

PERSPECTIVAS EN NUTRICIÓN HUMANA
ISSN 0124-4108

Escuela de Nutrición y Dietética, Universidad de Antioquia, Medellín, Colombia
Vol. 16, N° 2, julio-diciembre de 2014, p. 145-158

Artículo recibido: 10 de marzo de 2014

Aprobado: 26 de julio de 2014

Liliana Amparo López-Cano¹; Sandra Lucía Restrepo-Mesa²;
Secretaría de Salud de Medellín³

Resumen

Antecedentes: el etiquetado nutricional es una herramienta para que los consumidores tomen decisiones respecto a su alimentación, para conservar la salud y prevenir enfermedades. **Objetivos:** describir la asociación entre variables sociodemográficas con la lectura de las etiquetas e identificar la percepción de los compradores en torno al etiquetado nutricional de alimentos. **Metodología:** se utilizó por triangulación de métodos; desde lo cuantitativo, se realizó un estudio descriptivo en una muestra de 384 personas. Desde lo cualitativo, se utilizó la perspectiva de etnografía enfocada; se realizaron 30 entrevistas a compradores de alimentos y 20 observaciones en el momento de la compra. **Resultados:** se encontró asociación ($p < 0,005$) entre variables sociodemográficas, como género, nivel de estudios y ocupación y la lectura de la etiquetado nutricional. Desde el componente cualitativo se resalta cómo los consumidores presentan un bajo nivel de información sobre el etiquetado nutricional y tienen dificultades para interpretarlo. La selección y compra de alimentos no se hace por la información nutricional sino por motivos como tradición y sabor. **Conclusiones:** el desconocimiento sobre el etiquetado nutricional no contribuye al proceso de selección y compra de los alimentos, otros aspectos de tipo personal y cultural determinan la decisión de compra de alimentos.

Palabras clave: etiquetado de alimentos, etiquetado nutricional, información nutricional, educación alimentaria y nutricional.

1 Programa de Extensión. Escuela de Nutrición y Dietética, Universidad de Antioquia. Calle 70 N° 52-21, Medellín, Colombia. lililopezcano@gmail.com

2 Grupo de Investigación Alimentación y Nutrición Humana. Escuela de Nutrición y Dietética, Universidad de Antioquia. Calle 70 N° 52-21, Medellín, Colombia.

3 Secretaría de Salud de Medellín.

Como citar este artículo: López-Cano LA, Restrepo-Mesa SL, Secretaría de Salud de Medellín, Colombia. Etiquetado nutricional, una mirada desde los consumidores de alimentos. *Perspect Nutr Humana*. 2014;16: 145-158.

DOI: 10.17533/udea.penh.v16n2a03

Nutritional labeling, from a consumers viewpoint

Abstract

Background: Nutritional labeling is a consumer's tool when it comes to taking decisions about their nutrition, for the health maintenance and prevention of disease. Objective: to describe the association between sociodemographic variables, upon reading the labels and identify the consumer's perception about nutritional labeling. **Materials and methods:** A triangulation of methods were used; from a quantitative methodology, descriptive study was conducted on a sample of 384 persons. From a qualitative methodology, a focalized ethnography approach was used, 30 interviews were conducted, and 20 observations at the time of the purchasing food. **Results:** An association was found of ($p < 0,005$) between sociodemographic variables such as: gender, educational level, occupation and the lecture of the nutritional label. From a qualitative component, consumers have a low level of information on the nutritional label and the difficulty interpreting it. The selection and purchase of food is not based on a nutritional basis but rather on reasons such as taste or tradition. **Conclusions:** The lack of knowledge about nutritional labeling, does not contribute to the process of selection and purchase of food. Other aspects such as personal and cultural are what determine the purchasing decision of consumers.

Keywords: food labeling, nutritional labeling, nutritional facts, food and nutrition education.

INTRODUCCIÓN

La creciente demanda de productos más saludables y más seguros se ha vuelto especialmente importante para el consumidor, debido a los factores de riesgo asociados con el consumo de ciertos alimentos. Es así como el etiquetado nutricional es una herramienta para ayudar a los consumidores a tomar decisiones acerca de su alimentación, con el fin de conservar la salud y prevenir enfermedades crónicas no transmisibles (ECNT), especialmente las cardiovasculares, la diabetes y el cáncer (1), las cuales son de evolución prolongada, no se resuelven espontáneamente y rara vez alcanzan una cura completa, lo que genera una gran carga social, tanto desde el punto de vista económico como desde la perspectiva de dependencia e incapacidad (2).

En América Latina y el Caribe, las ECNT ocasionan dos de cada tres muertes en la población ge-

neral y cerca de la mitad de las defunciones en personas menores de 70 años (3). En Colombia, de acuerdo con las estadísticas vitales del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), para el año 2009 las ECNT ocuparon el primer lugar entre las principales causas de enfermedad y muerte, sobrepasando incluso las causadas por violencia y accidentes (4). Se estima que su contribución a la carga global de enfermedad aumentará en los próximos años, debido al envejecimiento de la población, la disminución de la actividad física y la transición nutricional (5).

Factores de riesgo como los inadecuados hábitos alimentarios caracterizados por un aumento en el consumo de alimentos de alta densidad calórica y baja calidad nutricional, han generado que en diversas partes del mundo el etiquetado nutricional de los alimentos cobre importancia para la industria alimentaria, los distribuidores de alimentos, los consumidores y los gobiernos, puesto que permite

visibilizar los procesos de producción, transformación, distribución y consumo de alimentos (6).

La reglamentación internacional sobre etiquetado expone que la información nutricional presentada en los envases y empaques de alimentos debe contribuir a que los consumidores hagan una selección informada de los mismos (6). En Colombia, el etiquetado nutricional se rige por el Decreto 333 de 2011 del Ministerio de la Protección Social (7), que establece el reglamento técnico mediante el cual se señalan las condiciones y requisitos que debe cumplir el rotulado o etiquetado nutricional de los alimentos envasados o empacados, nacionales e importados para consumo humano, con el fin de proporcionar información nutricional lo suficientemente clara y comprensible, que no genere confusión y permita efectuar una elección informada.

En España un estudio cualitativo indagó acerca de las percepciones del etiquetado entre productores y consumidores, y encontró que los consumidores valoran la función informativa del etiquetado, pero presentan dificultades para su interpretación y hacen juicios razonados en torno al alimento, no solo por las características de los datos, en términos de formato y terminología empleados, sino por la cantidad y variedad de los mismos (1). En consonancia, otro estudio español, con metodología cuantitativa, concluyó que independientemente de la forma en que se presente la información en las etiquetas de los productos, se observa que los participantes no poseían los conocimientos suficientes para interpretarla y hacer una mejor elección de los productos que compran (8).

Investigaciones realizadas en Argentina, Costa Rica y Ecuador (9) y en México (10) evidenciaron que, independientemente de la forma en que se presente la información en el etiquetado nutricional, la mayoría de los participantes no la revisaban y los que lo hacían manifestaron no comprenderla. En relación con el tema, en el ámbito internacional

y nacional son escasos los estudios encontrados. En nuestro medio, se desconoce en qué medida los consumidores realizan sus elecciones alimentarias en función del etiquetado.

Ante la necesidad de información sobre este aspecto, y por la importancia que tiene el etiquetado nutricional para realizar una selección informada de alimentos saludables, que contribuya a la promoción y mantenimiento de la salud y la prevención de las enfermedades relacionadas con la nutrición, este proyecto tuvo como objetivos describir la asociación entre algunas variables sociodemográficas, con la lectura de la etiqueta nutricional e identificar la percepción de los participantes en torno al etiquetado nutricional, en compradores de alimentos en tiendas y supermercados de las comunas 10, 11, 12, 14 y 16 de los estratos socioeconómicos 4, 5 y 6 de la ciudad de Medellín-Colombia.

MATERIALES Y MÉTODOS

Para el desarrollo de este proyecto se utilizó la triangulación de métodos de investigación (11). Según Vera y Villalón (12), es una herramienta que permite conferir a un estudio complementariedad entre los resultados cuantitativos y cualitativos, con el fin de responder con diferentes alcances y niveles de profundidad a la pregunta de investigación. Desde la investigación cuantitativa se identificaron algunas variables sociodemográficas, de conocimiento y opinión, y desde la investigación cualitativa se buscó reconocer dimensiones o categorías que dialogaran con los datos cuantitativos, para ahondar en la comprensión del fenómeno que se va a investigar.

Desde cada una de las perspectivas metodológicas se precisaron los aspectos por indagar de acuerdo con los objetivos del estudio. La selección de los participantes, las estrategias de recolección de información, el análisis y procesamiento de datos se

Etiquetado nutricional

realizó de manera independiente, para llegar a un momento final de diálogo y complementariedad de los resultados.

Para el desarrollo del componente cuantitativo se realizó un estudio descriptivo y para el componente cualitativo se utilizó la etnografía enfocada; esta metodología permite hacer indagaciones en aspectos precisos, en un corto período de tiempo y en un grupo de personas que comparten características semejantes (13-14). Con la combinación de ambas perspectivas fue posible trascender la información numérica, para construir desde las voces de los participantes y del investigador elementos que aportan a la comprensión de las percepciones de los consumidores en torno al etiquetado nutricional de los alimentos.

Selección de los participantes: en el componente cuantitativo, la población estuvo constituida por aquella que se iba a intervenir en un proyecto realizado por la Secretaría de Salud de Medellín, el cual brindó información general sobre etiquetado nutricional de los alimentos, aproximadamente a 45 mil personas, mayores de 19 años, compradoras de alimentos en tiendas y supermercados de las comunas 10, 11, 12, 14 y 16, de los estratos socioeconómicos 4, 5 y 6 de la ciudad de Medellín. Cabe aclarar que el municipio de Medellín establece seis categorías de nivel socioeconómico, de acuerdo con la ubicación de la vivienda, en la que seis es la más alta. La muestra se calculó con un error del 5%, una confianza del 95% y se tomó como variable de interés la lectura o no del etiquetado nutricional por parte del comprador, se consideró una prevalencia del fenómeno del 50%, lo que arrojó una muestra de 384 personas.

Para el análisis cualitativo, los participantes fueron seleccionados por muestreo intencional (15), de acuerdo con los criterios de inclusión, y se eligieron los casos que aportaron a los objetivos del estudio. Siguiendo los lineamientos de Bertaux (16),

la recolección de los datos se hizo hasta la saturación de la información, se ajustó a las condiciones del contexto y a la dinámica de la realidad objeto de análisis (17). La recolección de la información se hizo por medio de entrevistas semiestructuradas y la observación participante pasiva (18), por ser estrategias que contribuyen al intercambio de ideas, conocimientos y percepciones sobre diversos eventos de la vida cotidiana (19). Se aplicaron un total de 30 entrevistas a compradores de alimentos y 20 observaciones en el momento de la compra en tiendas y supermercados.

Para el desarrollo de ambos componentes se realizó un estudio exploratorio que permitió afinar los instrumentos y la metodología por utilizar. La recolección de la información cuantitativa estuvo a cargo de estudiantes de Nutrición y Dietética previamente capacitados, y la recolección de la información cualitativa estuvo a cargo de un profesional con experiencia en dicha metodología.

Procesamiento y análisis

El análisis de los datos cuantitativos se procesó en el programa SPSS versión 22. La descripción se basó en porcentajes y se utilizó la prueba Chi cuadrado para buscar la asociación entre la lectura del etiquetado nutricional de los alimentos y las variables sociodemográficas de los compradores de alimentos en tiendas y supermercados.

El procesamiento de los datos cualitativos se realizó de forma manual. Inicialmente se hizo una lectura cuidadosa de las entrevistas y observaciones, que generaron códigos, hasta alcanzar categorías y el refinamiento de la comprensión del tema de estudio (20).

Consideraciones éticas

Este proyecto se acogió a las regulaciones internacionales: Declaración de Helsinki (21), Código

de Núremberg (22) y Pautas Éticas Internacionales para la Investigación Biomédica en Seres Humanos (23), y se clasificó en investigación sin riesgo para los participantes, debido a que se emplearon técnicas y métodos que no implicaron intervención o modificación intencional de la realidad social de los participantes, según la Resolución 8430 de 1983 del Ministerio de Salud de Colombia (24). Antes de realizar las entrevistas se informó a cada participante sobre los objetivos de la investigación en forma verbal y escrita, por medio del consentimiento informado.

RESULTADOS DEL COMPONENTE CUANTITATIVO

De los 384 encuestados, 53% eran menores de 40 años y 47% tenían 40 años o más; 61% eran del género femenino, el nivel educativo más frecuente fue el superior (61%), seguido de secundaria completa (32%) y básica primaria (7%) (Tabla 1). Con respecto a la ocupación, 68% de los encuestados se encontraban empleados, en menor porcentaje eran amas de casa (13%) y estudiantes (11%). Los estratos socioeconómicos más frecuentes fueron tres (36%) y cuatro (22%) (Tabla 1). Con respecto a la razón principal para adquirir un alimento, 47% de los encuestados respondió que lo hacía por el sabor o gusto y por tradición, 25% por el precio, mientras solo 16% manifestó que lo consumía por recomendación médica (Tabla 2).

En cuanto a la lectura de las etiquetas de los alimentos, se encontró que menos de la mitad de los encuestados manifestó leerlas (49%), y de estos la mayor proporción afirmó consultar en ellas únicamente la cantidad de calorías y la grasa total (51%). Llama la atención que una proporción muy baja de los encuestados expresó leer la cantidad de sodio del producto y el tamaño de la porción. Solo 1,8% afirmó leer toda la información contenida en la etiqueta (Tabla 2).

Tabla 1. Características sociodemográficas de los encuestados

Características	n	%
Grupos de edad		
< 40 años	203	53
≥ 40 años	181	47
Género		
Masculino	150	39
Femenino	234	61
Nivel educativo		
Primaria	27	7
Secundaria	124	32
Superior	233	61
Ocupación		
No responde	2	1
Desempleado	10	3
Jubilado	22	6
Estudiante	42	11
Ama de casa	48	13
Empleado	260	68
Estrato socioeconómico		
Uno	17	4
Dos	66	17
Tres	138	36
Cuatro	86	22
Cinco	66	17
Seis	11	3

Al realizar el análisis bivariado entre las variables sociodemográficas y la lectura o no del etiquetado nutricional, se encontró asociación estadísticamente significativa con variables como: género ($p < 0,001$), nivel de estudios ($p < 0,001$) y la ocupación ($p < 0,031$) (Tabla 3).

RESULTADOS DEL COMPONENTE CUALITATIVO

Comportamiento en la selección de los alimentos: de acuerdo con los participantes, el

Etiquetado nutricional

Tabla 2. Motivo de compra y opiniones sobre el etiquetado nutricional

Características	n	%
Motivo para comprar un producto		
No opina	6	2
Motivo personal (calidad y por necesidad)	40	10
Recomendación profesional de salud	62	16
Tradición	79	21
Precio	96	25
Sabor o gusto	101	26
¿Lee la información de la etiqueta nutricional?		
Sí	189	49
No	195	51
¿Cuál es la información que lee en la etiqueta?		
Ninguna	192	50
Cantidad de calorías	103	26,8
Grasa total	91	23,7
Colesterol	43	11,2
Carbohidratos	38	9,9
Vitaminas	33	8,6
Sodio	28	7,3
Tamaño de porción	27	7,0
Proteínas	18	4,7
% valor diario	9	2,3
Todas	7	1,8
¿Cómo le pareció la información recibida?		
Confusa	8	2
Completa y clara	376	98
¿Leería la etiqueta nutricional en otro momento?		
No	12	3
Sí	372	97
Según la información recibida, ¿puede influir en la selección de alimentos?		
No	26	7
Sí	358	93

tiempo es un condicionante importante para la selección de los alimentos O7:11¹. Los entrevistados opinaron que la compra la realizaban, en

1 Los códigos utilizados corresponden a: O: Observación, E: Entrevista.

primera instancia, por la necesidad de conseguir los alimentos para la preparación y consumo, y relataron que el proceso de selección de los mismos es rápido, casi mecanizado, como consta en el siguiente testimonio:

Es empezar desde la necesidad, revisar qué es lo que falta en la casa, y comienza la compra por los pasillos donde uno ya sabe que están las cosas, porque casi siempre uno va al mismo supermercado, y compra lo que hace falta, uno merca en media hora, dependiendo de qué tantas cosas se necesite (E23: 23).

Así mismo, se observó que las personas privilegiaban la compra de los alimentos fáciles de preparar o listos para consumir, como sopas de sobre, refrescos, pastas instantáneas y enlatados principalmente, y que las promociones influenciaban de manera importante la selección de los alimentos, en especial cuando se ofrecían productos adicionales o descuentos, situación que cobra fuerza cuando las compras se hacen con niños, debido a que en ellos la publicidad determinaba lo que debe ser consumido:

Cuando los padres o compradores están acompañados de los niños, se observa la adquisición de gaseosas, jugos empacados y diversos tipos de bebidas, estos terminan por ser los preferidos a la hora del mercado (O13: 23).

Además de lo anterior, incentivos como juguetes o *eslogan* que acreditan a un producto un valor agregado, determinaron la selección de la población infantil.

Con respecto al motivo para escoger y comprar un alimento, se encontró que en la mayoría de los casos las principales razones son la tradición y el sabor. Se observó que las personas iban directamente a escoger el producto y expresaron que para la selección se fundamentaron primero en la costumbre (*lo que siempre han comprado*):

Tabla 3. Lectura de la información de la etiqueta nutricional de acuerdo con las características demográficas de los participantes

Características	Lee información de la etiqueta nutricional				Total	p*
	No		Sí			
	n	%	n	%		
Género						
Femenino	102	43,6	132	56,4	234	<0,001
Masculino	93	62,0	57	38,0	150	
Edad						
< 40 años	101	49,8	102	50,2	203	0,670
≥ 40 años	94	51,9	87	48,1	181	
Nivel de estudio						
Primaria	19	70,4	8	29,6	27	<0,001
Secundaria	76	61,3	48	38,7	124	
Superior	100	42,9	133	57,1	233	
Ocupación						
Ama de casa	23	47,9	25	52,1	48	0,031
Desempleado	7	70,0	3	30,0	10	
Empleado	142	54,6	118	45,4	260	
Estudiante	13	31,0	29	69,0	42	
Jubilado	9	40,9	13	59,1	22	
Estrato socioeconómico						
Uno	12	70,6	5	29,4	17	0,110
Dos	40	60,6	26	39,4	66	
Tres	72	52,2	66	47,8	138	
Cuatro	38	44,2	48	55,8	86	
Cinco	29	43,9	37	56,1	66	
Seis	4	36,4	7	63,6	11	

* Prueba de Chi cuadrado

Elijo los productos por sabor y tradición, porque ya llevo determinado tiempo usándolos (E24: 25).

Algunos entrevistados relacionaron la tradición con el sabor y con lo aprendido a comer en su hogar, de acuerdo con la cultura alimentaria de la región:

Yo compro el alimento que me gusta, toda la vida se acostumbra uno a una marca y sigue con ella. El principal motivo es que siempre lo haya com-

prado, porque desde el hogar nos acostumbraron así (E2: 2).

Algunas personas también relataron la fidelidad a determinada marca de alimento, como parte de la tradición:

El principal motivo para comprar un alimento y consumirlo es que le tenga confianza a la marca, por ejemplo, esta marca de productos cárnicos, se

Etiquetado nutricional

conoce de hace tiempo, uno sabe que es de confianza; yo trabajé en una empresa de galletas y sé del cuidado que tienen con el proceso. En cambio otros, me contaron de procedimientos de fabricantes que no utilizan productos de buena calidad. Entonces esa marca uno la desecha. Por eso, uno ya conoce el sabor, el paladar se educa, y uno se acostumbra a ese sabor (E3: 3-4).

En segundo lugar, se encontró que el precio de los alimentos determinó en menor proporción la escogencia y compra de los mismos:

El precio, la economía, entre más barato esté mucho mejor (E8: 9).

Se observó que durante la época de promociones en los establecimientos, principalmente los supermercados, las personas escogieron el producto sin realizar la lectura de la información contenida en el empaque, y sin verificar que realmente estaban a menor precio:

Tuve la oportunidad de presenciar una promoción, en la que había unos productos de panadería con los precios rebajados, en esta los clientes llevaban los productos a ciegas, por el hecho de estar más baratos, no revisaban fechas de vencimiento ni características del producto, y mucho menos la información nutricional (O5: 9).

Por otra parte, algunas personas aclararon que el precio era importante, pero para los productos que no se compraban por tradición, como se evidencia en el siguiente testimonio:

El precio influye, pero más en productos que no son tan tradicionales; ejemplo: el atún siempre es la misma marca así valga más, por el sabor, por la tradición, pero otros, como los dulces, ahí uno sí piensa en el precio. Entonces depende más del producto para pensar en el precio, por ejemplo, hay aceites muy baratos, pero como estamos en la cultura de los alimentos sin grasas trans, uno busca los más saludables, aunque sean más costosos (E23: 23).

Finalmente, con respecto al motivo de compra, pocas personas expresaron que lo hacían por motivos de salud. En algunos casos lo hicieron por recomendación médica y en otros por influencia de la publicidad que promueve estilos de vida saludables:

Yo compro por los logos que tiene el alimento, por ejemplo, los que tienen dibujado un corazón porque es saludable (E28: 27).

Conocimiento, lectura y percepciones del etiquetado nutricional: La mayoría de las personas manifestaron no tener conocimientos relacionados con el etiquetado nutricional:

No conozco qué es la etiqueta, absolutamente nada. Más que todo compro porque en la casa dicen las hijas que el aceite sea de girasol, me guió en eso, en cosas generales (E10: 11).

Por otra parte, hubo personas que manifestaron conocer la etiqueta nutricional, pero al indagar si la leían o no, se encontró que en la mayoría de los casos no lo hacían:

En mi familia, es información a la que no nos remitimos para comprar (E23: 23).

Lo anterior está de acuerdo con lo observado durante el trabajo de campo en diferentes establecimientos, en los cuales se visualizó que las personas no leían las etiquetas de los alimentos, coincidiendo con un proceso de compra muy rápido, en el cual los consumidores llegaron a buscar lo que necesitaban:

El cliente, ni en la elección, ni en la búsqueda del producto, ni en el momento del pago hace el intento de mirar y analizar la información nutricional de los productos que lleva (O5: 9).

También llama la atención que quienes refirieron conocer la etiqueta nutricional, al preguntarles por

los contenidos de la misma, no suministraban información acorde con la contenida en la etiqueta, hacían referencia a otros aspectos, como fecha de vencimiento, ingredientes y marca del producto. Se encontró que el mayor desconocimiento de las personas estuvo en aspectos como el tamaño de la porción y la identificación e interpretación de los porcentajes de nutrientes.

Algunas personas manifestaron conocer e interpretar adecuadamente el etiquetado nutricional, aunque fueron pocas en número, se caracterizaron por padecer alguna enfermedad, especialmente cardiovascular, razón por la cual identificaron en las etiquetas algunos nutrientes o componentes que podrían afectar su estado de salud:

Conozco el significado de la etiqueta nutricional, por ejemplo, no me gusta que tenga demasiado sodio, colesterol. Prefiero que no tenga nada de grasa saturada, que tenga potasio o un porcentaje muy pequeño, pero sobre todo por el sodio, a ese sí le tengo miedo por mi enfermedad de hipertensión, los mismos médicos le dicen a uno que lo evite. Por ejemplo, los enlatados, todos traen sodio, yo me fijo en los que tienen menos cantidad y así los consumo de vez en cuando (E3: 4).

Los aspectos que más interesaron, encontrados en el momento de comprar los alimentos, fueron: cantidad de calorías, colesterol, grasa total y azúcar:

Uno busca y compra lo que le recomiendan para su salud, por ejemplo, si tengo el colesterol alto, lo reviso en los productos que compro (E2: 2).

Referente a la información contenida en las etiquetas, se encontraron aspectos que limitaron su lectura y utilización, como el tamaño reducido de la letra con que se registran los datos:

Es difícil leerla porque la letra es muy pequeña, además uno no entiende esa información nutricional. ¡La tabla es esta!, pero ¿quién lee eso?, nadie que

esté mercado se va a detener a leer esa letra tan pequeña, uno no la visualiza bien (E19: 19).

Aunado a lo anterior, muchas de las personas entrevistadas relataron no confiar en la información suministrada en el etiquetado, ni en los entes gubernamentales encargados de su control:

La mayoría de personas no confiamos en los datos que se muestran en la etiqueta de información nutricional, uno piensa que los productores se inventan esas cifras para que la gente consuma sus productos (E26: 26).

Por otro lado, una minoría de personas tuvo una opinión favorable frente a la información del etiquetado nutricional:

Yo creo en esa información, verifico que sí sean los nutrientes accesibles a lo que yo quiero (E3: 4).

Esta información es muy importante porque uno se da cuenta si un producto tiene azúcar, por ejemplo, hay personas que son diabéticas y no saben que el producto trae azúcar y lo consumen, y eso es fatal, o si uno es alérgico a algún ingrediente que tenga ese producto (E5: 6).

Opinión de la información recibida sobre el etiquetado nutricional

Como se ha referido previamente, los participantes del estudio hicieron parte de un proyecto de intervención realizado por la Secretaría de Salud de Medellín, que ofreció información general sobre el etiquetado nutricional de alimentos. Razón por la cual, en el componente cualitativo del proyecto se consideró pertinente indagar sobre la opinión de la información recibida al respecto y si esta podría influir en la selección de alimentos en futuras compras. Los participantes manifestaron que la información recibida fue clara y oportuna, y expresaron su intención de poner en práctica los conocimientos adquiridos:

La información es muy clara, me parece una excelente campaña conocer qué tiene la etiqueta, para aportar

Etiquetado nutricional

un granito de arena para la prevención de tantas enfermedades que día a día van en aumento (E28:28).

Tenía una idea diferente de lo que era la etiqueta, ahora sé que hay que estar más pendientes de leer su contenido. La información me pareció muy completa, uno cree que se las sabe todas y uno no sabe nada (E15: 15).

Otras personas expresaron la necesidad de seguir recibiendo información sobre el tema, para contribuir con la prevención de las enfermedades:

Realmente es muy interesante saber qué estamos consumiendo por salud, por conocimiento de qué es lo bueno para nuestro organismo y leería en otro momento la etiqueta nutricional, porque ya con esta información uno sabe el riesgo que toma si no lo hace (E5: 7).

Finalmente, desde la perspectiva del investigador y la percepción de los participantes, se evidenció la limitada información de los consumidores sobre el etiquetado nutricional, su uso y la interpretación de los datos presentados en este.

DISCUSIÓN

En este estudio se encontró que el escaso conocimiento sobre el etiquetado nutricional es insuficiente para orientar la adecuada elección de los alimentos empacados o envasados. En la mayoría de los casos, las personas manifestaron no tener ningún conocimiento sobre el etiquetado nutricional. Llama la atención que quienes manifestaron consultarlo, en una gran proporción no revisaban la información nutricional, sino que lo relacionaron con aspectos como: fecha de vencimiento, ingredientes y marca.

Estos resultados fueron similares a los obtenidos en estudios que sugieren que el uso real de la etiqueta durante la compra de alimentos puede ser mucho menor al que suele declararse (8, 25). En

consonancia con un estudio realizado en España por Lozano y colaboradores (1), las personas entrevistadas también resaltaron consultar aspectos como la categoría del producto y su fecha de caducidad, no solo por estar más familiarizados con estos datos, sino porque son los más relevantes para su decisión de compra. Se resalta que el motivo de compra de los alimentos determina la decisión final de leer o no la etiqueta nutricional. En esta investigación se halló que la mayoría de las personas no escogían los alimentos de acuerdo con la información nutricional, los principales motivos en la selección fueron la tradición y el sabor, únicamente una cuarta parte de las personas consideró el precio, esto puede deberse a que la población del estudio pertenecía a los estratos socioeconómicos con mayor posibilidad de acceder a los alimentos, independientemente de su costo.

Se resalta cómo las personas en lo cotidiano tienen un tiempo limitado para realizar la selección y compra de los alimentos, por esta razón prima en la escogencia la tradición, entendida como lo que siempre se compra. También se observó en los consumidores una mayor tendencia a seleccionar productos de preparación rápida, lo que modifica las prácticas alimentarias en la población y contribuye a la búsqueda y compra, cada vez más, de productos empacados y envasados. Según Vélez (26), la escogencia de alimentos está determinada por fenómenos fisiológicos y elementos culturales, por lo que se consumen los productos de acuerdo con el gusto por ciertos sabores y las necesidades de algunos nutrientes. La preferencia por los sabores es en esencia aprendida y se articula con el deseo de obtenerlos, pero depende de la disponibilidad de los alimentos en el mercado y las posibilidades económicas para acceder a su compra.

Cuando prima la tradición y el sabor en la selección de los alimentos, se observa que las personas generan fidelidad y confianza en algunos

productos por su marca, influenciadas, además, por la información publicitaria como elemento de diferenciación del producto; por ello, los consumidores se muestran más atraídos por los estímulos publicitarios y más confiados ante la información que transmiten los fabricantes (1).

Con respecto a la publicidad, esta se encuentra estrechamente relacionada con las etiquetas de los alimentos, porque de una u otra forma las empresas coordinan los mensajes para promover una buena imagen del producto (27). Esta relación con la publicidad, en vez de favorecer la toma de decisiones informadas en cuanto a la planeación de una dieta saludable, confunde en la mayoría de los casos a la población, lo que podría explicar la falta de motivación de la gente para consultar el etiquetado nutricional, al basarse solo en los contenidos publicitarios que, finalmente, benefician a los productores de alimentos en términos de incremento de ventas y no en la transmisión de conocimiento a los consumidores con el fin de aumentar su bienestar, mantenimiento de la salud y prevención de enfermedades (27).

En otros casos, se encontró que las personas que refirieron leer las etiquetas, identificaron solo algunos aspectos generales y nutrientes de riesgo, como la cantidad de calorías, colesterol y grasas. Lo anterior es congruente con los hallazgos de estudios realizados en Europa (8, 28-29) donde el nutriente que despertó mayor interés por su lectura fue el colesterol, lo que demuestra que con frecuencia la lectura de la etiqueta nutricional se realiza para seleccionar alimentos en función de la presencia de alguna enfermedad, en especial en los adultos mayores, y no como medida general para mejorar su nutrición. Llama la atención el bajo porcentaje de personas que consultan el contenido de sodio de los alimentos, teniendo en cuenta su relación con las enfermedades crónicas no transmisibles, principalmente de origen cardiovascular. No hay una adecuada identificación de

todos los nutrientes de riesgo y protectores, que motive a las personas a ahondar en la lectura e interpretación de las etiquetas.

El poco uso y comprensión del etiquetado nutricional estuvo igualmente relacionado con barreras, como la falta de conocimiento del lenguaje técnico para su interpretación y la dificultad para acceder a la información debido al pequeño tamaño de la letra. Lo anterior concuerda con investigaciones realizadas en España y México (8, 10), donde los consumidores señalan las dificultades para acceder a la información. Esto propicia que muchos de los consumidores, al menos durante el acto de compra, no puedan discriminar entre diferentes productos con base en los datos disponibles en el etiquetado.

Sobre este aspecto, cabe destacar que la Confederación de Industrias Agroalimentarias de la Unión Europea (CIAA) (30) ha establecido unos criterios de coherencia en cuanto al diseño y estilo en la presentación de la información a través de sus recomendaciones, para un esquema común de etiquetado nutricional, en el cual se fijan pautas sobre el tamaño en que deben presentarse los datos, para contribuir a un mejor nivel de lectura, efectuado principalmente por las personas mayores. En países de la Unión Europea han prestado especial atención al etiquetado, que consideran una herramienta para visibilizar los procesos de producción, transformación, distribución y consumo de alimentos.

En Colombia existe el Decreto 333 de 2011, del Ministerio de la Protección Social (7), que establece el reglamento técnico a través del cual se señalan las condiciones y requisitos del etiquetado nutricional en alimentos comercializados en envases o empaques. Aunque esta reglamentación busca informar a la población sobre los nutrientes contenidos en el producto, en este estudio se encontró una brecha importante entre la información que tiene el etiquetado nutricional y el uso que el con-

Etiquetado nutricional

sumidor hace de este. Por lo anterior, es necesario implementar programas educativos con estrategias novedosas para brindar a los consumidores herramientas para la lectura e interpretación de las etiquetas nutricionales de los productos, con el fin de realizar una elección de alimentos más saludables y ajustados a las necesidades particulares.

Se reconoce como limitación del estudio el difícil acceso a las personas para ser entrevistadas en el momento de la compra de los alimentos, por motivos de tiempo y seguridad. Como fortaleza, se resalta la triangulación de métodos cuantitativos y cualitativos, por permitir analizar e interpretar los datos a partir de distintas perspectivas, ganando en complejidad analítica, que posibilitó enriquecer y generar un diálogo entre los datos. Teniendo en cuenta la complejidad de los fenómenos sociales, en los que no basta la cuantificación para su comprensión, la complementariedad de métodos debe rescatarse como una posibilidad emergente para la investigación científica, en este sentido la triangulación puede contribuir al desarrollo de nuevas e innovadoras aproximaciones metodológicas.

En este estudio se concluye que los consumidores no tienen suficiente información que les permita hacer un adecuado uso del etiquetado nutricional, razón por la cual este no influye en el proceso de selección y compra de los alimentos. Son otros aspectos de tipo personal y cultural los que determinan la decisión de compra.

Por ello, a pesar de que el etiquetado nutricional pueda reflejar de forma concreta la idoneidad de los alimentos, para que esto tenga un impacto im-

portante en la elección de los mismos y su consumo es necesario promover con más contundencia los programas educativos enfocados a informar y sensibilizar a la población sobre cómo una buena elección de los alimentos puede contribuir al mantenimiento de la salud y la prevención de la enfermedad. Así mismo, son necesarias más investigaciones tendientes a profundizar en aspectos relacionados con el diseño y tamaño de las etiquetas, presentación de la información para ser más comprensible por los consumidores, necesidades de los mismos de acuerdo con los factores de riesgo o los factores protectores relacionados con los alimentos, pero más importante aún, es que de acuerdo con los resultados de las investigaciones se diseñen programas de intervención a los compradores y consumidores que contribuyan a la elección informada de alimentos de acuerdo con el estado nutricional y de salud, la condición fisiológica y características particulares de individuos y grupos de población.

CONFLICTO DE INTERÉS

No se presentó ningún conflicto de interés en el desarrollo del estudio ni en su publicación.

FINANCIACIÓN

Este proyecto se financió con recursos de la Secretaría de Salud de Medellín, 2013-2014, fue desarrollado por el Programa de Extensión y asesorado por Sandra Lucía Restrepo-Mesa profesora de la Escuela de Nutrición y Dietética de la Universidad de Antioquia.

Referencias

1. Lozano C, Gómez B, Luque E, Moreno M. Percepciones del etiquetado alimentario entre productores y consumidores. Proyecto I+D (CSO2010-22074-C03-02). La comida invisible. Representaciones sociales de los sistemas alimentarios: causas,

consecuencias y transformaciones. Madrid: Ministerio de Ciencia e Innovación y Fondos FEDER; 2010. [citado agosto de 2013]. Disponible en: <http://www.fes-web.org/uploads/files/modules/congress/11/papers/1882.pdf>

2. McKenna M, Taylor W, Marks J, Koplan J. Current issues and challenges in chronic disease control. In: Brownson R, Remington P, Davis J, eds. *Chronic disease epidemiology and control*. Washington: American Public Health Association; 1998.
3. OPS, OMS. *Salud en las Américas*. Washington; 2007. [citado noviembre de 2013]. Publicación científica N° 622. Disponible en: <http://iah.iec.pa.gov.br/iah/fulltext/pc/monografias/opas/saludvll/intro2.pdf>
4. Robledo R, Escobar F. Las enfermedades crónicas no transmisibles en Colombia. *Bol Observatorio Salud*. 2010;3:1-9.
5. Fleischer NL, Roux AV, Hubbard AE. Inequalities in body mass index and smoking behavior in 70 countries: evidence for a social transition in chronic disease risk. *Am J Epidemiol*. 2012;175:167-76.
6. Babio N, López L, Salas 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. *Nutr Hosp*. 2013;28:173-81.
7. Colombia. Ministerio de la Protección Social. Resolución 333 de 2011. Bogotá; 2011. [citado agosto de 2013]. Disponible en: <http://goo.gl/2hXAa1>
8. Loria V, Pérez A, Fernández M, Villarino D, Rodríguez L, Zurita L, et al. Análisis de las encuestas sobre etiquetado nutricional realizadas en el Hospital La Paz de Madrid durante la 9ª edición del Día Nacional de la Nutrición. *Nutr Hosp*. 2011;26:97-106.
9. Sánchez G, Peña L, Varea S, Mogrovejo P, Goetschel ML, Montero-Campos MA, et al. Conocimientos, percepciones y comportamientos relacionados con el consumo de sal, la salud y el etiquetado nutricional en Argentina, Costa Rica y Ecuador. *Rev Panam Salud Pública*. 2012;32:259-64.
10. De la Cruz-Góngora V, Villalpando S, Rodríguez-Oliveros G, Castillo-García M, Mundo-Rosas V, Meneses-Navarro S. Uso y comprensión del etiquetado nutrimental posterior de los alimentos pre-empaquetados en una muestra de consumidores mexicanos. *Salud Pública Mex* 2012;54:158-66.
11. Patton M. *Qualitative research and evaluation methods*. 3 ed. Thousand Oaks (CA): Sage; 2002.
12. Vera A, Villalón M. La triangulación entre métodos cuantitativos y cualitativos en el proceso de investigación. *Cienc Trab*. 2005;7:85-7.
13. Morse JM. *Asuntos críticos en los métodos de investigación cualitativa*. Medellín: Universidad de Antioquia; 2003.
14. Boyle J. *Estilos de etnografía*. En: Morse JM, editor. *Asuntos críticos en los métodos de investigación cualitativa*. Medellín: Universidad de Antioquia; 2003. p.185-214.
15. Pardo de Vélez G, Cedeño Collazos M. *El muestreo en pocas palabras*. Bogotá: Mc Graw Hill; 1997.
16. Bertaux D. *El enfoque biográfico: su validez metodológica, sus potencialidades*. Historia oral e historias de vida. Costa Rica: FLACSO; 1988. p.65. Cuadernos de Ciencias Sociales N°18.
17. Galeano Marín ME. *Diseño de proyectos en la investigación cualitativa*. Medellín: Fondo Editorial Universidad Eafit; 2004.
18. Valles MS. *Técnicas cualitativas de investigación social: reflexión metodológica y práctica profesional*. Madrid: Síntesis; 1997.
19. Bonilla E, Rodríguez P. *La investigación en ciencias sociales. El proceso de investigación cualitativa: más allá del dilema de los métodos*. Bogotá: Universidad de los Andes, Centro de estudio de Desarrollo Económico; 1995.
20. Taylor SJ, Bogdan R. *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*. Barcelona: Paidós; 1992.
21. Asociación Médica Mundial. *Declaración de Helsinki*. [citado agosto de 2013]. Disponible en: <http://www.bioetica.uchile.cl/doc/helsinki.htm>

Etiquetado nutricional

22. Tribunal Internacional de Nuremberg. Código Nuremberg 1946. [citado agosto de 2013]. Disponible en: <http://www.bioetica.uchile.cl/doc/nurem.htm>
23. Consejo de Organizaciones Internacionales de las Ciencias Médicas. (CIOMS). Pautas éticas internacionales. [citado agosto de 2013]. Disponible en: <http://www.bioetica.uchile.cl/pautas/pautas.htm>
24. Colombia. Ministerio de Salud. Resolución 8430 de 1983. [citado agosto de 2013]. Disponible en: http://www.dib.unal.edu.co/promocion/etica_res_8430_1993.pdf
25. Cowburn G, Stockley L. Consumer understanding and use of nutrition labelling: a systematic review. *Public Health Nutr.* 2005;8:21-8.
26. Vélez L, Gracia B. La selección de los alimentos: una práctica compleja. *Colomb Med.* 2003;34:92-6.
27. González Santana S, Romero González J, Tamer Salcido M, Guerra JA. Un estudio del etiquetado nutricional. *Culcyt.* 2012;47:39-52.
28. Van Kleef E, Van Trijp H, Paeps F, Fernández-Celemín L. Consumer preferences for front-of-pack calories labelling. *Public Health Nutr.* 2008;11:203-13.
29. Salas Salvadó J, Rubio MA, Barbany M, Moreno B. Consenso SEEDO 2007 para la evaluación del sobrepeso y la obesidad y el establecimiento de criterios de intervención terapéutica. *Med Clin.* 2007;128:184-96.
30. Observatorio del Consumo y Distribución Alimentaria (OCDA). Etiquetado de productos. Madrid: Ministerio de Medio Ambiente, Medio Rural y Marino; 2006. [citado noviembre de 2013]. Disponible en: http://www.mapa.es/alimentacion/pags/consumo/observatorio/pdf/monograficos/etiquetado_06.pdf