

LECTURA Y COMPRENSIÓN DE LA INFORMACIÓN NUTRICIONAL DE LAS ETIQUETAS Y DESARROLLO DE MÉTODOS ALTERNATIVOS

Mar Giró-Candanedo y Luís Guerrero

13 de septiembre de 2022, Monells

Uno de los objetivos del **proyecto RETOS CCLabel**, en el que se enmarca este estudio, es desarrollar sistemas de comunicación más efectivos de la información nutricional y de las alegaciones de los productos alimentarios.



MINISTERIO
DE CIENCIA, INNOVACIÓN
Y UNIVERSIDADES

INTERÉS

- ✓ La dieta tiene un importante efecto en la salud de las personas.



- ✓ La ingesta de determinados compuestos (sal, grasas, azúcares, ...) puede tener un efecto diferente en cada persona



INTERÉS



- ✓ El etiquetado de los alimentos, al estar físicamente asociado al producto, es una buena herramienta para transmitir la información.



FOOD INDUSTRY



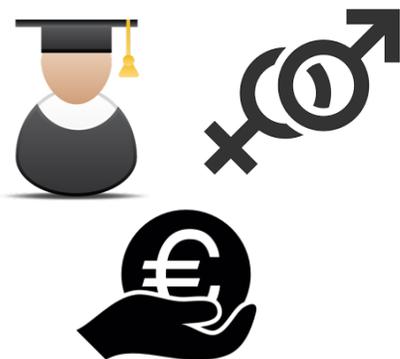
CONSUMER

Pero.....

- ☹ Pueden generar confusión.
- ☹ La información contenida puede ser poco precisa.
- ☹ Su interpretación puede resultar difícil.

ANTECEDENTES

Características sociodemográficas y conocimiento nutricional



Cierto efecto sobre la **comprensión** y la utilización del etiquetado nutricional.



La falta de comprensión
Principal razón por la que los consumidores no utilizan las etiquetas nutricionales de los alimentos.

Para desarrollar sistema de comunicación más efectivo es necesario contar con un conocimiento exhaustivo del consumidor en relación con su comportamiento frente al etiquetado de los alimentos.



OBJETIVO

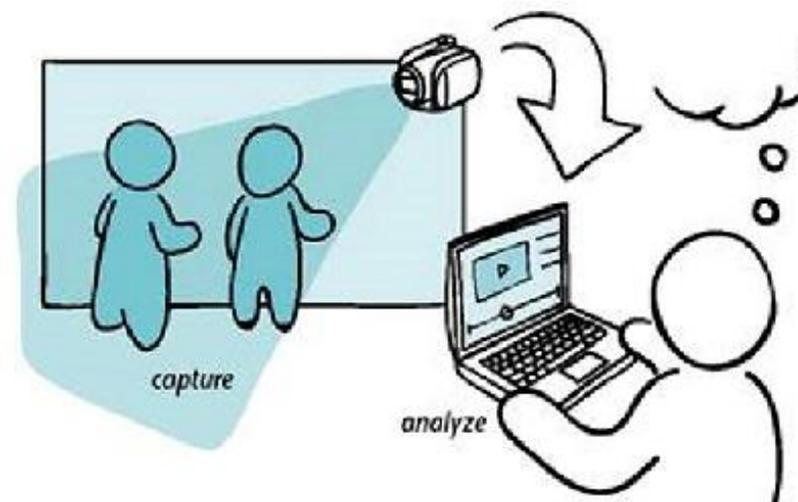
Evaluar las razones de los consumidores españoles para leer (o no leer) la información nutricional, su conocimiento nutricional, la percepción y comprensión de la información de la etiqueta nutricional, y el posible impacto de la dieta en todos estos.

Estudios relacionados en el marco del proyecto CCLabel

EVALUACIÓN AUTO REPORTADA



ESTUDIO ETNOGRÁFICO



A) EVALUACIÓN AUTO REPORTADA

METODOLOGIA SEGUIDA

Desarrollo de una encuesta a partir de escalas validadas para evaluar

Conocimiento nutricional

Actitud hacia las etiquetas
de los alimentos

Razones para no leer la
información nutricional

Food Choice Questionnaire

Importancia percibida de la
información nutricional

Comportamiento de
lectura de las etiquetas

A) EVALUACIÓN AUTO REPORTADA

METODOLOGIA SEGUIDA

Encuesta en línea (n=400)

- ✓ Residentes en las diferentes comunidades autónomas del Estado Español.
- ✓ Responsables de la compra de alimentos.
- ✓ Edad: entre **16 y 64 años**.



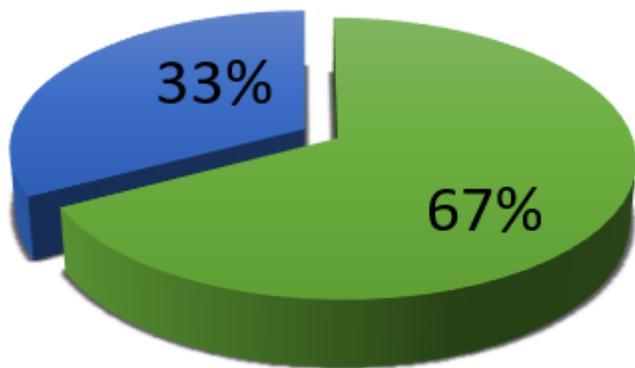
Encuesta presencial (n=100)

- ✓ Residentes en Cataluña.
- ✓ Responsables de la compra de alimentos.
- ✓ Edad: mayores de **65 años**.



A) EVALUACIÓN AUTO REPORTADA

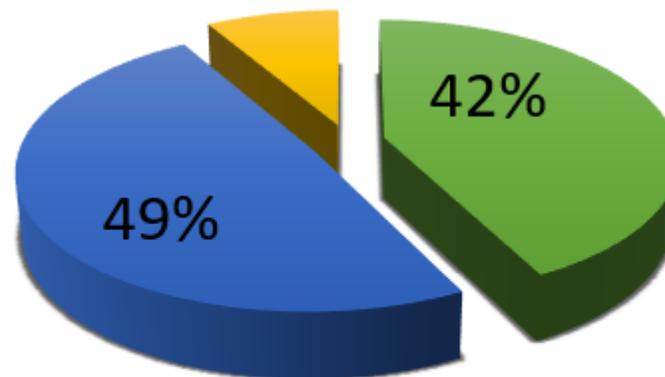
RESULTADOS OBTENIDOS



■ Sí ■ No



9%



■ Alto ■ Intermedio ■ Bajo

A) EVALUACIÓN AUTO REPORTADA

RESULTADOS OBTENIDOS

Los **patrones dietéticos**, el **conocimiento nutricional** y las **características sociodemográficas** influyen fuertemente en el uso de la etiqueta.



Seguir una **dieta** aumenta el conocimiento nutricional de los consumidores españoles, así como el uso de las etiquetas nutricionales, aunque esta relación causa-efecto podría invertirse.

Debido a las restricciones alimentarias que siguen, están más acostumbrados a leer las etiquetas, están más familiarizados y las entienden mejor



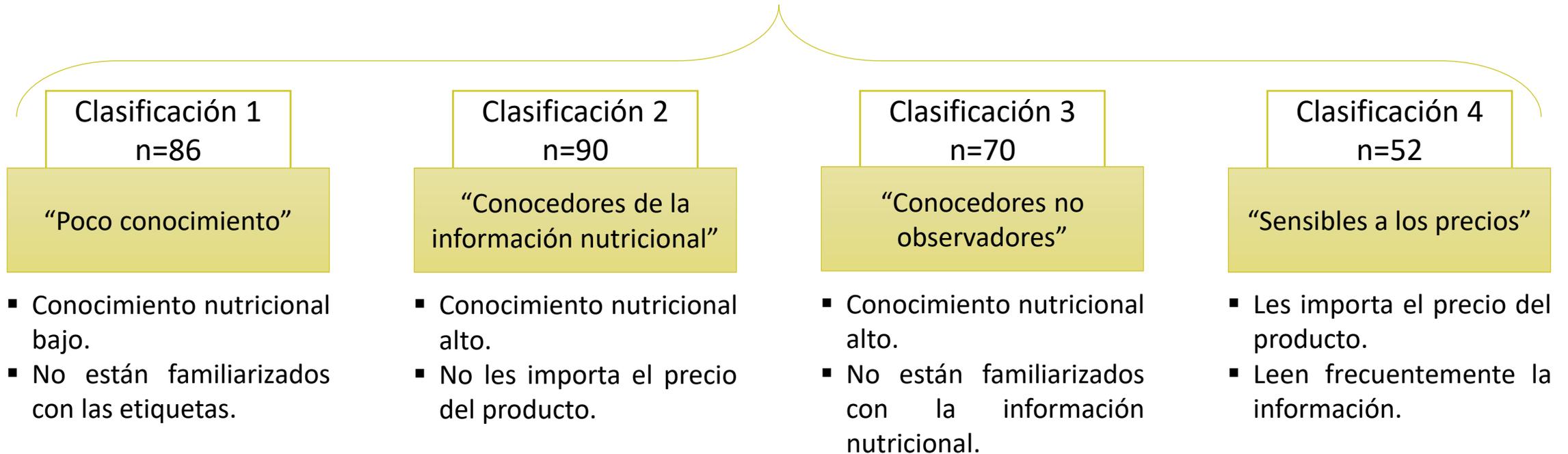
Más **formación académica** = más lectura de las etiquetas

Un bajo nivel de estudios se asocia con menor concienciación sobre el efecto de la dieta en la salud

A) EVALUACIÓN AUTO REPORTADA

RESULTADOS OBTENIDOS

PERFILES DE LOS PARTICIPANTES QUE SIGUEN UNA DIETA



A) EVALUACIÓN AUTO REPORTADA

RESULTADOS OBTENIDOS

PERFILES DE LOS PARTICIPANTES QUE NO SIGUEN UNA DIETA

Clasificación 1
n=57

“Desinteresados”

- Conocimiento nutricional bajo.
- No muestran interés por el impacto de ciertos nutrientes.

Clasificación 2
n=60

“Interesados”

- Etiquetas difíciles de entender.
- Leer la información nutricional requiere mucho tiempo.

Clasificación 2
n=58

“Informados”

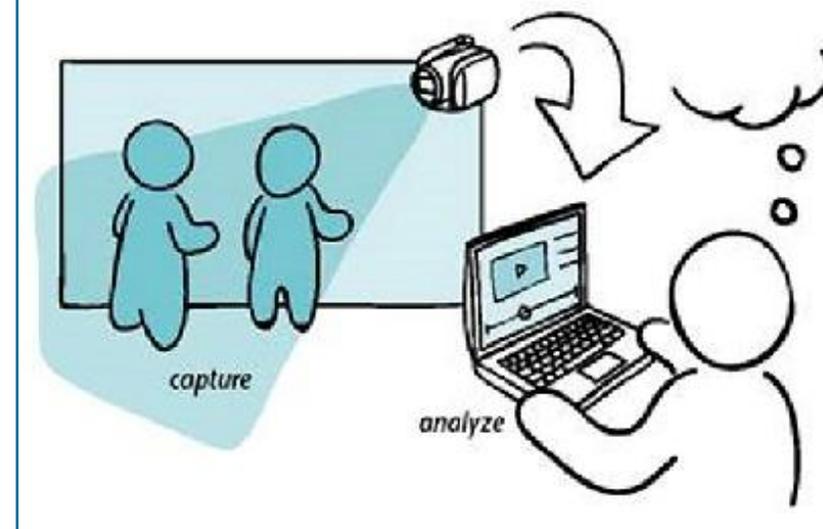
- Conocimiento nutricional alto.
- Creen que entienden la información nutricional.
- Leen frecuentemente la información.

Estudios relacionados en el marco del proyecto CCLabel

EVALUACIÓN AUTO REPORTADA



ESTUDIO ETNOGRÁFICO



LA ETNOGRAFÍA

ETNOGRAFÍA

proviene del griego “*ethnos*”
pueblo o cultura

proviene de “*grapho*”
“escribir”

- ✓ Método de investigación cualitativa para describir e interpretar la cultura de diversos grupos humanos o comunidades.
- ✓ Proporciona una comprensión cultural de los individuos a través de actividades compartidas como cocinar, comprar y comer.
- ✓ Permite capturar los significados que las personas atribuyen a esas acciones.

LA ETNOGRAFÍA Y LOS CONSUMIDORES

Permite...

- ✓ Comprender las motivaciones de los consumidores.
- ✓ Construir estrategias de comunicación más eficientes.
- ✓ Encontrar razones para el uso de ciertos comportamientos o prácticas.
- ✓ Comprender los significados culturales que los consumidores proporcionan a ciertas marcas o productos.

Revela lo que los consumidores realmente hacen, en lugar de lo que dicen que hacen

B) ESTUDIO ETNOGRÁFICO

METODOLOGIA SEGUIDA

Explorar **el comportamiento real** de los consumidores en cuanto a lectura, comprensión y conocimiento nutricional de la información proporcionada en las etiquetas de los alimentos.



EN UN CONTEXTO REAL



B) ESTUDIO ETNOGRÁFICO

METODOLOGIA SEGUIDA

Participantes (n=20):

- Edad comprendida entre 18 – 70 años.
- Responsables de la compra de alimentos.



B) ESTUDIO ETNOGRÁFICO

METODOLOGIA SEGUIDA

CONTEXTO REAL



EN EL SUPERMERCADO

Observación no participativa



EN CASA

Observación participativa moderada
+
Cuestionario estructurado



B) ESTUDIO ETNOGRÁFICO

RESULTADOS OBTENIDOS



EN EL SUPERMERCADO

NO LECTURA ETIQUETA
NUTRICIONAL

PRECIO

LISTADO DE
INGREDIENTES

MARCA BLANCA
VS
MARCA CONOCIDA

ORIGEN

FECHA DE CADUCIDAD

EN CASA

NO LECTURA ETIQUETA
NUTRICIONAL

MEJORA DEL
ETIQUETADO

POCA SAL

ADITIVOS

ACEITE DE OLIVA
VS
ACEITE DE GIRASOL



RESULTADOS OBTENIDOS

❖ Lectura de la etiqueta nutricional...

Un **29%** leyeron la etiqueta nutricional

Un **71%** no leyó la etiqueta nutricional en ningún momento

❖ En general...

El hecho de tener una alergia o una intolerancia no implica necesariamente la lectura de las etiquetas

Los medios de comunicación tienen una elevada influencia sobre los participantes a la hora de escoger un producto determinado frente al resto

Creen que hay una falta de conocimiento en cuanto al etiquetado de los alimentos y que sería conveniente educar a la población en este sentido

CONCLUSIÓN

Para desarrollar un sistema de comunicación de la información nutricional más efectivo habría que implicar a consumidores con perfiles muy diversos en el proceso de diseño del etiquetado de los alimentos.



Article

Use and Understanding of Nutrition Labels: Impact of Diet Attachment

Mar Giró-Candanedo , Anna Claret, Elena Fulladosa and Luis Guerrero * 

IRTA Food Quality and Technology, Finca Camps i Armet s/n, 17121 Monells, Spain; mar.giro@irta.cat (M.G.-C.); anna.claret@irta.cat (A.C.); elena.fulladosa@irta.cat (E.F.)

* Correspondence: lluis.guerrero@irta.cat; Tel.: +34-972-630-052

Abstract: Food labels may have an important function in communicating nutrition information and have considerable potential to influence food choice and dietary behavior. Therefore, the aim of this study was to evaluate Spanish consumers' reasons for reading or not reading nutrition information, their nutrition knowledge, perception and understanding of nutrition label information, and the possible impact of following a diet on all these. A 74-item questionnaire was developed to assess nutrition knowledge, attitude toward food labels, reasons for never reading nutrition information, food choice, the perceived importance of nutrition facts, and label-reading behavior. The results indicated that dietary patterns, nutrition knowledge, and sociodemographic characteristics strongly influenced label use. Based on the participants' beliefs, four segments were identified for those who followed a diet and three segments for those who did not. Our study suggests that following a diet increases Spanish consumers' nutrition knowledge as well as their use of nutrition labels, although this cause-effect relationship could be reversed. Nonetheless, further studies would be necessary to clarify the causal direction.

Keywords: dietary habits; food labeling; consumer behavior; nutrition information; Spanish population



Giró-Candanedo, M.; Claret, A.; Fulladosa, E.; Guerrero, L. Use and Understanding of Nutrition Labels: Impact of Diet Attachment. *Foods* **2022**, *11*, 1918. doi: [10.3390/foods11131918](https://doi.org/10.3390/foods11131918)



Generalitat de Catalunya
Government of Catalonia

IRTA^R

**Institute
of Agrifood Research
and Technology**