

Explorar el uso de una tecnología no destructiva y su efecto hacia el consumo y la compra de alimentos saludables en los hogares.

Petjon Ballco, Tiziana de Magistris

Financiado: Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades (RTI-2018-096883-R-C44) ‘Análisis de la adopción de tecnologías no destructivas y uso del etiquetado nutricional preciso por parte del consumidor’.



Financiado por la
Unión Europea
NextGenerationEU



Plan de Recuperación,
Transformación y Resiliencia



Introduction

- Teorías del comportamiento del consumidor asumen que durante la compra de alimentos los consumidores observan visualmente a toda la información del producto y la tienen en cuenta a la hora de comprar (Frenqvist and Ekelund, 2014).



- Pero, estudios recientes demuestran que los consumidores toman decisiones de elección en pocos segundos y pueden no prestar atención a toda la información disponible en los envases de alimentos (Ballco et al., 2020; van Loo et al., 2015).



Objetivo

Teniendo en cuenta esta literatura nos surgen las siguientes preguntas:

- ¿Cuál es el propósito de la información nutricional como las declaraciones nutricionales (DN) en los envases de alimentos, cuando no se observan por los consumidores?
- ¿Considerarán los consumidores las declaraciones nutricionales si las mostramos constantemente?
- ¿Aumentará la compra y el consumo de alimentos saludables con DN en los hogares si nos aseguramos que los consumidores observan la información nutricional del producto?



Metodología

Experimento con consumidores

Donde: Zaragoza – España

Cuando: 2021

Producto de referencia: Jamón curado – Bajo en sal (su versión saludable).

Participantes: 34 hogares – 72 participantes, 18 años, consumen jamón curado, no restricción dietética.

Incentivo económico: 100 EUR/Hogar



Metodología

Experimento – Tres etapas

Experimento	
Eta	<p>Medir la compra actual de jamón curado en los hogares sin utilizar el escáner de alimentos.</p> <p>Tarea 1: Encuesta (E1) sobre frecuencias de compra y consumo, el interés hacia una alimentación sana, conocimientos nutricionales objetivos y subjetivos.</p> <p>Tarea 2: Anotar la compra y el consumo de jamón curado en el hogar.</p>



Metodología

Experimento – Tres etapas

Experimento

Etapa 2 (10 días)

Medir la compra y el consumo de jamón curado utilizando el escáner de alimentos

Tarea 1: Registrar la compra de Jamón curado (como el corte de la pieza, la cantidad, el precio, y la presencia/no de DNs).

Tarea 2: Escanear la porción de jamón curado antes de cada consumo y observar y leer la información nutricional que contiene el producto.



Metodología

Experimento – Tres etapas

Experimento	
Etapas 3 (10 días)	<p>Medir la compra de jamón curado después de utilizar el escáner de alimentos</p> <p>Tarea 1: Registrar la compra y el consumo de Jamón curado (como el corte de la pieza, la cantidad, el precio, y la presencia o no de las declaraciones nutricionales).</p> <p>Tarea 2: Encuesta (E2) sobre frecuencias de compra y consumo, interés hacia una alimentación sana, conocimientos nutricionales objetivos y subjetivos.</p>



Metodologia

Experimento – Implementacion

- A cada participante en el hogar se le entrego:
 - Un pendrive USB con las instrucciones en vídeo del experimento para cada etapa.



0. Bienvenida al estudio.mp4



1. Instrucciones para el periodo 1.mp4



2. Instrucciones para el periodo 2.mp4



3. Instrucciones para el periodo 3.mp4



Metodologia

Experimento – Implementacion

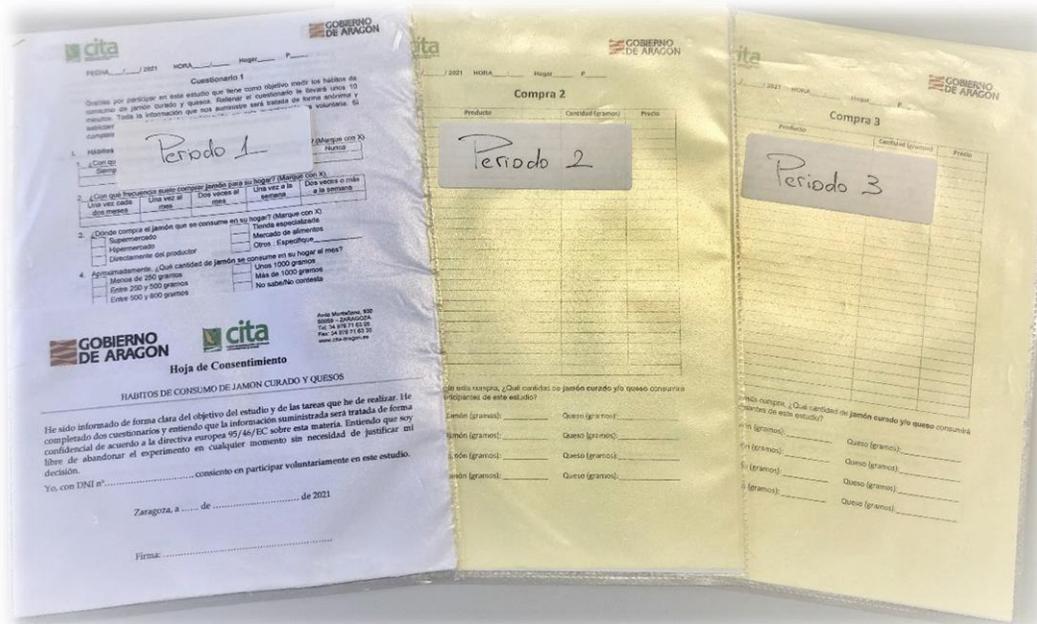
- Un teléfono móvil y un escáner de alimentos.



Metodologia

Experimento – Implementacion

- Una carpeta con el material del experimento para cada etapa.



Metodología

HYPOTHESIS



Hipótesis: Preferencias declaradas en E1 = sean iguales con las preferencias declaradas en E2.

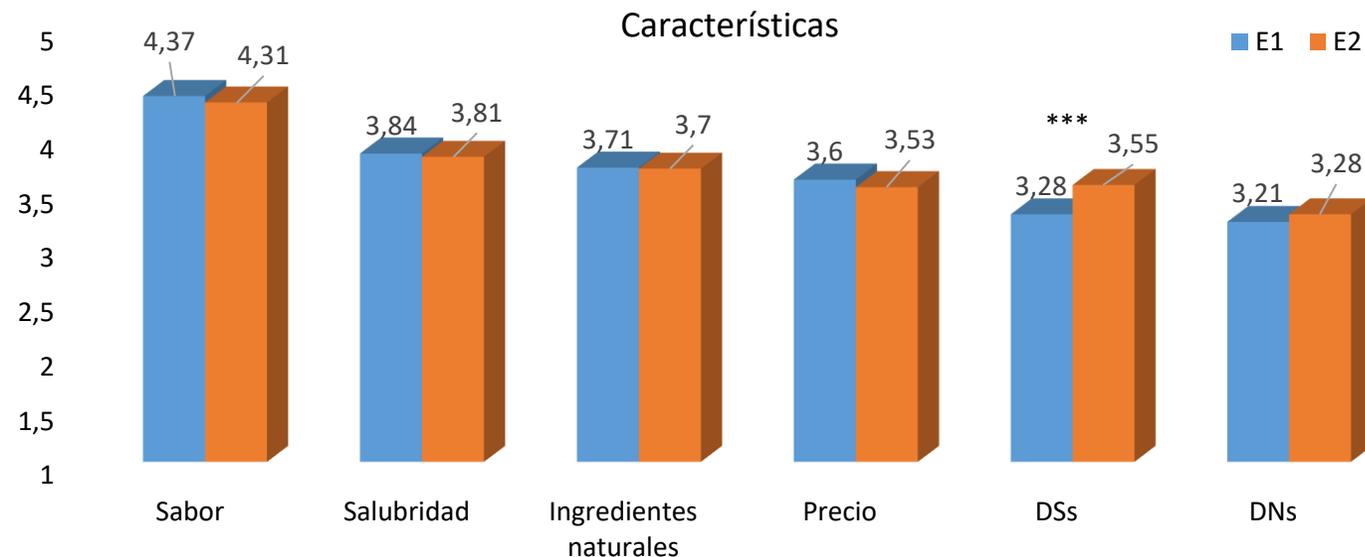
- E1 = Encuesta 1 de la etapa 1 – antes de utilizar el escáner de alimentos.
- E2 = Encuesta 2 de la etapa 3 – después de utilizar el escáner de alimentos.

Rechazando la hipótesis sugiere que asegurando de que la información nutricional de un producto sea observada aumenta la posibilidad de una compra y consumo de alimentos más saludables.



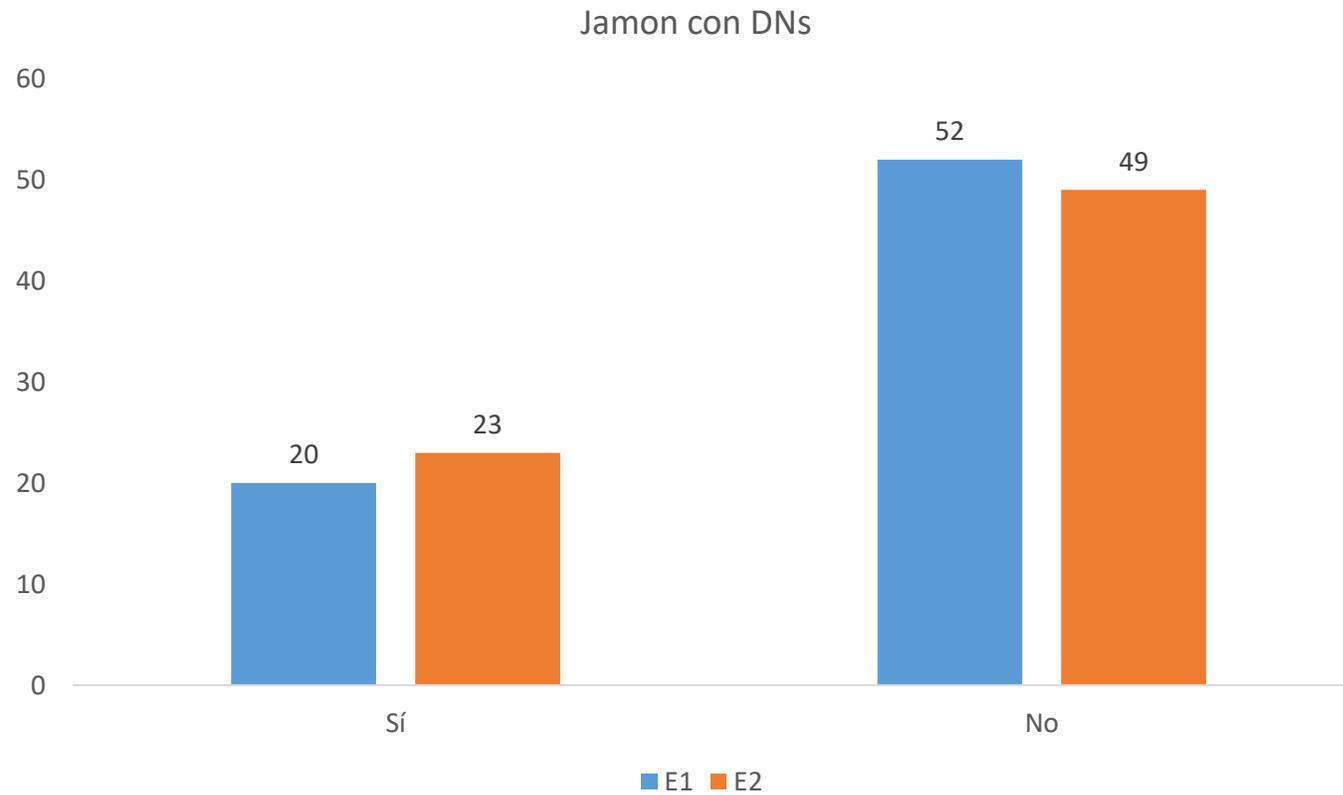
Resultados

- Resultados preliminares entre E1 y E2:
 - **Frecuencia de compra:** Los participantes compran jamón curado *dos veces al mes*.
 - **Establecimiento:** La mayoría compra el jamón en los supermercados (n=60).
 - **Consumo (cantidad):** La mayoría consume entre *250-500 gr/mes* (n=25), y *500-800 gr/mes* (n=23).
 - **Características importantes durante la compra de jamón:**



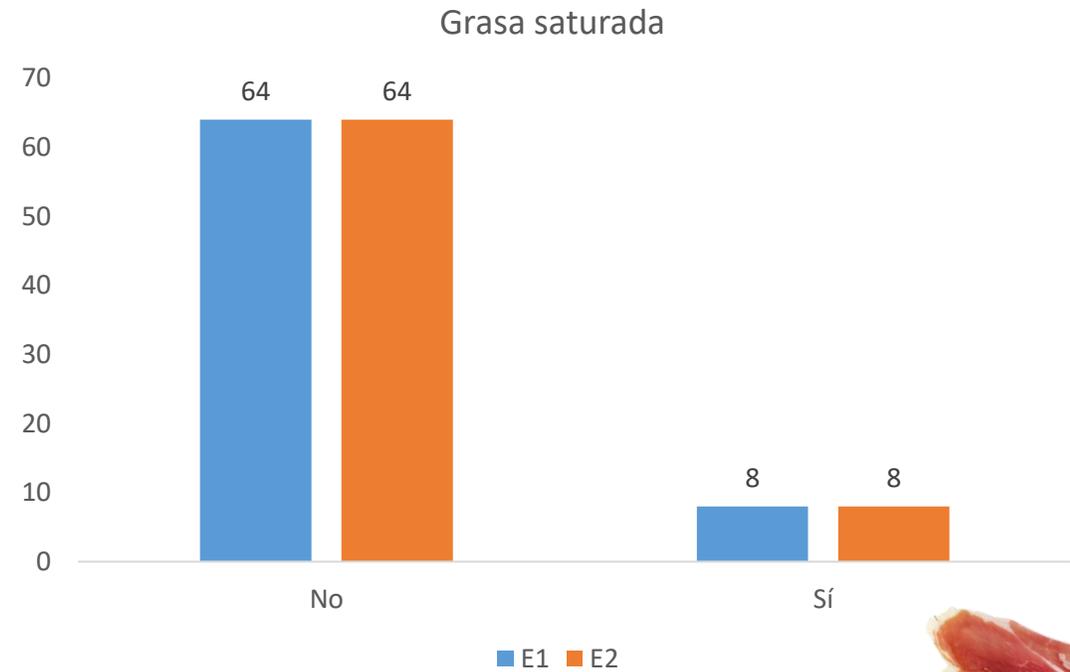
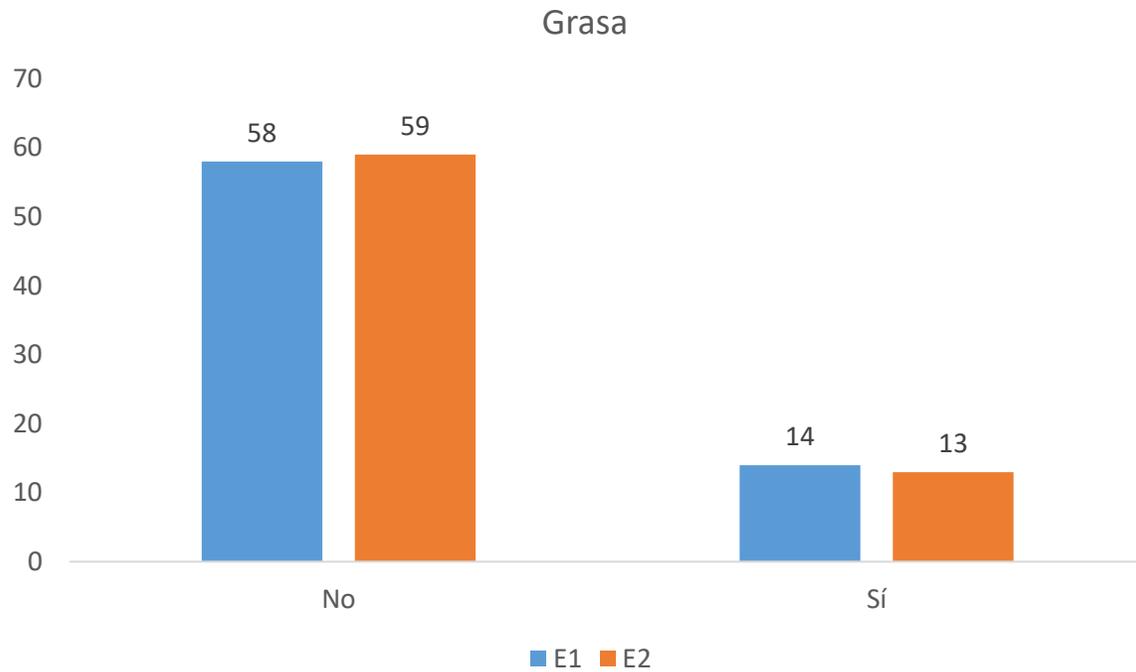
Resultados

- **Compra de jamón curado con DNs:**



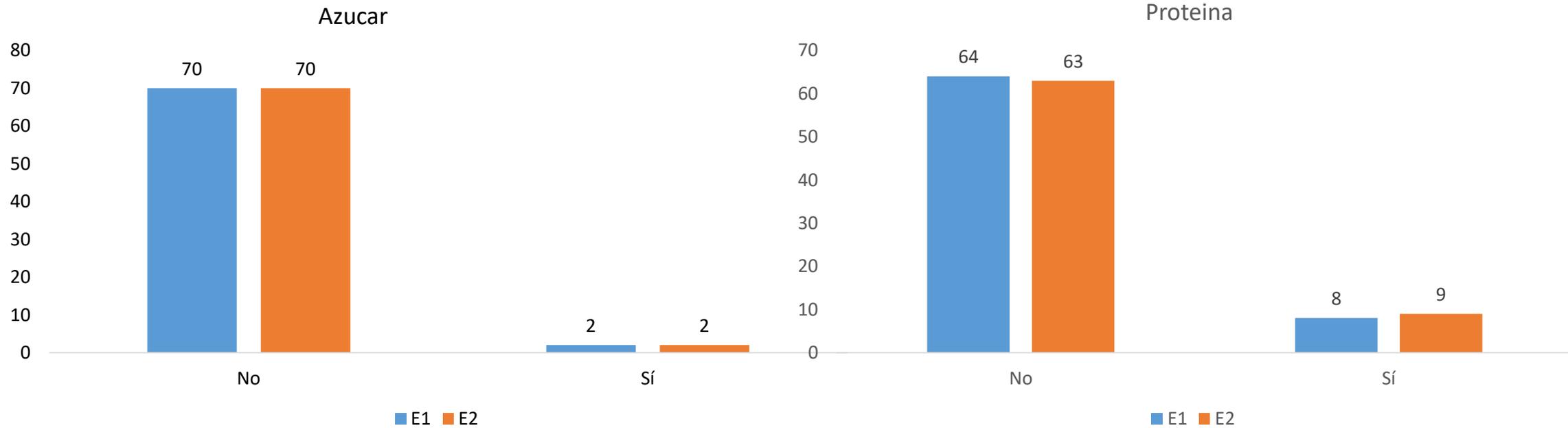
Resultados

- ¿Con que tipo de DNs compra su jamón curado?



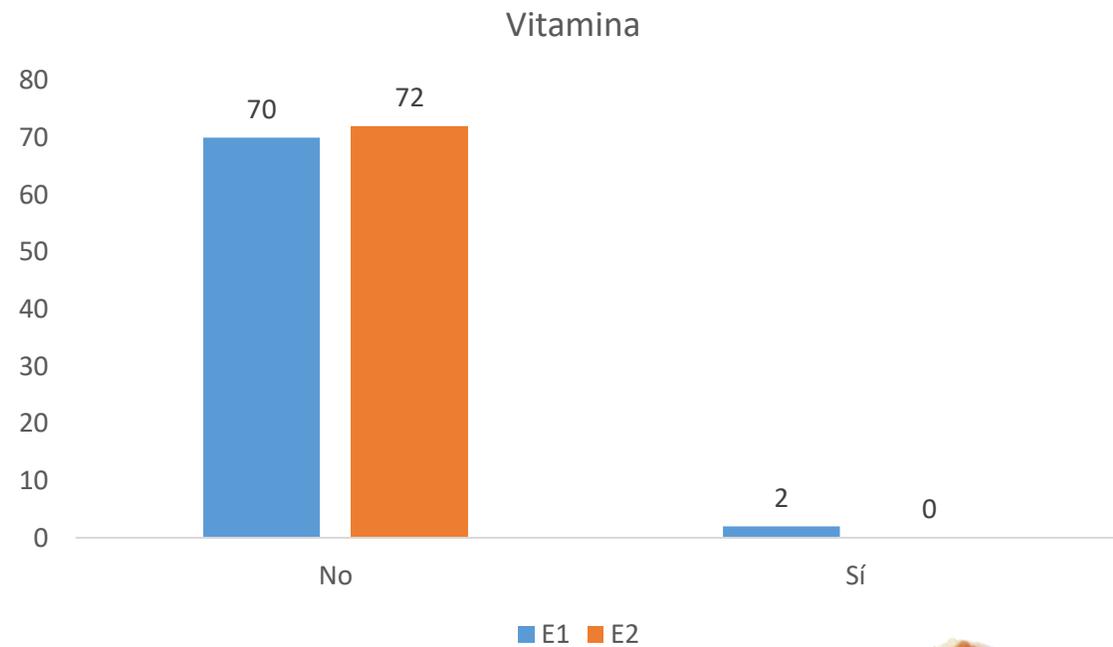
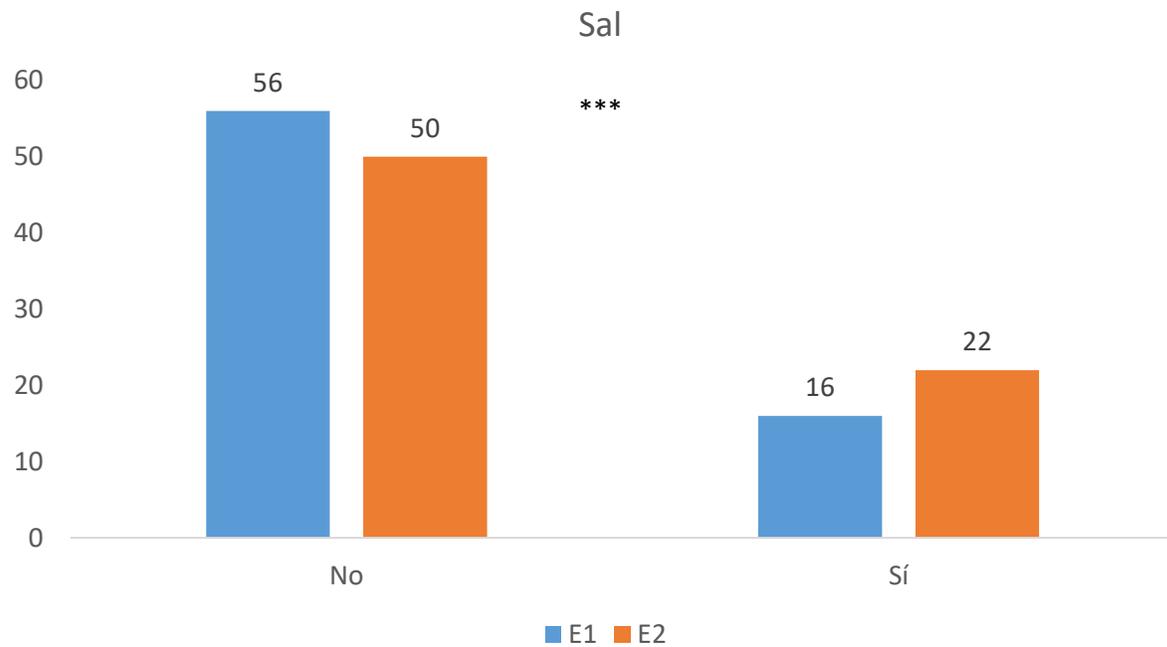
Resultados

- ¿Con que tipo de DNs compra su jamón curado?



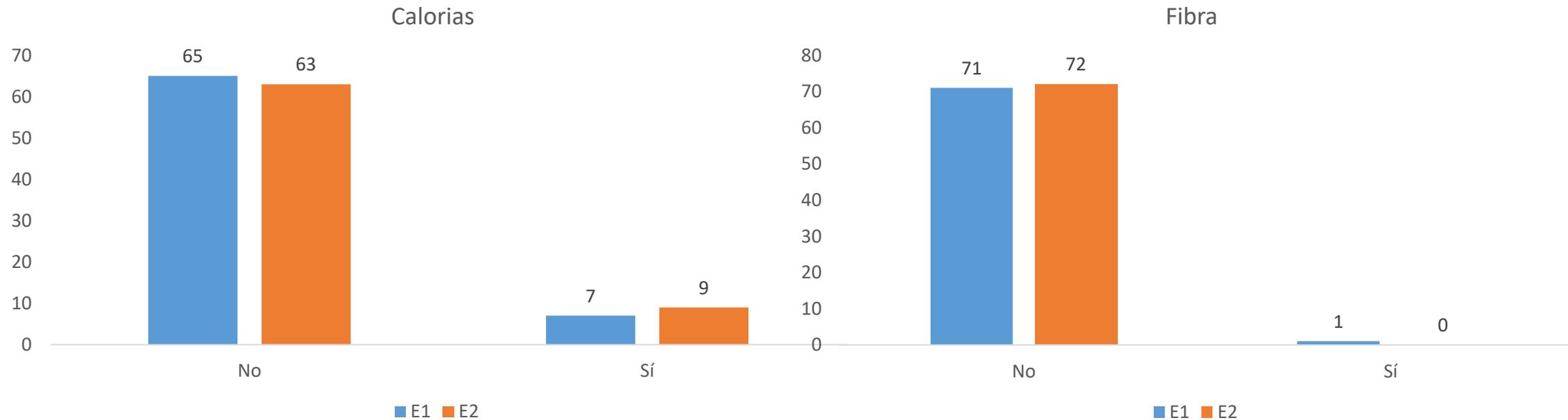
Resultados

- ¿Con que tipo de DNs compra su jamón curado?



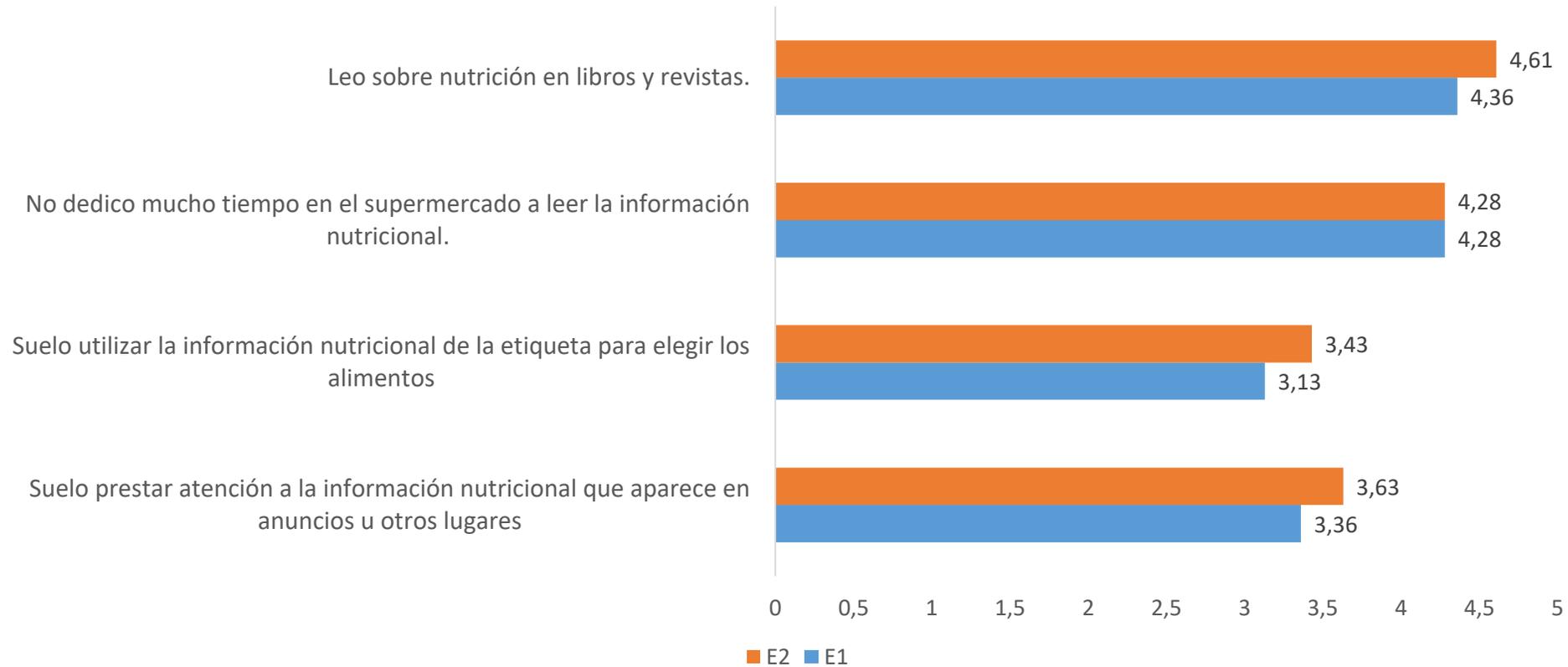
Resultados

- ¿Con que tipo de DNs compra su jamón curado?



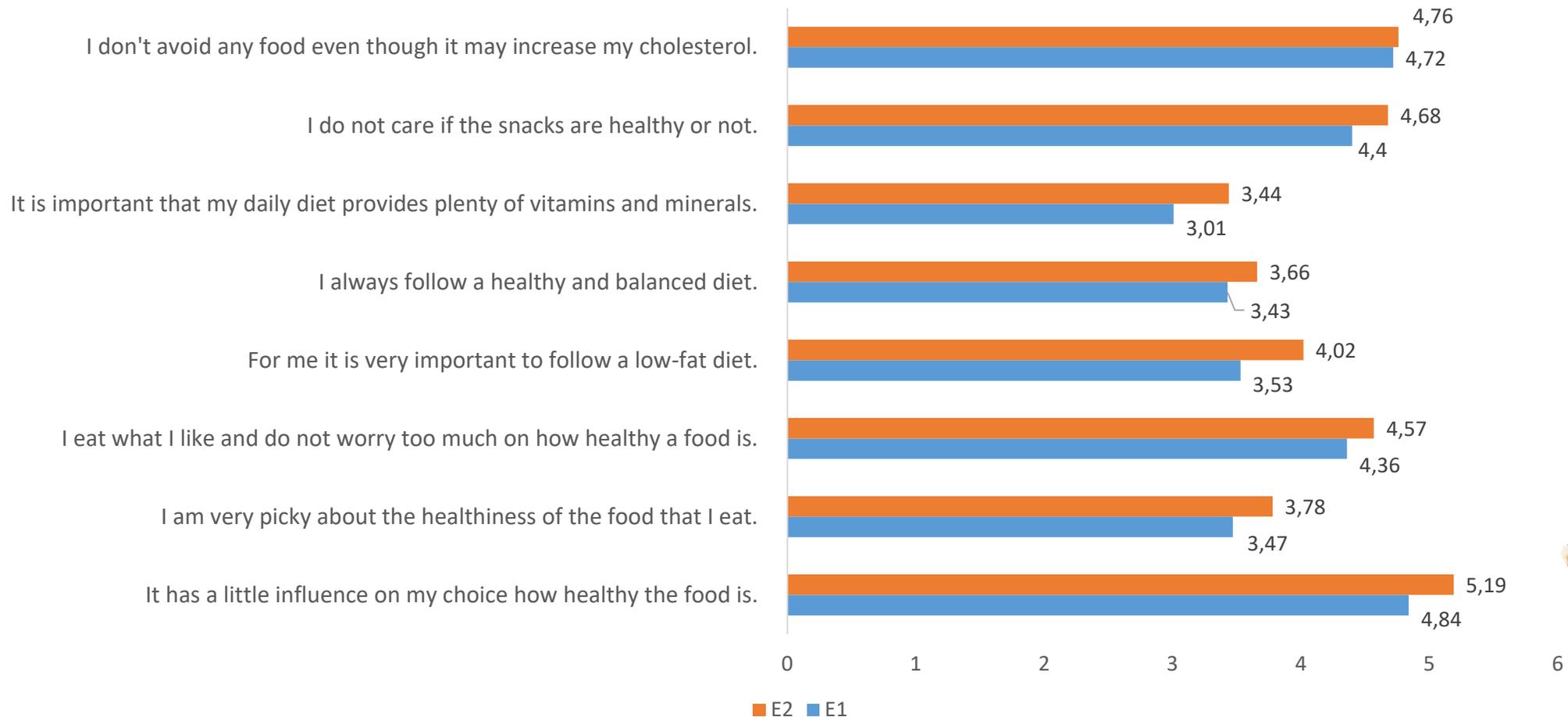
Resultados

- **Interés general hacia una alimentación saludable.**



Resultados

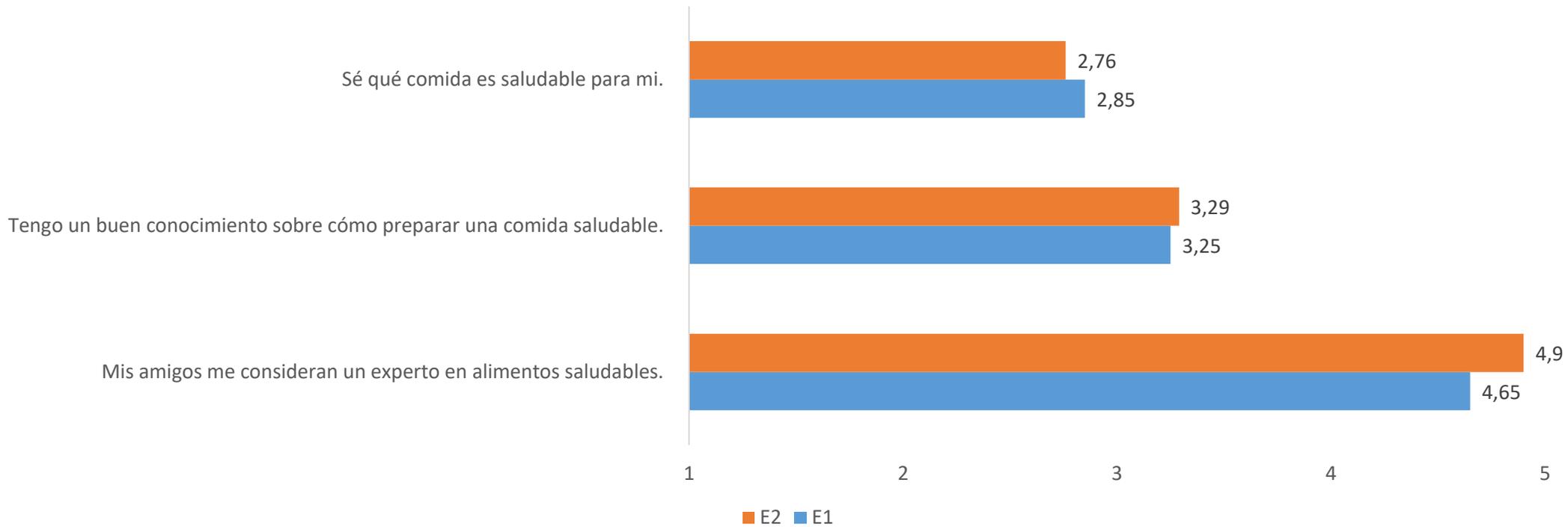
- **Interés general hacia una alimentación saludable.**



Resultados

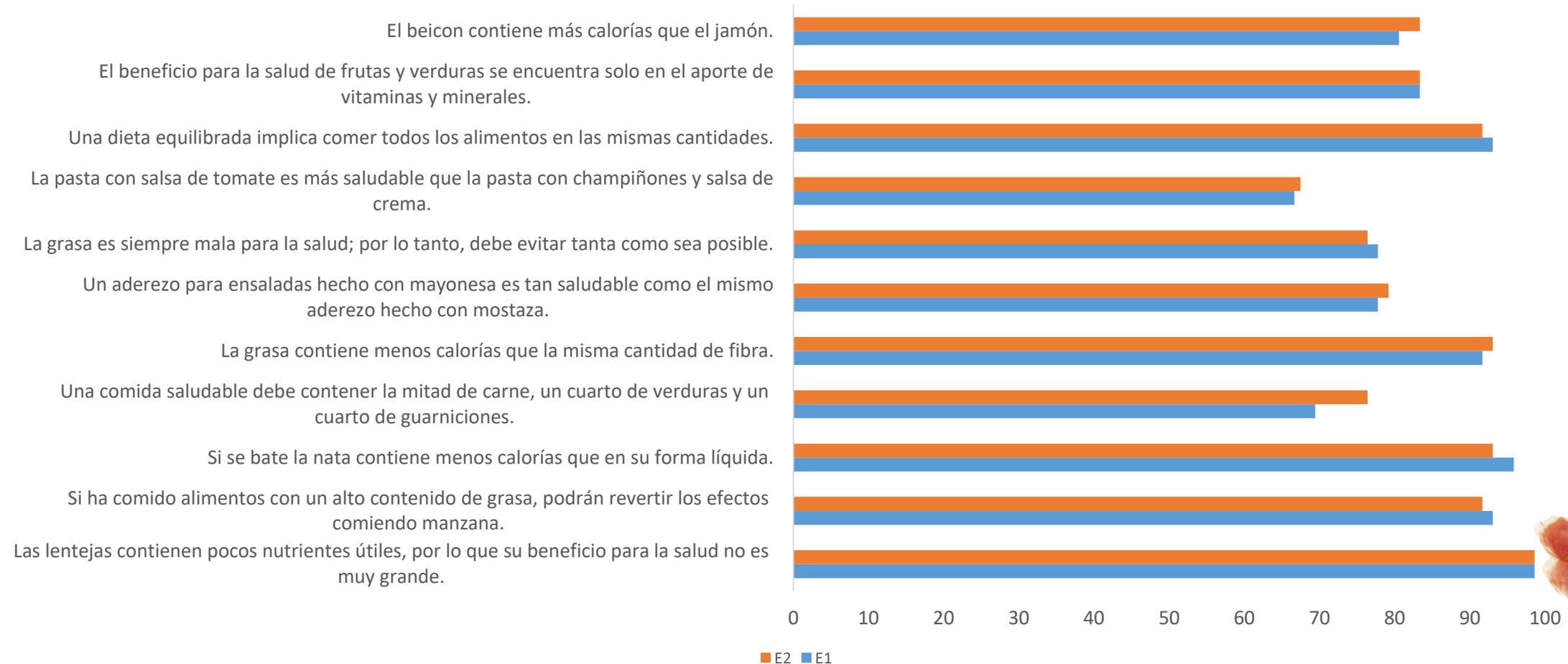
- **Conocimiento nutricional subjetivo.**

Conocimiento nutricional subjetivo



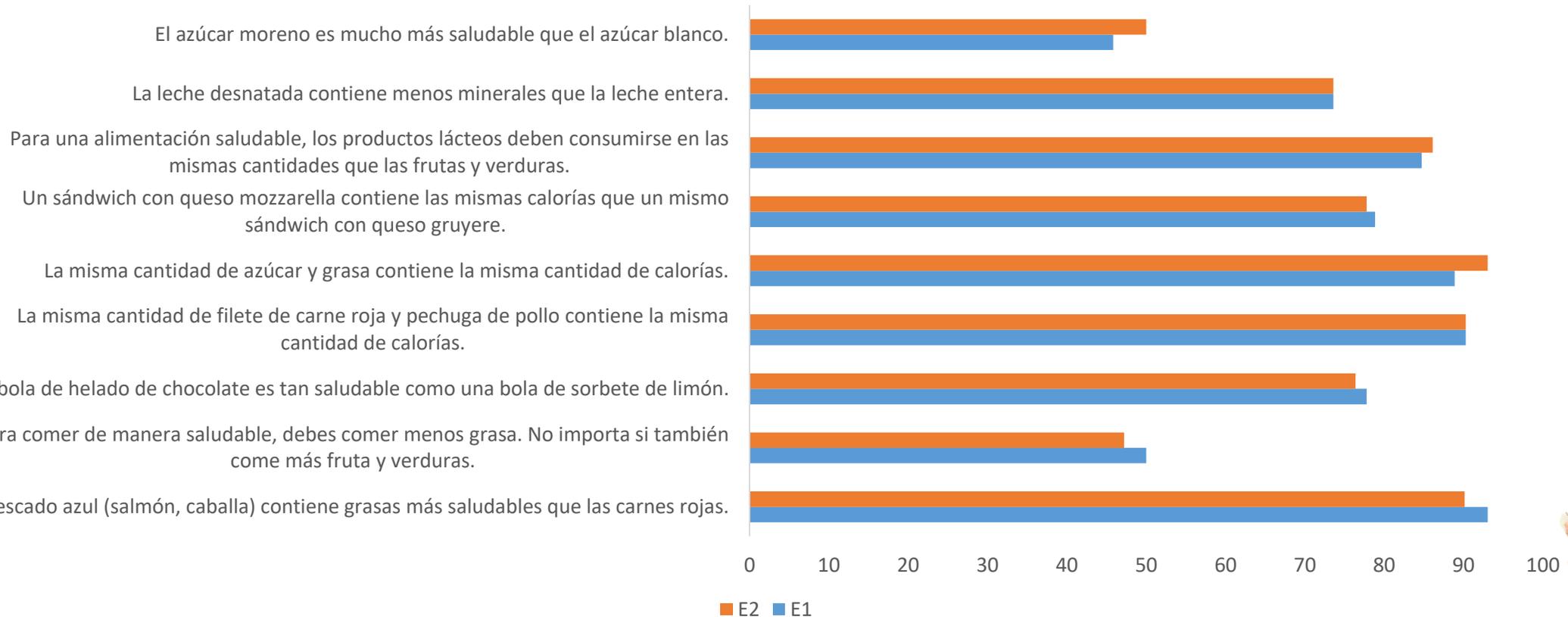
Resultados

- **Conocimiento nutricional objetivo.**



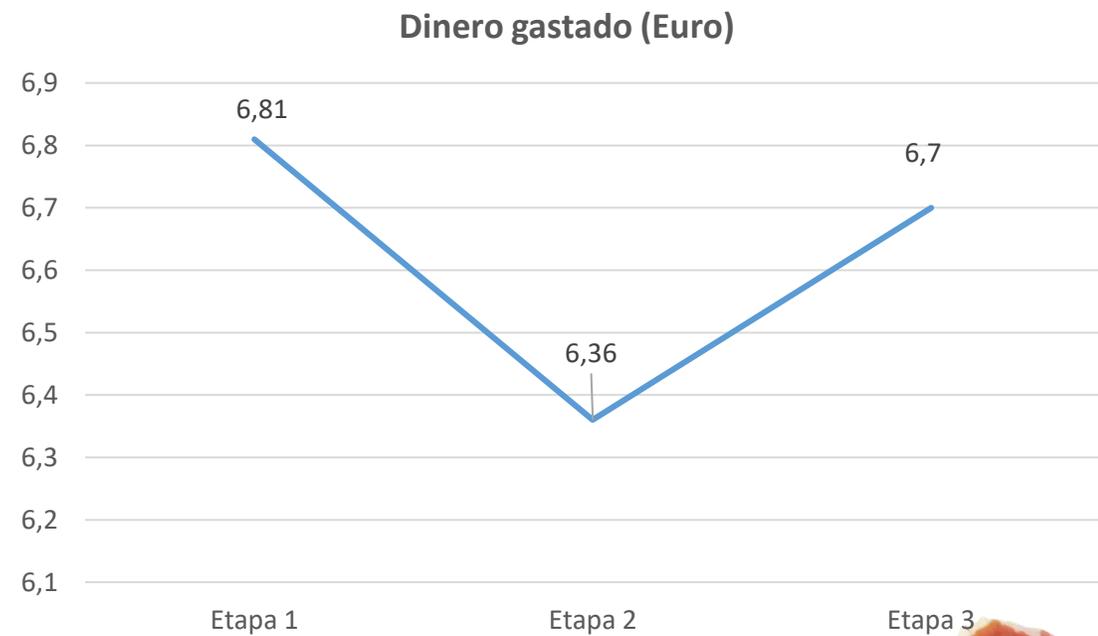
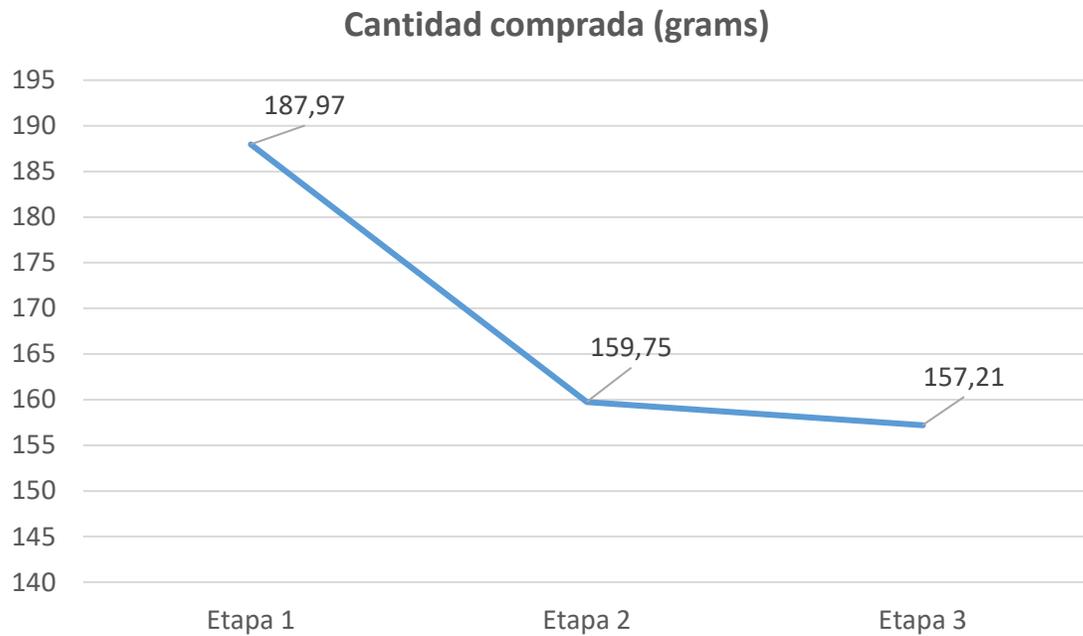
Resultados

- **Conocimiento nutricional objetivo.**



Resultados

- Cantidad comprada y dinero gastado (medias):



Discusiones

- **Los resultados preliminares rechazan la hipótesis:**
 - La importancia hacia la compra del producto con DSs aumenta ($t= - 2.45$, $p= 0.009$).
 - La compra de jamón curado bajo en sal aumenta ($t= -1.93$, $p=0.028$).



Conclusions

- Los resultados confirman que los consumidores no observan a toda la información del producto a la hora de comprar alimentos.
- Hacerles observar la información nutricional aumenta el interés hacia la información saludable de un alimento.
- Hacerles observen la información nutricional dirige a la compra de alternativas de productos más saludables.
- Estos conocimientos sugieren que el uso del escáner de alimentos puede ayudar a los consumidores a comprar y consumir alimentos más saludables.





pballco@unizar.es
tmagistris@cita-aragon.es

Gracias por su
atención!

