridad de Aplicación siguiendo una aplicación flexible y gradual de las recomendaciones de perfil de nutrientes de los organismos internacionales de salud (OPS/OMS). A su vez, establece la obligatoriedad de la declaración del contenido de azúcares en el producto alimentario, que hasta la fecha era de carácter voluntario.<sup>26</sup>

El proyecto también dispone restricciones para los alimentos que presenten sello de advertencia, algunas de ellas: limita la declaración de propiedades nutricionales (también llamadas claims) en los envases, prohíbe el uso de elementos gráficos en la presentación del producto que sean susceptibles de influir en la elección de consumo, establece la obligatoriedad de exhibir en todo tipo de publicidad el/los sellos de advertencia que el alimento posee junto a un mensaje que inste a la adopción de hábitos saludables, prohíbe la utilización de publicidad, ofrecimiento o entrega a título gratuito dirigida a niños, niñas y adolescentes y resguarda especialmente a los entornos escolares de su ofrecimiento, comercialización y estrategias publicitarias. Con el objeto de garantizar estándares mínimos de visualización, se establece que cada símbolo de advertencia no podrá tener un tamaño menor al 10% de la superficie total de la cara principal del rotulado, ni estar exhibidos -junto al mensaje que

---

promueva hábitos saludables- en una superficie inferior al 20% del espacio total objeto de publicidad del alimento.<sup>26</sup>

Los sujetos obligados son los importadores, elaboradores y/o fraccionadores que coloquen alimentos en el mercado para su consumo final en el territorio nacional. En lo referente a sanciones por incumplimiento, de manera de continuar con los esquemas vigentes, el proyecto remite a lo dispuesto en el Código Alimentario Argentino y la Ley de Defensa del Consumidor, en cuanto corresponda, para sancionar las infracciones a sus disposiciones. Al considerar las implicancias que puede generar la medida, el rotulado de advertencia puede constituir un incentivo indirecto para que la industria de alimentos reformule sus productos a opciones más saludables.<sup>26</sup>

## JUSTIFICACIÓN Y USO DE LOS RESULTADOS

En la sociedad, la alimentación es uno de los temas con mayor importancia para el hombre, no solo porque es la necesidad fisiológica por excelencia sino también porque se asegura un óptimo crecimiento y desarrollo.

A lo largo de la vida del hombre va adquiriendo diferentes hábitos, dentro de los cuales podemos mencionar los alimenticios.

La alimentación ha ido evolucionando con el paso del tiempo, pero siempre ha sido una de las actividades centrales en la vida del ser humano y su entorno social.

La elección de alimentos se encuentra influenciada por muchos factores propios o ajenos a cada persona. Desde la cultura propia de cada familia como la cultura de los diferentes lugares geográficos.

En general las personas suelen elegir sus alimentos principalmente en base a factores económicos o socioculturales, pero también encontramos muchos otros factores determinantes al momento de tomar la decisión de compra.

El marketing utilizado en relación a los alimentos, a lo largo de la historia, fue comprendiendo las necesidades de las personas y desarrollándose para captar mayor atención por parte de las personas en los productos, como por ejemplo el diseño de un envase o packaging vistoso del producto.

Actualmente las personas demandan productos alimenticios con propiedades nutricionales saludables. Por causa de este tema y de los mencionados anteriormente,

las personas cada vez se encuentran más involucradas con el tema de la alimentación. Por tal motivo, es trascendente que las personas sepan comprender la información contenida en las etiquetas y rótulos de los productos que compran para consumir para que los ayude a una mejor elección de acuerdo con lo deseado.

En este trabajo se trata de investigar sobre estos factores que influyen la elección de los alimentos en las personas que viven el Partido de Vicente López.

La investigación pretende identificar si los factores biológicos, socioculturales y económicos son determinantes al momento de comprar un alimento, como así también se investigará sobre la influencia del etiquetado en la decisión de compra de alimentos y el conocimiento de sistemas de advertencia en los alimentos y Proyecto de Ley de Rotulado Frontal en Argentina.

---

## OBJETIVOS

### **Objetivo general**

Establecer la influencia de los factores económicos, socioculturales, biológicos y el etiquetado en la decisión de compra de alimentos, en un grupo de personas entre 20 y 60 años responsables de las compras del hogar en el Partido de Vicente López, Provincia de Buenos Aires, durante el año 2020.

### **Objetivos específicos**

1. Establecer los factores económicos, socioculturales y biológicos con la decisión de compra de alimentos.
2. Determinar la influencia del etiquetado en la decisión de compra de alimentos.
3. Registrar el conocimiento sobre los diferentes sistemas de etiquetado de advertencia en diferentes países del mundo.
4. Relevar el conocimiento sobre la existencia de Proyecto de ley de etiquetado en Argentina.

## DISEÑO METODOLÓGICO

### ***Tipo de estudio y diseño general***

Estudio transversal, observacional y analítico

### ***Población***

Hombres y Mujeres del partido de Vicente López (Provincia de Buenos Aires), entre 20 y 60 años que sean responsables de las compras del hogar

### ***Muestra***

188 Hombres y Mujeres que residan en el partido de Vicente López, entre 20 y 60 años que sean responsables de las compras del hogar

### ***Técnica de muestreo***

Encuesta online. Muestreo no probabilístico

***Criterios de inclusión y Criterios de exclusión. Definición operacional de las variables. Tratamiento estadístico propuesto***

*Criterios de inclusión*

- Hombres y Mujeres entre 20 y 60 años de edad, que sean responsables de las compras del hogar y que vivan en el Partido de Vicente López, Provincia de Buenos Aires

*Criterios de exclusión*

- Personas que no decidan sobre de las compras de alimentos
- Personas que no acepten participar de la encuesta
- Personas que realicen dietas específicas temas vinculados a patologías específicas
- Personas que no comprendan las preguntas

***Definición Operacional de las Variables***

<b>Variable</b>	<b>Definición</b>	<b>Indicador</b>	<b>Instrumento</b>
Género	Características biológicas que distinguen al varón de la mujer u otro	Mujer Hombre Prefiere no responder	Encuesta cerrada
Edad	Tiempo transcurrido desde el nacimiento.	20-29 30-39 40-49 50-60	Encuesta cerrada
Nivel de estudio	Nivel máximo de estudio alcanzado	Primario Secundario Terciario/Universitario	Encuesta cerrada
Factor determinante de elección de un alimento	Causa o circunstancia que contribuye a una elección.	Biológico Económico Sociocultural Otra:	Encuesta cerrada
Influencia del etiquetado en la selección de compra de alimentos	Característica que las personas priorizan en la elección de un alimento	Etiqueta Envase Composición/Ingredientes Publicidad / Marca Recomendaciones de amigos	Encuesta cerrada



<b>Variable</b>	<b>Definición</b>	<b>Indicador</b>	<b>Instrumento</b>
Lectura y comprensión de etiquetado de alimentos	Proceso de comprensión y entendimiento de la etiqueta de los alimentos	Si No A veces	Encuesta cerrada
Modificación en la elección de compra de alimentos	Intención de cambio en la elección de alimentos	Si No No se	Encuesta cerrada
Sistemas de etiquetado de advertencia en alimentos de diferentes países	Conocimiento sobre sistema de etiquetado de advertencia de alimentos	Si No	Encuesta cerrada
Proyecto de Ley del etiquetado en Argentina	Conocimiento sobre la existencia de un Proyecto de Ley del etiquetado en Argentina	Si No	Encuesta cerrada

### ***Análisis Estadístico***

Los datos recopilados serán agrupados en tablas, gráficos de barra y circulares, dando un análisis cuantitativo y porcentual del relevamiento de datos. El tratamiento estadístico se realizará utilizando Microsoft Excel. Se establecerán correlaciones a través del  $\chi^2$  entre las variables de interés.

### ***Procedimientos para la recolección de información, instrumentos a utilizar y métodos para el control de calidad de los datos.***

Se realizará una intervención llevada adelante por estudiantes de la Licenciatura en Nutrición con modalidad a distancia, la cual será efectuada en el partido de Vicente López, Provincia de Buenos Aires. Se llevará a cabo un estudio de campo buscando conocer los diferentes factores determinantes en la elección de alimentos y la influencia del etiquetado en la compra de los mismos. De esa manera, se efectuarán encuestas con modalidad online a través de Google Formularios (Anexo II) con respuestas cerradas, donde se trabajarán temas como: genero, edad, nivel de estudio, factores y características determinantes en la compra de alimentos, comprensión del etiquetado de productos y proyecto de ley.

***Procedimientos para garantizar aspectos éticos en las investigaciones con sujetos humanos.***

En la presente investigación, no se realizarán ensayos clínicos que involucren pruebas experimentales, sino que los participantes serán instrumentos de recopilación de información, brindando consentimiento informado de forma online.

Los cuidados éticos de la encuesta online, aseguraron la participación voluntaria e informada de los participantes, requiriéndole a los encuestados la firma de consentimiento informado que se presenta en el Anexo 01, se mantuvo la privacidad y seguridad durante en estudio en el manejo de las muestras.

Previo a realizar el trabajo de campo, se solicitará autorización a las autoridades correspondientes de la Facultad de Medicina Héctor A. Barceló.

## RESULTADOS

El muestreo se realizó a través la modalidad online a través de Google Formularios (Anexo II). La cual fue efectuada en el partido de Vicente López, Provincia de Buenos Aires. Se han encuestado 188 personas, y los contactos se establecieron a través de la Red Social Facebook personal de las autoras.

El relevamiento de los datos indicó que la muestra estaba compuesta por 152 mujeres y 32 hombres (correspondiendo a un 83% y 17% respectivamente). 3 personas prefirieron (0%). (Fig. 1)

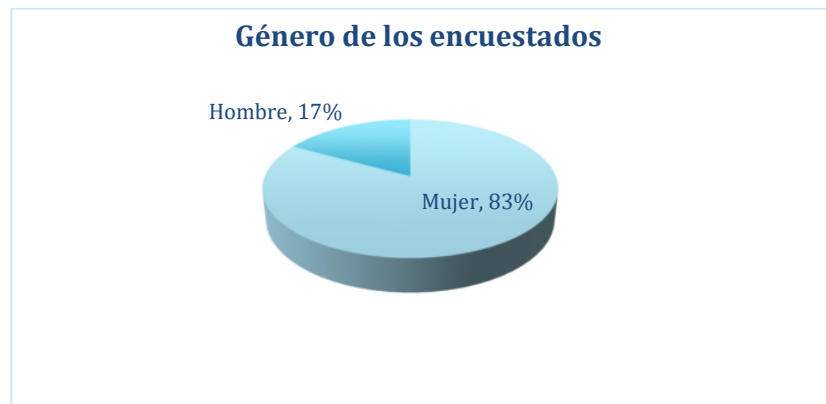


Figura 1: La distribución de sexo mostro prevalencia de mujeres sobre hombres

La distribución de las edades señaló que el 11% se encontraba en el rango de edades 20-29 y el rango 30-39 con un 31%. Para el rango de 40-49 con un 29% y el rango de 50-60 con un 55%. (Fig. 2)

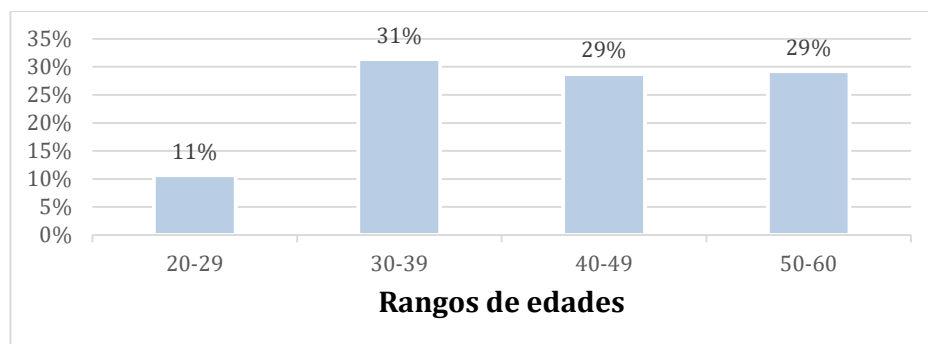


Figura 2: La distribución de edades entre los encuestados resultó uniforme, con cierta prevalencia de los mayores de 29 años.

En referencia a los estudios alcanzados por los encuestados, el 1% poseía estudios primarios, mientras que el 21% secundario y el 78% contaban con estudios terciario/universitario. (Fig. 3)

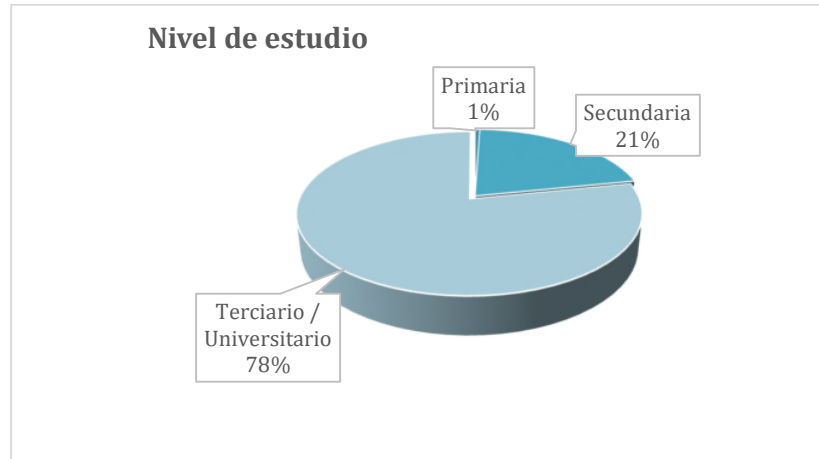


Figura 3: La distribución del nivel de estudio entre los encuestados señaló una prevalencia en el nivel terciario/universitario.

El estudio demuestra que el 44% de los encuestados prioriza el factor biológico y otro 44% prioriza el factor económico al momento de realizar sus compras. Un 10% lo hace focalizándose en los factores socio culturales. Y un 2% de los participantes elige otros factores como, por ejemplo: atención al cliente, calidad, productos orgánicos, saludables. (Fig. 4)

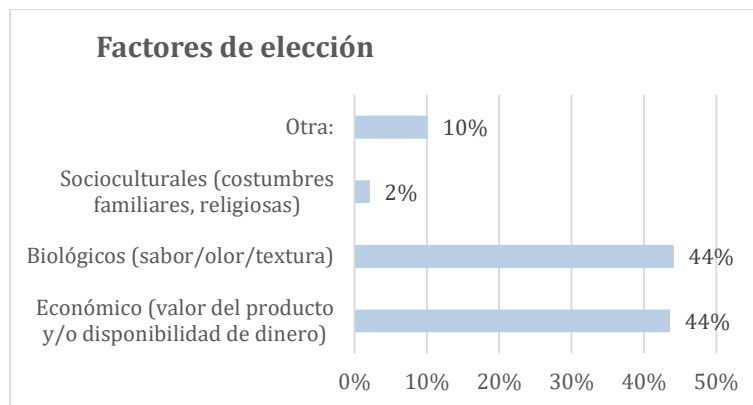


Figura 4: La distribución de los factores económicos y biológicos fueron los más importantes en la elección de alimentos al momento de realizar las compras.

En relación a las características que el encuestado prioriza al momento de elegir un producto, el 70% refirió priorizar la composición de los ingredientes, un 13% la publicidad o marca, un 9% las recomendaciones de amigos, 6% el envase y un 4% prioriza la etiqueta del producto (color, el formato, las letras y dibujos). (Fig. 5)

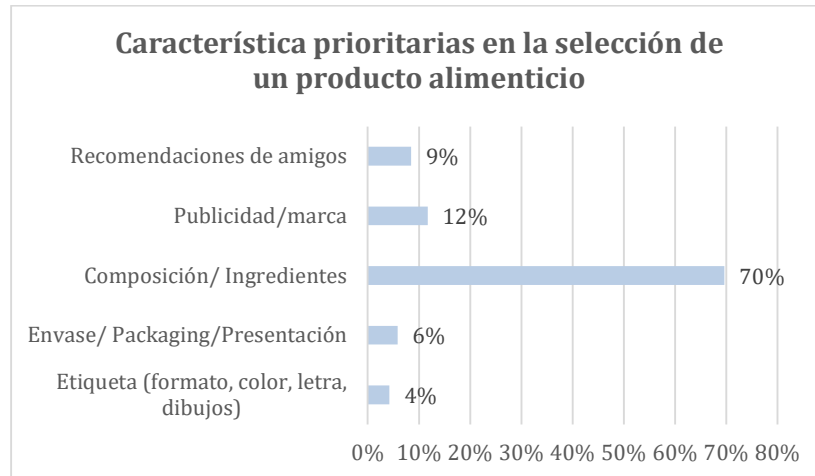


Figura 5: La selección destaca una prevalencia en la composición de los alimentos.

La encuesta nos demuestra que el 43% de los encuestados lee las etiquetas de los alimentos que selecciona al momento de la compra. El 9% no lee las etiquetas, mientras el 48% a veces las lee. (Fig. 6)

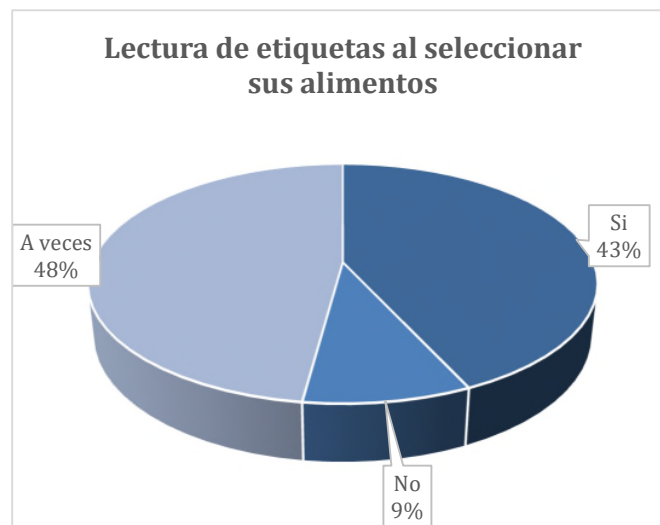


Figura 6: Los resultados señalan que los mayores porcentajes se encuentran en las variables a veces lee las etiquetas y siempre las lee.

El 55% de los encuestados considera a veces que el etiquetado de los alimentos es claro y comprensible. Mientras que el 13% confirma que el mismo es claro y comprensible. El 32% no lo considera claro ni comprensible. (Fig. 7)

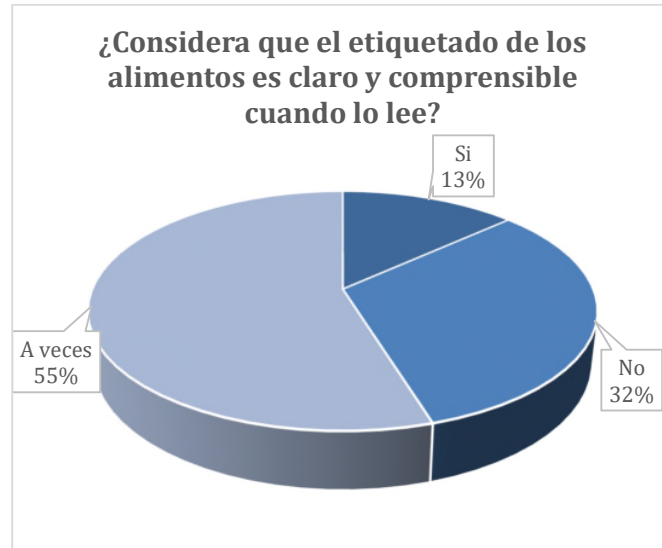


Figura 7: Más de la mitad de la muestra indica que sólo a veces lo comprende el etiquetado de los alimentos.

En relación con la distribución de grupos de alimentos donde los encuestados prestan más atención al etiquetado, el 79% lo hace en los lácteos, el 27% en los cereales, el 19% en golosinas, el 49% en los congelados, el 21% en los dulces el 15% en las conservas, el 15% en las gaseosas, el 39% en las galletitas, el 12% en snacks y el 49% en los embutidos. (Fig. 8)

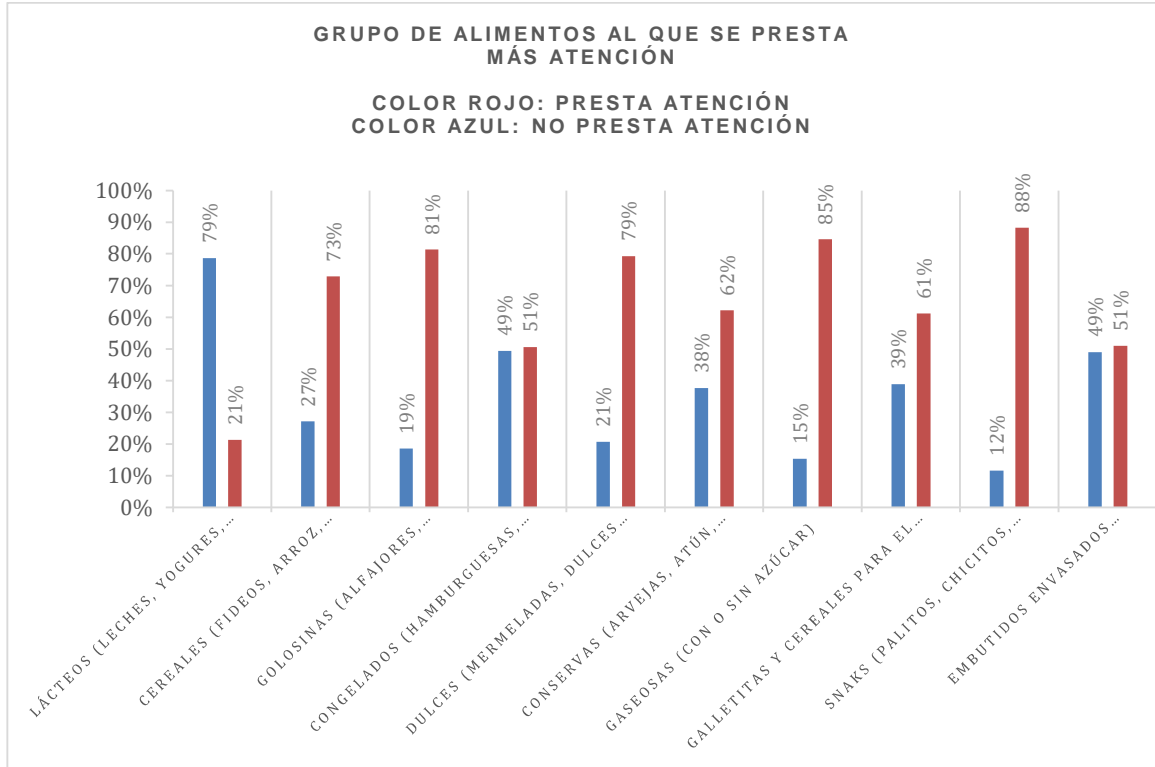


Figura 8: La distribución del grupo de alimentos en que los encuestados presta más atención al momento de seleccionar los alimentos resultó, con prevalencia en los lácteos mientras que en los snacks son en los que menos presta atención.

Se le consultó a los encuestados sobre el conocimiento de los sistemas de advertencia de otros países, resultado que el 62%, no conoce los mismos. Mientras que el 38 % si los conoce. (Fig. 9)



Figura 9: el 62% de los participantes indican que desconocen la existencia de etiquetas de advertencia en otros países.

Teniendo en cuenta la respuesta sobre el conocimiento de los sistemas de advertencia de otros países, se le consultó a los encuestados si una posible incorporación de estos a nuestro país modificaría su elección de compra. El resultado fue que el 63% modificaría su elección. Mientras que el 6% no modificaría su elección y el 31% se encontró con dudas de hacerlo. (Fig. 10)

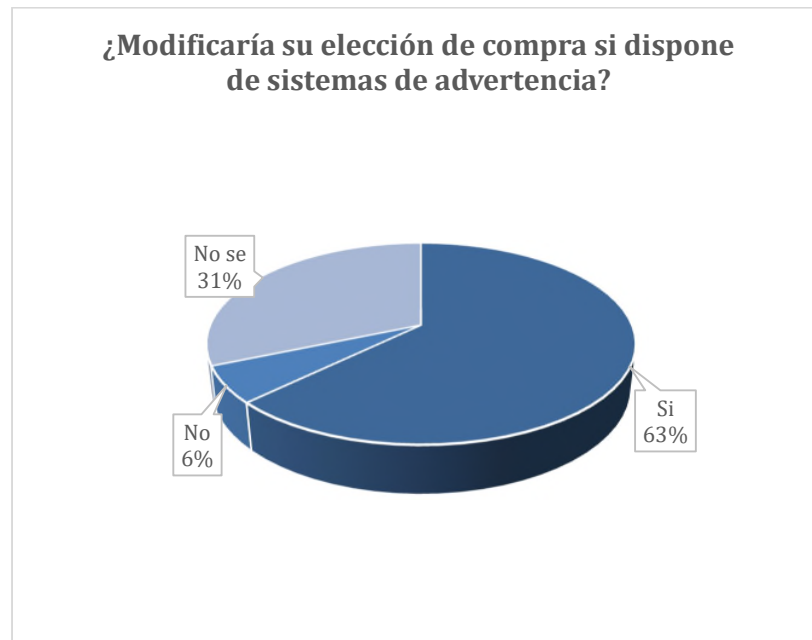


Figura 10: La modificación de elección de alimentos en base a la incorporación de algún sistema de advertencia entre los encuestados resultó que más del 60% modificaría su elección de compra.

Con relación a los grupos de alimentos en los que los participantes consideraron importante incorporar un sistema de advertencia, los resultados demostraron un 78% para embutidos, 69% para golosinas, 66% para lácteos, 65% para congelados, 64% para galletitas, 63% snacks, 57% gaseosas, 53% dulces, 48% conservas y 47% cereales. (Fig. 11)



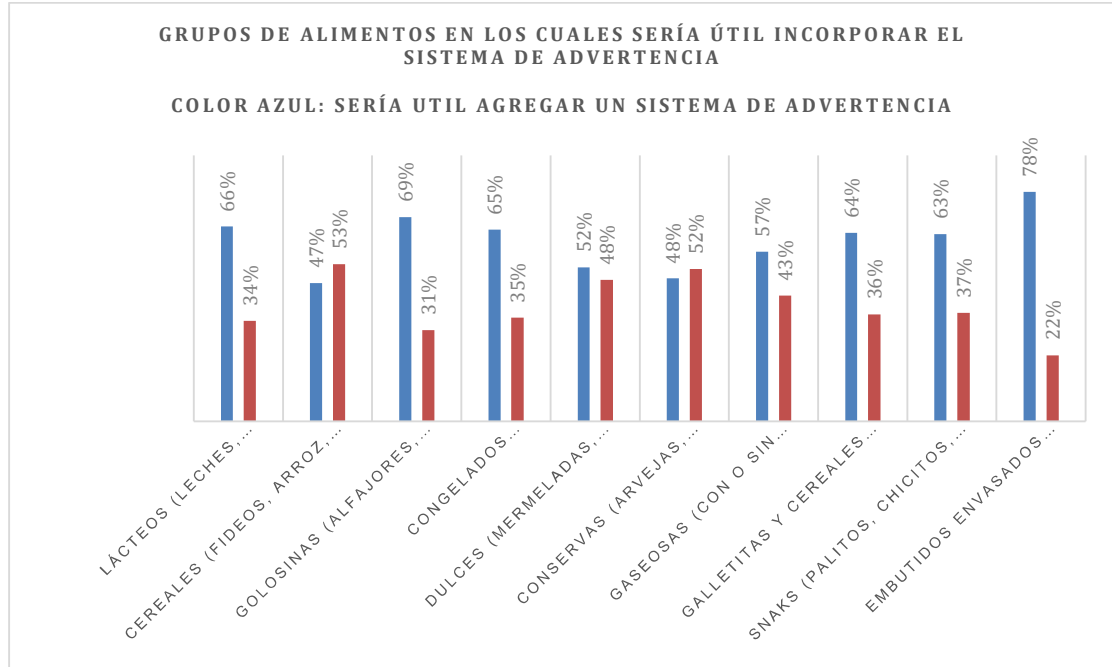


Figura 11: La distribución de los grupos de alimentos donde sería útil incorporar un sistema de advertencia muestra mayor prevalencia en los embutidos, seguido por golosinas y lácteos.

En Argentina se presentó un Proyecto de Ley acerca del Etiquetado Frontal de Advertencia para una alimentación saludable, la mayoría de los encuestados, el 74% respondió que desconocía el Proyecto. Mientras el 26% de los participantes respondió que si tenía conocimiento. (Fig. 12)

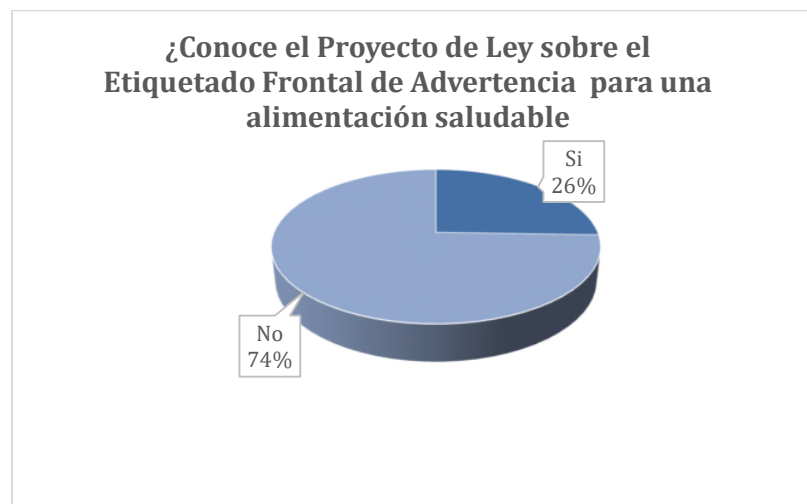


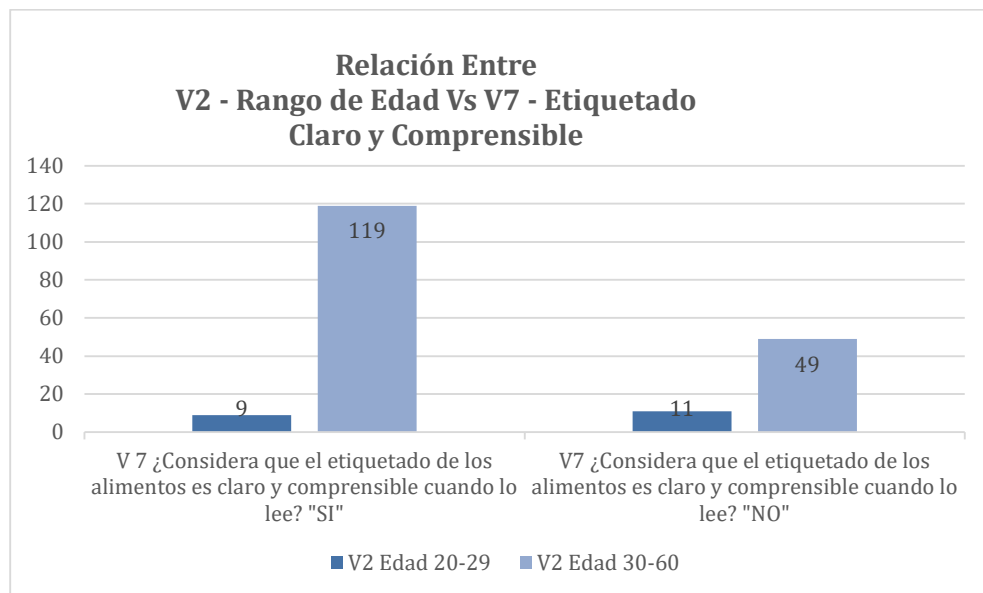
Figura 12: El mayor porcentaje de los encuestados desconoce el Proyecto de Ley sobre el Etiquetado Frontal de Advertencia.

Utilizando el método de  $\chi^2$ , se realizaron los siguientes entrecruzamientos de variables que resultaron significativos para un valor del  $p < 0.05$  (probabilidad del 95%).

Edad vs. Lectura y comprensión del etiquetado de alimentos

Valor de  $p=0.019136$

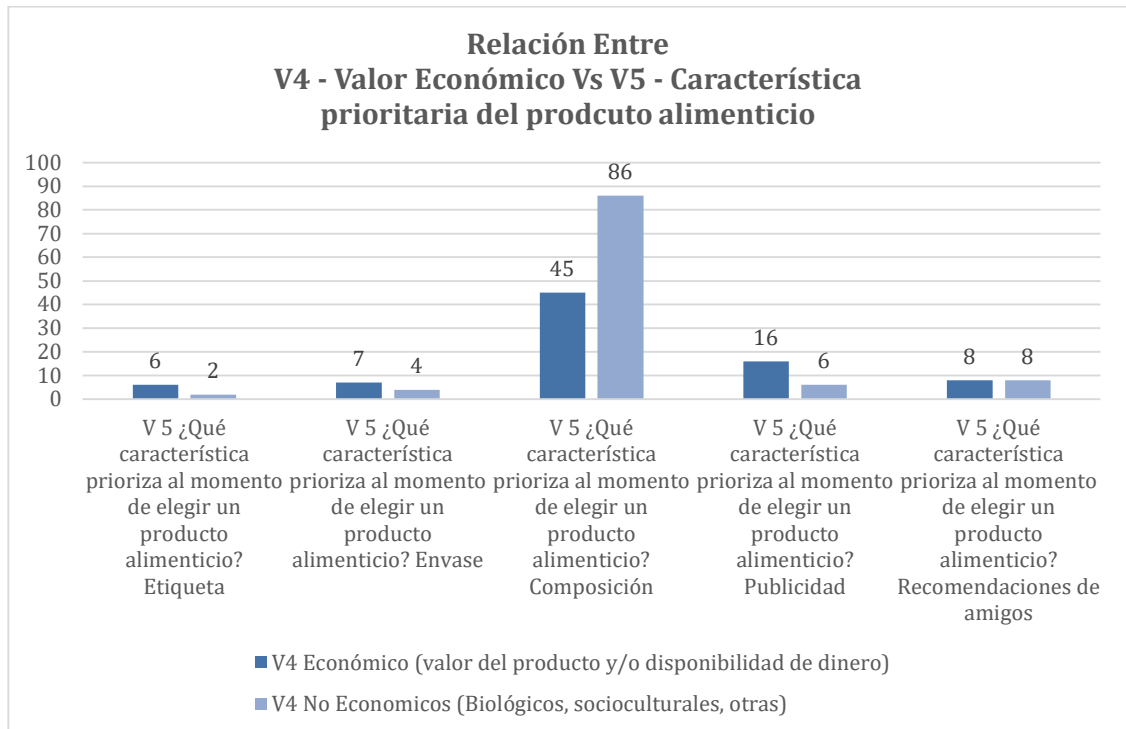
Resultados			
V2 Edad	V 7 ¿Considera que el etiquetado de los alimentos es claro y comprensible cuando lo lee?		Total
	SI	NO	
20-29	9 (13,62)[1,57]	11 (6,36)[3,34]	20
30-60	119 (114,38)[0,19]	49 (53,65)[0,40]	168
Total	128	60	188



Influencia del etiquetado en la selección de compra de alimentos vs. Lectura y comprensión del etiquetado de alimentos.

Valor de  $p=0.001605$

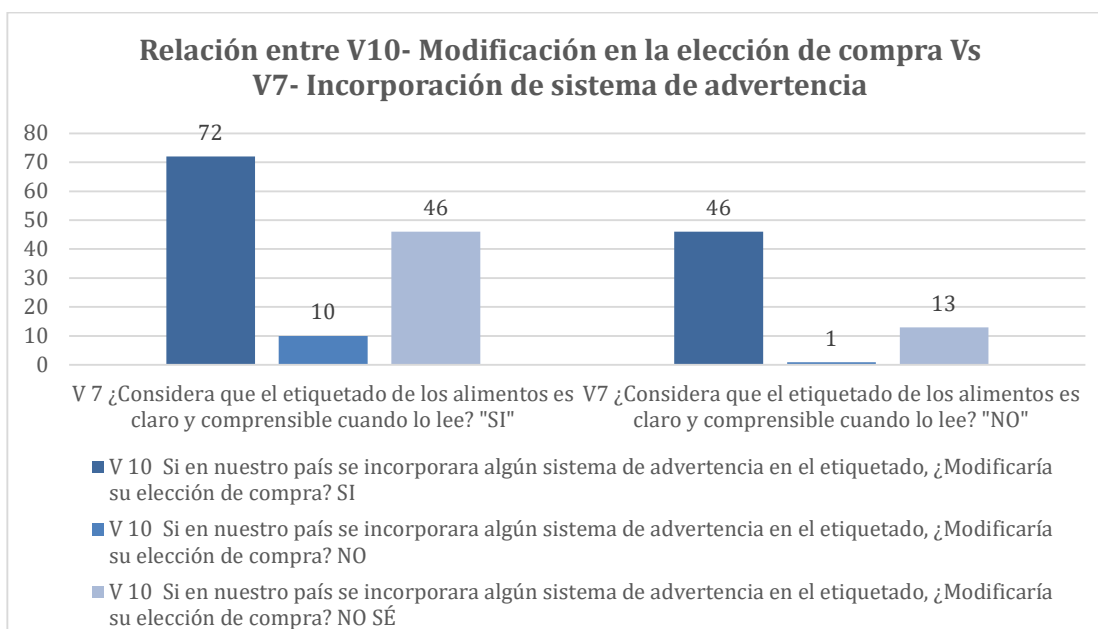
Resultados						
V4 De los siguientes factores de elección, ¿Cuál considera el más importante al comprar sus alimentos?	V5 ¿Qué característica prioriza al momento de elegir un producto alimenticio?					Total
	Etiqueta	Envase	Composición	Publicidad	Recomendaciones de amigos	
Económico (valor del producto y/o disponibilidad de dinero)	6 (3,49)[1,81]	7 (4,8)[1,01]	45 (57,14)[2,58]	16 (9,6)[4,27]	8 (6,98)[0,15]	82
No Económicos (Biológicos, socioculturales, otras)	2 (4,51)[1,40]	4 (6,20)[0,78]	86 (73,86)[1,99]	6 (12,40)[3,31]	8 (9,02)[0,12]	106
<b>Total</b>	<b>8</b>	<b>11</b>	<b>131</b>	<b>22</b>	<b>16</b>	<b>188</b>



Lectura y comprensión del etiquetado de alimentos vs. Modificación en la elección de compra de alimentos.

Valor de  $p=0.018306$

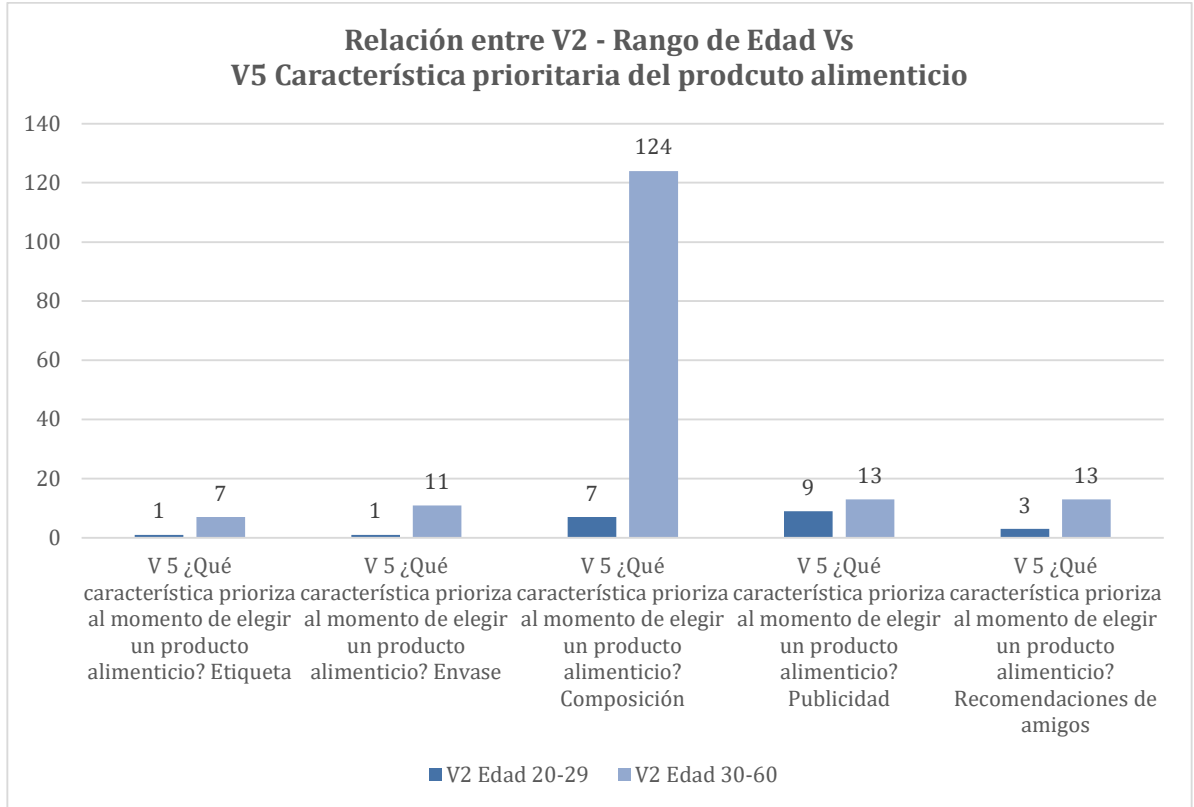
Resultados			
V 10 si en nuestro país se incorporara algún sistema de advertencia en el etiquetado, ¿Modificaría su elección de compra?	V 7 ¿Considera que el etiquetado de los alimentos es claro y comprensible cuando lo lee?		Total
	SI	NO	
SI	72 (80,34)[0,87]	46 (37,66)[1,85]	118
NO	10 (7,49)[0,084]	1 (3,51)[1,80]	11
NO SÉ	46 (40,17)[0,85]	13 (18,83)[1,80]	59
<b>Total</b>	128	60	188



Edad vs. Influencia del etiquetado en la selección de compra de alimentos.

Valor de  $p=0.000045$

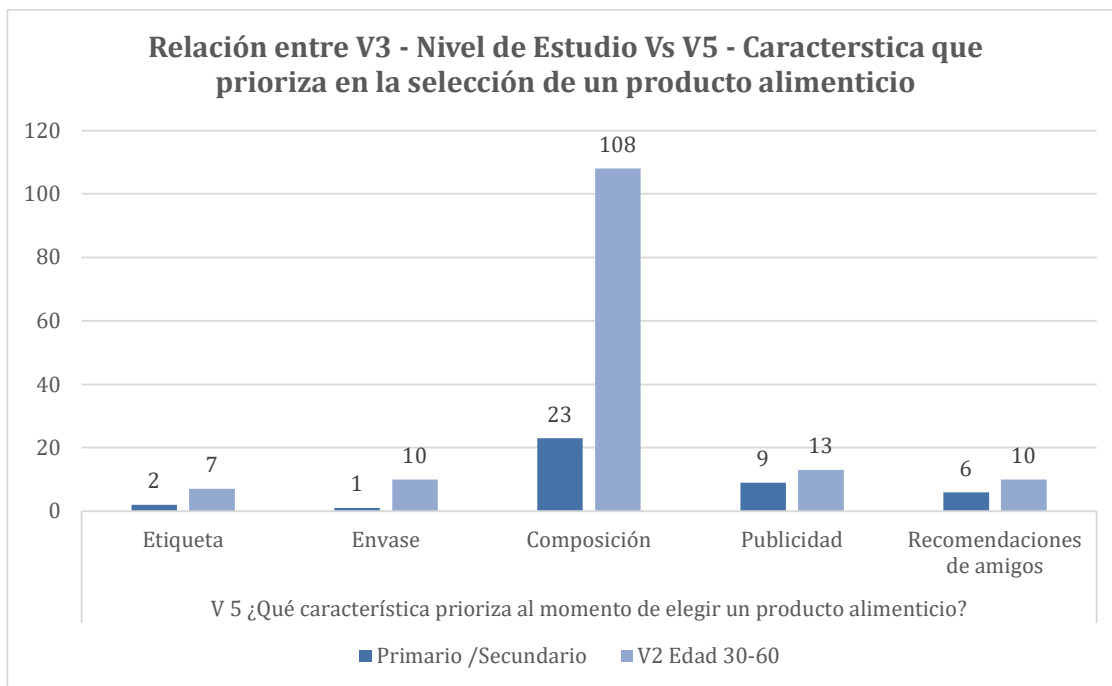
Resultados						
V2 Edad	V 5 ¿Qué característica prioriza al momento de elegir un producto alimenticio?					Totales
	Etiqueta	Envase	Composición	Publicidad	Recomendaciones de amigos	
20-29	1 (0,89)[0,01]	1 (1,33)[0,88]	7 (14,56)[3,92]	9 (2,44)[17,58]	3 (1,78)[0,84]	21
30-60	7 (7,11)[0,00]	11 (10,67)[0,01]	124 (116,44)[0,49]	13 (19,56)[2,20]	13 (14,22)[0,11]	168
<b>Totales</b>	8	12	131	22	16	189



Nivel de estudio vs. Influencia del etiquetado en la selección de compra de alimentos.

Valor de  $p=0.049816$

Resultados						
V3. Nivel de estudio	V 5 ¿Qué característica prioriza al momento de elegir un producto alimenticio?					Totales
	Etiqueta	Envase	Composición	Publicidad	Recomendaciones de amigos	
Primario /Secundario	2 (1,74)[0,04]	1 (2,40)[0,82]	23 (28,57)[1,09]	9 (4,80)[3,68]	6 (3,49)[1,81]	41
V2 Edad 30-60	7 (6,26)[0,01]	10 (8,60)[0,23]	108 (102,43)[0,30]	13 (17,20)[1,03]	10 (12,51)[0,50]	147
<b>Totales</b>	<b>8</b>	<b>11</b>	<b>131</b>	<b>22</b>	<b>16</b>	<b>188</b>



También se realizaron los siguientes entrecruzamientos de variables que no resultaron significativos para un valor de  $p > 0.05$  (probabilidad del 95%).

- Nivel de estudio vs. Lectura y comprensión de etiquetado de alimentos
- Factor determinante de elección de un alimento vs. Lectura y comprensión de etiquetado de alimentos
- Género vs. Factor determinante de elección de un alimento
- Género vs. Lectura y comprensión de etiquetado de alimentos
- Género vs. Sistemas de etiquetado de advertencia en alimentos de diferentes países
- Género vs. Proyecto de Ley del etiquetado en Argentina
- Rango de Edad vs. Proyecto de Ley del etiquetado en Argentina
- Género vs. Modificación en la elección de compra de alimentos
- Género vs. Influencia del etiquetado en la selección de compra de alimentos

---

## DISCUSIÓN

En el presente estudio se ha llevado a cabo una encuesta online sobre los factores y características determinantes al momento de decisión de compra, como así también se investigó sobre la lectura y comprensión del etiquetado de alimentos, los sistemas de advertencia de otros países y la posible incorporación en nuestro país. La población analizada en este estudio abarca en su gran mayoría a los adultos mayores de 30 años. Siendo la mayoría de los participantes del género femenino y con nivel de estudio terciario / secundario. Todos debían residir en el partido de Vicente López, Provincia de Buenos Aires.

Uno de los objetivos fue establecer los factores económicos, socioculturales y biológicos en la decisión de compra de alimentos. En la información recabada sobre los factores determinantes al momento de elección de alimentos se encontraron elevados porcentajes en los factores económicos y biológicos con un 88%.

Todos los determinantes relacionados con la elección de alimentos son importantes y forman parte de una amplia gama de factores que influyen en las decisiones de lo que se ingiere, en qué momento y en qué cantidad. Las estrategias que fomentan un cambio alimentario favorable deben tener en cuenta la salud física, la respuesta sensorial hedónica, entre otras.<sup>6</sup>

La composición y/o ingredientes fueron las características que más priorizan los encuestados al momento de la compra de alimentos. Según la encuesta realizada en Bogotá, Colombia el 76,4% varía su decisión de compra por la composición del producto. Sin embargo, también aseguran que estos alimentos saludables pueden llegar a ser costosos y no se adaptan a su presupuesto (81,8%) por lo que muchas veces dejan de comprar estos alimentos por el alto precio (72,7%). En dicha encuesta, también identificó un 27% de los encuestados creen que el precio sigue siendo una característica “muy importante” a la hora de escoger un producto.<sup>14</sup>

El etiquetado de los alimentos contiene información nutricional importante. Sin embargo, en su gran mayoría, el 91% de la población evaluada lee las etiquetas al momento de seleccionar sus alimentos, pero no todos logran comprenderla. Esta información se condice con la encuesta realizada en Bogotá, Colombia donde el 40% de los encuestados no le parece clara la información nutricional de la etiqueta.<sup>14</sup>



---

En relación con los sistemas de advertencia de otros países, más de la mitad de los encuestados (62%), no está al tanto de los mismos, pero cree que la incorporación de ellos en nuestro país modificaría su elección de compra.

La gran mayoría de la población encuestada (74%), no está informada sobre el proyecto de Ley sobre el etiquetado frontal que se está discutiendo en este momento en nuestro país.

Sobre estos dos últimos temas (conocimiento de sistema de advertencias de otros países y Proyecto de Ley en Argentina) no se encuentran disponibles trabajos o estudios al respecto como para poder comparar resultados.

A través del método  $\chi^2$ , se realizaron 14 entrecruzamientos de variables, de los cuales la mayoría resultó no significativa.

Entre los resultados significativos, podemos mencionar como importantes la Influencia del etiquetado en la selección de compra de alimentos vs. Lectura y comprensión del etiquetado de alimentos ( $p=0.001605$ ) y Edad vs. Influencia del etiquetado en la selección de compra de alimentos ( $p=0.000045$ ).

Sobre los entrecruzamientos no se encuentran disponibles trabajos o estudios al respecto como para poder comparar resultados

En la Argentina, aun no contamos con regulación vigente relacionada al etiquetado de alimentos, aunque en este momento este en discusión un Proyecto de Ley.

## CONCLUSIÓN

Al realizar esta investigación se pudo constatar que la mayoría de las personas que efectúan las compras de alimentos son mujeres.

En la influencia en la elección de alimentos se encontró una diferencia significativa sobre el factor económico, como así también con mayor frecuencia las personas priorizan la composición de los alimentos ya que en el transcurso del tiempo las personas se han vuelto más conscientes de la importancia de tener una alimentación saludable.

La gran mayoría de las personas no tenía presente que existe un proyecto de ley acerca del Etiquetado Frontal de alimentos en nuestro país y tampoco en países limítrofes. También consideran la información nutricional brindada a través del Etiquetado Frontal de cada alimento, no es simple y/o comprensible.

Se evidencia la necesidad e importancia de realizar Educación Alimentaria Nutricional, a fin de enseñar y crear hábitos saludables, que les permitan a las personas incorporar una alimentación saludable por medio de una correcta elección de alimentos. Por ello el rol del nutricionista como educador y articulador entre diferentes áreas, abordando la salud de los individuos en su contexto social, costumbres familiares y la correcta selección de alimentos según la disponibilidad económica para cubrir los requerimientos nutricionales evitando la aparición de trastornos y enfermedades relacionados con la alimentación y nutrición.

Sería aconsejable que este trabajo se repitiera a futuro ampliando la muestra, como así también para conocer la opinión de los consumidores en cuanto al avance del Proyecto de Ley del Rotulado Frontal de alimentos y como este influye en la elección de alimentos. Se destaca la importancia de formular políticas orientadas a mejorar la nutrición y la salud de la población.

---

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

- <sup>1</sup> Espeitx E, Gracia M. La alimentación humana como objeto de estudio para la antropología: posibilidades y limitaciones. Revista Internacional De Ciencias Sociales [serie en Internet] 2012; 19 : 137–152. Disponible en: <https://revistas.um.es/areas/article/view/144821>. Consultado Agosto 10, 2020
- <sup>2</sup> Aguirre P, Katz M, Bruera M. COMER: Una palabra con múltiples sentidos. 6ta ed. Buenos Aires: Libros del Zorzal; 2010. p 13-63.
- <sup>3</sup> Martinez Rincon C, Rodriguez Cisneros A. Influencia de la alimentación en el comportamiento humano a través de la historia. Offarm: farmacia y sociedad [serie en Internet] 2002; 21(7): 80-88. Disponible en: <https://www.elsevier.es/es-revista-offarm-4-articulo-influencia-alimentacion-el-comportamiento-humano-13034832> Consultado Agosto 10, 2020
- <sup>4</sup> Fischler C. Gastro-nomía y gastro-anomía. Sabiduría del cuerpo y crisis biocultural de la alimentación contemporánea. Gazeta de Antropología [Serie en Internet] 2010; 26 (1). Disponible en: [https://www.ugr.es/~pwlac/G26\\_09Claude\\_Fischler.html](https://www.ugr.es/~pwlac/G26_09Claude_Fischler.html) . Consultado Junio 10, 2020
- <sup>5</sup> Velez LF, Gracia B. La selección de los alimentos: una práctica compleja. Revista Colombia Medica [serie en Internet] 2003; 34(2): 92-96. Disponible en: <https://colombiamedica.univalle.edu.co/index.php/comedica/article/view/259> . Consultado Junio 10, 2020
- <sup>6</sup> Dip G. La alimentación: factores determinantes en su elección. Revista de Divulgación Científica Facultad de Ciencias Agrarias – Uncuyo [serie en Internet] 2020; Disponible en: <http://experticia.fca.uncu.edu.ar/numeros-anteriores/n-1-2014/122-la-alimentacion-factores-determinantes-en-su-eleccion> Consultado Junio 10, 2020
- <sup>7</sup> Eufic [página de Internet]; Los factores determinantes de la elección de alimentos. Disponible en: <https://www.eufic.org/es/healthy-living/article/los-factores-determinantes-de-la-eleccion-de-alimentos> Consultado Julio 03, 2020
- <sup>8</sup> Cesni -Centro de estudios sobre nutrición infantil [página de Internet]; De la mesa al plato. Disponible en: <https://cesni-biblioteca.org/archivos/De-la-Mesa.pdf> consultado Junio 10, 2020
- <sup>9</sup> Monferrer Tirado D, Fundamentos de marketing. 1era ed. Castello de la Plana: Publicacions de la Universitat Jaume I. Servei de Comunicació i Publicacions; 2013 Disponible en: <https://archive.org/details/2013FundamentosDeMarketing/page/n1/mode/2up> Consultado Agosto 10, 2020
- <sup>10</sup> Royo Bordonada MA. La alimentación y el consumidor [monografía en internet] Escuela Nacional de Sanidad Madrid, 2013. Disponible en: <http://gesdoc.isciii.es/gesdoccontroller?action=download&id=06/11/2013-9d151ea05e> Consultado Junio 20, 2020

- 
- <sup>11</sup> República Argentina [página de Internet]; Código Alimentario Argentino – Capítulo V. Disponible en: [https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/anmat\\_capitulo\\_v\\_rotulacion\\_14-01-2019.pdf](https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/anmat_capitulo_v_rotulacion_14-01-2019.pdf) Consultado Agosto 20, 2020
- <sup>12</sup> Senasa - Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria [página de internet]; Rotulado. Disponible en: <https://www.argentina.gob.ar/senasa/programas-sanitarios/cadenaanimal/aves/aves-industria/rotulado> . Consultado Agosto 10, 2020
- <sup>13</sup> Facultad de Ciencias Bioquímicas y Farmacéuticas, Universidad Nacional de Rosario. [página de Internet]; Etiquetado Nutricional Frontal de alimentos. Disponible en: [https://www.fbioyf.unr.edu.ar/evirtual/pluginfile.php/174458/mod\\_resource/content/1/INFORME-etiquedato-nutricional-frontal-alimentos%202018.pdf](https://www.fbioyf.unr.edu.ar/evirtual/pluginfile.php/174458/mod_resource/content/1/INFORME-etiquedato-nutricional-frontal-alimentos%202018.pdf) Consultado Septiembre 03, 2020
- <sup>14</sup> Palacios LV, Vivas MF. Influencia del etiquetado nutricional de los alimentos en la decisión de compra del consumidor en Bogotá [tesis]. Bogotá: Colegio de estudios superiores de administración - CESA; 2018. Disponible en: <https://repository.cesa.edu.co/bitstream/handle/10726/2096/TG00930.pdf?sequence=2> Consultado Agosto 10, 2020
- <sup>15</sup> Andrade MJ, Solis A, Rodríguez M, Calderón C, Domínguez D. Semáforo nutricional una ventana hacia el cuidado de la salud en el Ecuador. CienciAmérica: Revista de divulgación científica de la Universidad Tecnológica Indoamérica [Serie en Internet] 2017; 6 (2): 97-100. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6163771>. Consultado Junio 10, 2020
- <sup>16</sup> Organización Panamericana de la Salud [Página de Internet]; Plan de acción para la prevención de la obesidad en la niñez y la adolescencia. Disponible en: <https://www.paho.org/hq/dmdocuments/2015/Obesity-Plan-Of-Action-Child-Spa-2015.pdf> Consultado Agosto 10, 2020
- <sup>17</sup> Organización Mundial de la Salud [Página de Internet]. Informe de la comisión para acabar con la Obesidad Infantil. Disponible en: [http://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/206450/9789243510064\\_spa.pdf;jsessionid=3169053CF7093F688CA55CF299E5D9DD?sequence=1](http://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/206450/9789243510064_spa.pdf;jsessionid=3169053CF7093F688CA55CF299E5D9DD?sequence=1) Consultado Agosto 10, 2020
- <sup>18</sup> Babio N, López L, Salas-Salvado, J. 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 [serie de Internet] 2013; 28(1): 173-181. Disponible en: <http://www.nutricionhospitalaria.com/pdf/6254.pdf> consultado Agosto 10, 2020
- <sup>19</sup> Cabrera de Armas M. La influencia del color en la percepción de saludable de alimentos [tesis]. Montevideo: Facultad de Psicología Universidad de la Republica; 2016. Disponible en: <https://www.colibri.udelar.edu.uy/jspui/handle/20.500.12008/8535> Consultado Septiembre 01, 2020
- <sup>20</sup> Administración Nacional de Medicamentos, Alimentos y Tecnología Médica ANMAT [Página de Internet]. Reglamento técnico Mercosur sobre disposiciones para

---

envases, revestimientos, utensilios, tapas y equipamientos metalicos en contacto con alimentos (derogacion de las RES. GMC N ° 27/93, 48/93 y 30/99)

Disponible en: [http://www.anmat.gov.ar/Legislacion/r\\_gmc\\_46-06.pdf](http://www.anmat.gov.ar/Legislacion/r_gmc_46-06.pdf) Consultado Agosto 10, 2020

<sup>21</sup> Food and Agriculture Organization of the United Nations [Pagina de Internet] Norma general del Codex para el etiquetado de los alimentos preenvasados. CODEX

Disponible en: <http://www.fao.org/docrep/005/y2770s/y2770s02.htm> Consultado Septiembre 1, 2020

<sup>22</sup> Hawley KL, Roberto CA, Bragg MA, Liu PJ, Schwartz MB, Brownell KD. The science on front-of-package food labels. Public Health Nutrition [Serial on the internet] 2012; 16(3): 430-9. Disponible en: [https://www.cambridge.org/core/services/aop-cambridge-core/content/view/093970D4243A355C7652803680420CCD/S1368980012000754a.pdf/science\\_on\\_frontofpackage\\_food\\_labels.pdf](https://www.cambridge.org/core/services/aop-cambridge-core/content/view/093970D4243A355C7652803680420CCD/S1368980012000754a.pdf/science_on_frontofpackage_food_labels.pdf) Consultado Agosto 10, 2020

<sup>23</sup> Fundacion Iberoamericana de Nutricion FINUT [Pagina de Internet]. Perfiles nutricionales: intencionalidad científica versus impacto real en salud publica. Disponible en: [https://www.finut.org/wp-content/uploads/2016/03/Perfiles\\_Nutricionales\\_18032016\\_conPortadas.pdf](https://www.finut.org/wp-content/uploads/2016/03/Perfiles_Nutricionales_18032016_conPortadas.pdf) Consultado Julio 24, 2020

<sup>24</sup> Fundación InterAmericana del Corazón-Argentina [Página de Internet] Publicidad de alimentos no saludables dirigida a niños, Análisis y descripción del marco regulatorio. Disponible en: [http://www.ficargentina.org/wp-content/uploads/2017/11/marco\\_regulatorio\\_publicidad.pdf](http://www.ficargentina.org/wp-content/uploads/2017/11/marco_regulatorio_publicidad.pdf) Consultado Julio 24, 2020

<sup>25</sup> Hodgkins C et al. Understanding how consumers categorise nutritional labels: a consumer derived typology for front-of-pack nutrition labelling. Appetite [serial on the internet] 2012; 59 (3): 806-817. Disponible en: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0195666312002747?via%3Dihub> Consultado Agosto 10, 2020

<sup>26</sup> Honorable Camara de Diputados de la Nacion Argentina [página de Internet]; Proyecto de Ley: Etiquetado frontal de advertencia de alimentos destinados al consume humano. Disponible en: <https://www.hcdn.gob.ar/proyectos/proyecto.jsp?exp=0369-D-2020> Consultado Agosto 20, 2020

## ANEXOS

### Anexo I:

#### Apartado Informativo y Acta de Consentimiento

Influencia de los factores económicos, socioculturales, biológicos y el etiquetado en la decisión de compra de alimentos

Si vivís en el Partido de Vicente López (Provincia de Bs As), tenés entre 20 y 60 años, y decidís las compras de tu hogar, te invitamos a participar de esta encuesta on-line voluntaria y anónima.

El objetivo de la misma será conocer la influencia de factores biológicos, socioculturales y económicos, y etiquetado, en la compra de tus alimentos, que se realiza como trabajo final por las alumnas Vanina Szczygiel y Romina Rospide.

En caso de aceptar, se garantizará su privacidad. Su identidad y resultados del estudio tienen carácter CONFIDENCIAL. Completar la encuesta le llevará alrededor de 10 minutos. Muchas gracias.

### Anexo II:

La entrevista online se realizará ingresando al siguiente link:

<https://forms.gle/bcHpNuFa3YQWEezW9>

#### Preguntas Cuestionario Online

Cuestionario	Opciones	Seleccionar la respuesta
Género	Mujer	
	Hombre	
	Prefiero no responder	
Edad	20-29	
	30-39	
	40-49	
	50-60	
Nivel de estudio	Primaria	
	Secundaria	
	Terciario / Universitario	
De los siguientes factores de elección, ¿Cuál considera el más importante al comprar sus alimentos?	Económico (valor del producto y/o disponibilidad de dinero)	
	Biológicos (sabor/olor/textura)	
	Socioculturales (costumbres familiares, religiosas)	
	Otra:	
	Etiqueta (formato, color, letra, dibujos)	

¿Qué característica prioriza al momento de elegir un producto alimenticio?	Envase/ Packaging/Presentación	
	Composición/ Ingredientes	
	Publicidad/marca	
	Recomendaciones de amigos	
Al momento de seleccionar sus alimentos, ¿lee las etiquetas?	Si	
	No	
	A veces	
¿Considera que el etiquetado de los alimentos es claro y comprensible cuando lo lee?	Si	
	No	
	A veces	
Indique el grupo de alimentos al que le presta más atención al etiquetado. Puede elegir varios grupos.	Lácteos (leches, yogures, quesos)	
	Cereales (fideos, arroz, raviolos)	
	Golosinas (alfajores, chocolates, chupetines, turrone, etc.)	
	Congelados (Hamburguesas, formas de pollo, verduras, etc.)	
	Dulces (mermeladas, dulces compactos, dulce de leche)	
	Conservas (arvejas, atún, choclo, etc)	
	Gaseosas (con o sin azúcar)	
	Galletitas y cereales para el desayuno	
	Snaks (palitos, chicitos, papas fritas, etc.)	
	Embutidos Envasados (salchichas, salamines, lever, etc.)	
¿Conoce los sistemas de advertencia de otros países, sobre los ingredientes que contienen cada uno de los productos? Ejemplos: Ecuador, Chile, México		
	Si	
Teniendo en cuenta la pregunta anterior, si en nuestro país se incorporara algún sistema de advertencia en el etiquetado, ¿Modificaría su elección de compra?	No	
	Si	
	No se	
En qué grupos de alimentos considera que sería útil incorporar un sistema de advertencia en cuanto al contenido de azúcar, grasas o sal? Puede elegir varios grupos.	Lácteos (leches, yogures, quesos)	
	Cereales (fideos, arroz, raviolos)	
	Golosinas (alfajores, chocolates, chupetines, turrone, etc.)	
	Congelados (Hamburguesas, formas de pollo, verduras, etc.)	
	Dulces (mermeladas, dulces compactos, dulce de leche)	
	Conservas (arvejas, atún, choclo, etc)	
	Gaseosas (con o sin azúcar)	
	Galletitas y cereales para el desayuno	
	Snaks (palitos, chicitos, papas fritas, etc.)	
	Embutidos Envasados (salchichas, salamines, lever, etc.)	
¿Está Ud. en conocimiento que en nuestro país se presentó en la	Si	
	No	



---

---

Cámara de Diputados un Proyecto de Ley sobre el Etiquetado Frontal de Advertencia para una alimentación saludable?		
--	--	--