



**UNIVERSIDAD DE ESPECIALIDADES
ESPÍRITU SANTO**

FACULTAD DE COMUNICACIÓN

TEMA

**ETIQUETADO SEMÁFORO Y SU IMPACTO EN EL
COMPORTAMIENTO DE LAS PERSONAS QUE COMPRAN
BEBIDAS GASEOSAS EN LOS SUPERMERCADOS DE
GUAYAQUIL**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE
LICENCIADO EN PUBLICIDAD**

AUTOR

ANDRÉS FRANCISCO CABRERA LEÓN

TUTOR

JOSÉ DANIEL SANTIBAÑEZ

SAMBORONDÓN, ABRIL DEL 2016

RESUMEN

Con finalidad de hacer frente a los altos índices de sobrepeso y obesidad de la población el 25 de agosto de 2014 entró en vigencia el Reglamento Sanitario Sustitutivo de Etiquetado de Alimentos Procesados para el Consumo Humano. Esta normativa permitió implementar el etiquetado semáforo el cual es un sistema gráfico con barras de colores verde, amarillo y rojo que advierte al consumidor si el producto es bajo, medio o alto, en su contenido de azúcar, grasa, y sal. El objetivo de esta investigación es analizar el impacto que ha tenido el etiquetado semáforo en el comportamiento de las personas que compran bebidas gaseosas en los supermercados de Guayaquil. La metodología es de tipo bibliográfica y de campo. Los resultados de la encuesta arrojó que entre las principales acciones que han tomado las personas con respecto a las bebidas gaseosas luego de la aparición del etiquetado semáforo se encuentran las siguientes: el 29% compra menos, el 12% comprar bebidas gaseosas light, el 6% compra otro producto con menos azúcar y el 47% no ha tomado ninguna acción. La anterior situación se debe a las grandes campañas publicitarias que hacen las marcas para persuadir a las personas a seguir consumiendo sus productos, a los malos hábitos alimenticios que los padres de familia inculcan a sus hijos y a los componentes adictivos de algunas bebidas gaseosas.

INTRODUCCIÓN

Según la Encuesta Nacional de Salud y Nutrición 2011-2013, en el Ecuador se ha incrementado el índice de sobrepeso y obesidad en la población. De acuerdo a esta encuesta, 3 de cada 10 niños (as) y 6 de cada 10 adultos tienen sobrepeso y obesidad.

El Viceministro de Salud, Miguel Malo, expresó que los datos determinados por la Encuesta Nacional de Salud y Nutrición son graves, ya que el sobrepeso y la obesidad constituyen factores de riesgo de enfermedades como hipertensión, diabetes y cáncer. Malo afirmó que el 80% de las enfermedades cardiovasculares, entre ellas la hipertensión, el 90% de la diabetes tipo II y el 30% de cáncer de mamas, colon y pulmón, son prevenibles con una dieta adecuada, 30 minutos de actividad física al día y sin fumar (Agencia Pública de Noticias del Ecuador, 2013, <http://www.andes.info.ec>).

Para hacer frente a los índices de sobrepeso y obesidad, el Gobierno Nacional del Presidente Rafael Correa Delgado implementó la semaforización de los productos para el consumo humano por medio del Reglamento Sanitario Sustitutivo de Etiquetado de Alimentos Procesados para el Consumo Humano, expedido el 18 de julio de 2014 por el Ministerio de Salud Pública y publicado en Registro Oficial 318 el 25 de agosto de 2014.

El Reglamento antes señalado estableció que todos los alimentos procesados de consumo humano deben llevar en sus etiquetas un sistema gráfico con barras de colores verde, amarillo y rojo colocadas de manera horizontal (lo cual le da una apariencia de semáforo), que permitiera identificar si su contenido

nutricional es bajo, medio o alto, en grasa, azúcar y sal. Esto orienta al consumidor para poder elegir lo que considere beneficioso para su salud.

El objetivo de esta investigación es analizar el impacto que ha tenido el etiquetado semáforo en el comportamiento de las personas que compran bebidas gaseosas en los supermercados de Guayaquil.

El presente trabajo es importante porque presenta los cambios que se han suscitado en el comportamiento de los compradores de gaseosas luego de la implementación del Reglamento Sanitario Sustitutivo de Etiquetado de Alimentos Procesados para el Consumo Humano.

MARCO TEÓRICO

Antecedentes

Según datos de la FAO (Food and Agriculture Organization of the United Nations-Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura) del 2013, en América Latina y el Caribe el 23% y el 7% de adultos y niños en edad preescolar, respectivamente, tienen sobrepeso.

En Ecuador, la Encuesta Nacional de Salud y Nutrición realizada conjuntamente por el Ministerio de Salud Pública y el INEC (Instituto Nacional de Estadística y Censos) desde el 2011 hasta 2013, determinó que existe una prevalencia de sobrepeso y obesidad del 8,6% en niños(as) menores de 5 años; del 29,9% en niños(as) de 5 a 11 años; del 26% en personas de 12 a 19 años y del 63% en personas 19 a 60 años, causados por mala alimentación y malos hábitos de vida, en general.

El sobrepeso y la obesidad constituyen factores de riesgo de enfermedades mortales como hipertensión, diabetes y cáncer. Según el Anuario de Nacimientos y Defunciones publicado por el INEC en el 2013 se registraron 63.104 muertes en general, siendo sus principales causas: la diabetes mellitus (4.695 casos) y enfermedades hipertensivas (4.189 casos).

Según la evidencia científica, el exceso de consumo de azúcar, sal y grasas son factores de riesgo para la diabetes, la hipertensión, y enfermedades cardiovasculares y cerebrovasculares respectivamente (Ministerio de Salud Pública, 2013).

El presidente de Ecuador, Rafael Correa, en su Enlace Ciudadano #341 del 28 de septiembre de 2013, afirmó que la población ecuatoriana se está muriendo por mala alimentación y que, gracias a la Ley Orgánica de Comunicación, se puede controlar la publicidad de bienes nocivos a la salud del pueblo ecuatoriano.

El 20 de enero de 2014 mediante Decreto 214, el Presidente de Ecuador expidió el Reglamento de la Ley Orgánica de Comunicación, el mismo entró en vigencia el 27 de enero de este mismo año, cuando fue publicado en el Registro Oficial 170. El Artículo 60 de este reglamento dispone que:

Etiqueta o anuncio de advertencia.- El Ministerio de Salud podrá disponer la colocación de una etiqueta o anuncio de advertencia en los productos y en la publicidad de éstos cuyo consumo regular o recurrente podrían causar afectaciones a la salud, y sin cuya inclusión su publicidad será prohibida.

El 18 de julio de 2014 el Ministerio de Salud Pública expidió el Reglamento Sanitario Sustitutivo de Etiquetado de Alimentos Procesados para el Consumo Humano (RSSEAPCH), que fue publicado en Registro Oficial 318 el 25 de agosto de 2014.

El etiquetado de alimentos procesados para el consumo humano en el Ecuador

En Ecuador el instrumento jurídico que regula el etiquetado de alimentos procesados para el consumo de las personas es el RSSEAPCH, que entró en vigencia el 25 de agosto de 2014. Este Reglamento tiene como objetivo principal regular y controlar el etiquetado, a fin de garantizar que las personas obtenga información oportuna, clara y precisa sobre el contenido y características de los alimentos, que les permita la correcta elección al momento de comprar y consumir (RSSEAPCH, Art. 1).

El etiquetado semáforo

El RSSEAPCH en su Art. 12 establece que:

Todo alimento procesado para el consumo humano, debe cumplir con el Reglamento Técnico Ecuatoriano RTE INEN 022 de Rotulado de Productos Alimenticios Procesados, Envasados y Empaquetados. Adicionalmente se colocará un sistema gráfico con barras de colores colocadas de manera horizontal; estos colores serán: rojo, amarillo y verde, según la concentración de los componentes:

- a) La barra de color rojo está asignado para los componentes de alto contenido y tendrá la frase “ALTO EN...”.
- b) La barra de color amarillo está asignado para los componentes de medio contenido y tendrá la frase “MEDIO EN...”.
- c) La barra de color verde está asignado para los componentes de bajo contenido y tendrá la frase “BAJO EN...”.

Antes del RSSEAPCH, los alimentos procesados de consumo humano presentaban en sus etiquetas la siguiente información: ingredientes, cantidad de calorías, contenido neto, advertencias, peso, fecha de elaboración, número de registro sanitario, fecha de expiración, instrucciones para conservar del producto, etc. Ahora deben agregar dentro de sus etiquetas un sistema gráfico con barras de colores verde, amarillo y rojo para identificar si el producto es bajo, medio o alto, en su contenido de azúcar, grasa, y sal

Las grandes y medianas empresas que fabrican, importan o comercializan alimentos procesados debían cumplir esta nueva disposición hasta el 29 de agosto de 2014. En cambio las personas naturales que realizan actividades comerciales y que se encuentran bajo el Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano (RISE), las pequeñas y microempresas tenían plazo hasta el 29 de noviembre de 2014.

Para vigilar el cumplimiento de la nueva norma de etiquetado de alimentos procesados de consumo humano se designó a la Agencia Nacional de Regulación, Vigilancia y Control Sanitario (ARCSA), la cual tiene la facultad de suspender o cancelar el registro sanitario de los productos que no la respeten. Por otra parte, al

Ministerio de Salud Pública se le encargó realizar campañas de información para difundir la reciente normativa con la finalidad de que la población adquiriera hábitos alimenticios saludables y que las industrias alimenticias elaboren productos que no sean perjudiciales para la salud.

El etiquetado semáforo valora los alimentos procesados en referencia a sus componentes y cantidades permitidas de grasa, azúcar y sal de acuerdo a la siguiente tabla:

Nivel	Bajo	Medio	Alto
Azúcar	Menor o igual a 5 g. Menor o igual a 2,5 ml.	Mayor a 5 g. y menor a 15 g. Mayor a 2,5 ml. y menor a 7,5 ml.	Igual o mayor a 15 g. Igual o mayor a 7,5 ml.
Grasa	Menor o igual a 3 g. Menor o igual a 1,5 ml.	Mayor a 3 g. y menor a 20 g. Mayor a 1,5 ml. y menor a 10 ml.	Igual o mayor a 20 g. Igual o mayor a 10 ml.
Sal	Menor o igual a 0,12 g. Menor o igual a 0,3 ml.	Mayor a 0,12 g. y menor a 0,6 g. Mayor a 0,3 ml. y menor a 1,5 ml.	Igual o mayor a 0,6 g. Igual o mayor a 1,5 ml.

Tabla 1. Cantidades permitidas de grasa, azúcar y sal, según una porción de 100g o 100 ml.

Fuente: Reglamento Sanitario Sustitutivo de Etiquetado de Alimentos Procesados para el Consumo Humano, 2014

Elaborado por: Andrés Cabrera

Ventajas

El etiquetado semáforo constituye un mecanismo muy importante por medio del cual el Estado puede educar a la población en materia de salud, específicamente en lo relacionado al consumo de alimentos saludables.

El Estado al implementar el etiquetado semáforo previene que la población se enferme, lo cual es beneficioso para éste puesto que reduce los gastos en salud.

El etiquetado semáforo fue concebido como una forma de alertar a todos los consumidores de alimentos procesados, debido a esto es un sistema gráfico sencillo que lo puede entender el público en general.

Este nuevo sistema de etiquetado impulsa a que las industrias de alimentos reformulen los componentes al elaborar sus productos, lo que hace que estos resulten más saludables. Según el Observatorio de la Economía Latinoamérica (2015): “Más del 20% de las grandes y medianas industrias de alimentos han reportado el haber reducido en al menos un producto el componente de azúcar, grasa o sal, para poder tener un producto que no lleve el etiquetado rojo.

Desventajas

Algunos productos no pueden ser importados hasta ajustarse al nuevo etiquetado, lo que ocasiona el desabastecimiento de los mismos en el mercado nacional.

Las industrias alimenticias piensan que las ventas de sus productos con barras de color rojo disminuirán, lo que ocasionaría pérdidas de 4.000 millones de dólares al sector y la reducción de 80.000 puestos de trabajo (Gómez, 2013).

A las empresas exportadoras del país les tocaría llevar doble etiquetado para cada uno de sus productos, uno para el mercado nacional y otro para el país al que exporta, lo cual les generaría gastos adicionales.

El etiquetado semáforo puede generar confusión en el consumidor, puesto que éste puede dejar de comer alimentos que son nutritivos y beneficiosos porque su contenido es alto en grasa según este sistema.

Un ejemplo de lo expuesto en el párrafo anterior, sucede en los países del continente europeo. Los consumidores de Gran Bretaña aceptaron el etiquetado semáforo en alimentos procesados. Según una encuesta privada entre 30% y el 40% de las personas dejaron de adquirir un producto por su alto contenido en

grasa, sal o azúcar. Sin embargo al mismo tiempo, el diario español El País publicó un artículo, el cual manifestaba que este sistema de etiquetado estaba recibiendo muchas críticas en otros países de la Comunidad Europea porque existen alimentos representativos que están dentro de la categoría roja, como por ejemplo el famoso jamón ibérico, el chocolate, el aceite de oliva y las aceitunas (kirschbaum, 2013)

Bebidas azucaradas

Según el CDC (Centers for Disease Control and Prevention - Centros para el Control y la Prevención de Enfermedades) de los Estados Unidos, las bebidas azucaradas son las que tienen entre sus componentes azúcar artificial o natural, en cantidades que están por encima de las permitidas o recomendadas por los profesionales de la salud, tanto para personas adultas como para niños. Dentro de las bebidas azucaradas se encuentran: las bebidas gaseosas, los jugos naturales o procesados y las bebidas isotónicas (Diario El Universo, 2013).

Bebidas gaseosas

Una bebida gaseosa, es una bebida azucarada, saborizada, efervescente y sin alcohol. Se la consume fría o helada para que sea refrescante y no pierda el dióxido de carbono que le da ese toque de efervescencia. Se la conoce con diversos nombres: refresco, bebida carbonata, soda o cola, dependiendo del país.

Los componentes de las bebidas gaseosas y las afecciones que pueden ocasionar a la salud del ser humano son los siguientes:

Componente	Descripción	Afecciones
Agua	Agua destilada o filtrada por osmosis inversa o nano filtración proceso por el que se elimina su contenido de minerales	El cuerpo elimina desechos ácidos y desarrolla deficiencia de minerales
Azúcar	Azúcar (sucrosa) o almíbar de maíz con alta fructosa. Son carbohidratos de absorción rápida	Diabetes, cardiopatías, obesidad, sobrepeso, osteoporosis, triglicéridos altos, síndrome metabólico
Edulcorantes artificiales		
Aspartamo Acesulfamo - K Sacarina	Endulzantes artificiales no calóricos 200 veces más dulce que el azúcar	Potencial carcinógeno
Ácidos		
Ácido fosfórico	Crea un medio ácido que mejora la absorción del dióxido de carbono, reduciendo la presión que este genera y permitiendo así el embotellamiento	Relacionado con la pérdida de calcio
Ácido cítrico	Ácido usado para complementar los sabores frutados en las bebidas. Mantiene los niveles de PH bajos. Contiene glutamato de sodio	Ácidos erosivos para los dientes. El glutamato de sodio puede causar dolores de cabeza, de pecho, náuseas, etc
Conservantes		
Dióxido de sulfuro	Previene que las bebidas cítricas se oxiden y no cambien su color	Irritante a los ojos, nariz y garganta.
Benzoato de sodio	Efectivo contra el crecimiento de lavaduras y bacterias	Al mezclarse con la vitamina C forma benceno, altamente cancerígeno
Sorbato de potasio	Es menos efectivo que el benzoato de sodio ante ciertas bacterias	Altera la flora estomacal, intestinal y bucal.
Dicarbonatodimetil	Se considera una esterilizante frío. Elimina microorganismos que pueden estar con los contenedores	En grandes cantidades es tóxico pues al descomponerse libera metanol.
Otros		
Saborizantes	Se obtienen de fuentes naturales o artificiales	Trastornos de comportamiento
Colorantes	Corrige las variaciones naturales de color durante el procesado o el almacenamiento y de la característica propia de color de cada bebida	Alergia, urticaria, rinitis y trastornos de comportamiento
Sodio	Elemento químico que forma parte de la sal de mesa y funciona como preservantes	Urticaria, asma y eczema
Cafeína	Sustancia adictiva que mejora el sabor de la gaseosa	Estimula el sistema nervioso, aumenta la frecuencia cardíaca y genera adicción
Dióxido de carbono	Disminuye el PH otorgando más acidez a la gaseosa. Es el responsable de las burbujas	Agrava el síndrome de intestino irritable. Molestias gástricas

Tabla 1. Componentes de las bebidas gaseosas

Fuente: Zonadiet.com

Elaborado por: Andrés Cabrera

Consumo de bebidas gaseosas

El artículo “Pese a campañas contra el azúcar Coca-Cola insiste con las gaseosas” publicado en el Wall Street Journal el 10 de abril de 2014, muestra que las ventas de Coca-Cola y la versión Diet Coke en EE. UU han tenido una variación porcentual de -9.4% y de -19,2% respectivamente hasta el año 2013. Además muestra que a nivel mundial las ventas de las bebidas gaseosas en general crecen a un ritmo lento.

En respuesta a la información antes señalada, el presidente ejecutivo de Coca Cola, Muhtar Kent, proyecta aumentar el gasto global de publicidad de la compañía en 1.000 millones de dólares en los siguientes 3 años.

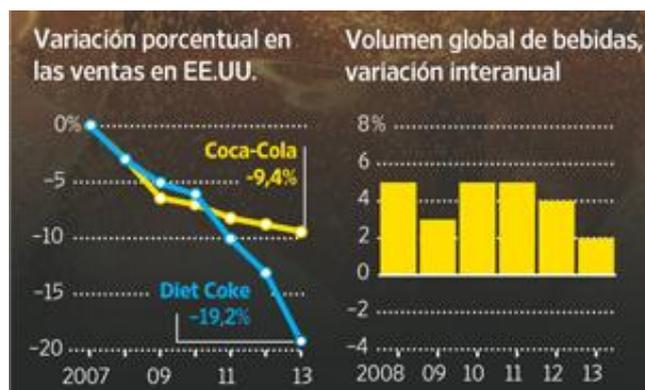


Gráfico 1. Ventas de Coca-Cola en EE.UU
Fuente: Beverage Digest (ventas): La empresa

En Ecuador las tres bebidas gaseosas más consumidas son: Coca Cola, Pepsi y Big Cola (Revista Ekos, 2014).

Por otra parte según la encuesta “Consumer Insight” efectuada por empresa Kantar Worldpanel entre julio y septiembre de 2014, las familias ecuatorianas al momento de adquirir o consumir se fijan más en las etiquetas semáforos de 5 alimentos procesados. En el primer lugar de esta lista se encuentran las bebidas gaseosas, seguidas por el yogur, mantequilla, mayonesa y

el pan de molde. Lo anterior ha provocado un cambio al momento de adquirir una bebida gaseosa, que está reduciendo la compra de estos productos.

De acuerdo a la encuesta antes citada, el 31% de la población afirmó que se detiene antes de adquirir bebidas gaseosas y el principal motivo es para cuidar su salud, el 26% afirmó que observa la etiqueta, la analiza, sin embargo termina adquiriendo el mismo producto y el 43% manifestó que le es indiferente (Casanova, 2015).

Empresas de supermercados en Ecuador

Según la revista Ekos (2013) en el Ecuador existen tres empresas de supermercados que tienen la mayor participación en el mercado. En primer lugar se encuentra Corporación Favorita C.A. con una participación del 48,02%, en segundo lugar está Corporación El Rosado S.A. con el 28,69% y en tercer lugar se ubica Tiendas Industriales Asociadas S.A. con el 13,95%. El resto de empresas no superan el 3% de participación (Tabla 2).

Nombre de la Empresa	Ventas (millones de USD)	Participación de mercado
Corporación Favorita C.A. □	1.647,00	48,02%
Corporación El Rosado S.A.	983,93	28,69%
Tiendas Industriales Asociadas (TIA) S.A	478,46	13,95%
Dávila Corral Claybert & Asociados Cía. Ltda	70,72	2,06%
Multiservicios Juan de la Cruz S. A.	55,54	1,62%
Comisariato de las Fuerzas Armadas (COSSFA S.A.)	41,04	1,20%
Comercial Norman Quezada Cía. Ltda.	36,37	1,06%
Repartos Alimenticios Reparti S. A.	36,11	1,06%
CORDIALSA	31,02	0,90%
Distribuidores del Oriente Cía. Ltda.	27,45	0,80%
Magda Espinosa S.A. (TIA)	22,24	0,65%
Total Ventas	3.429,88	100%

Tabla 2. Principales empresas de supermercados del Ecuador Año 2012

Fuente: Revista Ekos No. 232

Elaborado por: Andrés Cabrera

Borja y Reyes (s.f.) describen estas tres importantes empresas de supermercados de la siguiente manera:

Corporación El Rosado S.A.

Es una cadena constituida el 22 de noviembre de 1954. Pertenecen a este grupo: Mi comisariato, Ferrisariato, Supercines y Río Store. Cuenta con 91 establecimientos comerciales en el Ecuador. El 73,7% están en Guayas y el 8,8%, en Pichincha.

Tiendas Industriales Asociadas (TIA) S.A

Esta cadena de supermercados se constituyó el 1 de febrero de 1960 en Guayaquil. Cuenta con 157 locales en todo el país, el 37,6% están en Guayas, el 21,0% en Pichincha y el 8,9% en Manabí. Los establecimientos comerciales que pertenecen a este grupo son: TIA, Súper TIA, TIA Express y Multiahorro.

Corporación Favorita C.A.

Este grupo se constituyó el 30 de noviembre del año 1957 en la ciudad de Quito. Entre los establecimientos comerciales que se encuentran en este grupo están: Aki, Super Aki, Gran Aki, Supermaxi y Megamaxi. Su estrategia de marketing consiste en focalizar las ventas y posicionar sus locales de acuerdo al estrato social del público. Ejemplo de esto es que los locales de Supermaxi y Megamaxi están dirigidos a personas de estrato social medios altos y los locales de Aki, Gran Aki y Super Aki a personas de estrato social medios bajo.

Tiene 101 establecimientos en todo el país, el 37,6% son locales de Aki, el 14,9% de Gran Aki, el 3% de Super Aki, el 32,7% de Supermaxi y el 11,9% de Megamaxi.

MARCO METOLÓGICO

La presente investigación se realizó en los supermercados de la ciudad de Guayaquil (Provincia del Guayas), durante el mes de abril del presente año (2016). Se tomará en consideración los tres más grandes supermercados: Supermaxi (Centro Comercial Mall del Sur-Sur de Guayaquil), Almacenes TIA (Calles Luque Centro de Guayaquil) y Mi comisariato (Rio Centro de Samborondón-Norte de Guayaquil).

Tipo de investigación

La presente es una investigación de campo porque los datos se obtuvieron directamente de los involucrados: personas que adquieren bebidas gaseosas en los supermercados.

Además es una investigación bibliográfica, porque se obtuvo información de materiales impresos tales como: Leyes, Reglamentos, revistas y artículos

Población

Se consideró como población de esta investigación la población económicamente activa (PEA) de la ciudad de Guayaquil, que según la Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU) realizada por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC) en septiembre de 2014 es de 1'142.000 personas

Muestra

Como la población es finita y se conoce con certeza su tamaño, se utilizará la siguiente fórmula:

Donde:

n: tamaño de la muestra.

N: tamaño de la población, N= (1'142.000)

p: posibilidad de que ocurra un evento, p = 0,5

q: posibilidad de no ocurrencia de un evento, q = 0,5

E: error, se considera el 5%; E = 0,05

Z: nivel de confianza, que para el 97,5%, Z = 1,96

$$n = \frac{Npq}{\frac{(N-1)E^2}{Z^2} + pq} \quad n = \frac{1'142.000 \times 0,5 \times 0,5}{\frac{(1'142.000 - 1)(0,05)^2}{(1,96)^2} + 0,5 \times 0,5}$$

$$n = \frac{285.500}{\frac{(1'141.999)(0,0025)}{(3,84)} + 0,25} \quad n = \frac{285.500}{743,488 + 0,25} \quad n = \frac{285.500}{743,738} \quad n = 383,87$$

Métodos y técnicas

Como instrumento de recolección de datos se elaboró una encuesta, que tuvo como objetivo: Determinar el impacto que ha tenido el etiquetado semáforo en el comportamiento de las personas que compran bebidas gaseosas en los supermercados de Guayaquil

Procedimiento de la investigación

1. Revisión de material bibliográfico relacionado con el tema de investigación.
2. Determinación de las técnicas y elaboración del instrumento para la recolección de datos (encuesta para personas que adquieren bebidas gaseosas en los supermercados).
3. Aplicación de la encuesta a las personas que adquieren bebidas gaseosas en los supermercados.
4. Análisis estadístico de los datos recopilados que comprendió las siguientes actividades:
 - Análisis de frecuencia o cantidad de respuestas.
 - Registro de la información y organización en tablas.
 - Construcción de gráficos estadísticos (columnas, barras, pastel).
 - Interpretación de la información presentada a través de gráficos estadísticos.

ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

Pregunta No. 1 ¿Cuál es la bebida gaseosa que más le gusta?

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Coca Cola	230	60
Pepsi	68	18
Fanta	36	9
Sprite	22	6
Manzana	10	3
Tropical	8	2
Big	6	2
Otras	4	1
Total	384	100

Tabla 3. Resultados de la pregunta 1

Fuente: Encuesta a personas que compran bebidas gaseosas en los supermercados de Guayaquil

Elaborado por: Andrés Cabrera

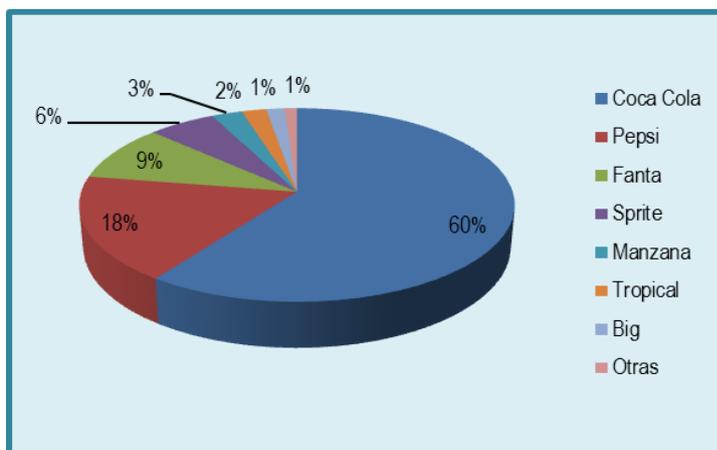


Gráfico 2. Resultados de la pregunta 1

Fuente: Encuesta a personas que compran bebidas gaseosas en los supermercados de Guayaquil

Elaborado por: Andrés Cabrera

Análisis

Las bebidas gaseosas que más gustan entre las personas que compran en los supermercados de Guayaquil son: la marca Coca Cola con el 60% y Pepsi con el 18%, las otras marcas están por debajo del 10%

Interpretación

Los resultados de las encuestas muestran la preferencia por las marcas Coca Cola y Pepsi, lo cual es comprensible ya que éstas se encuentran bien posicionadas en el mercado de las bebidas gaseosas en el Ecuador.

Pregunta No. 2 ¿Sabía usted que las bebidas gaseosas tienen alto contenido en azúcar?

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	346	90
No	38	10
Total	384	100
Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Después del etiquetado semáforo	321	83
Antes del etiquetado semáforo	25	7
Total	346	90

Tabla 4. Resultados de la pregunta 2

Fuente: Encuesta a personas que compran bebidas gaseosas en los supermercados de Guayaquil

Elaborado por: Andrés Cabrera

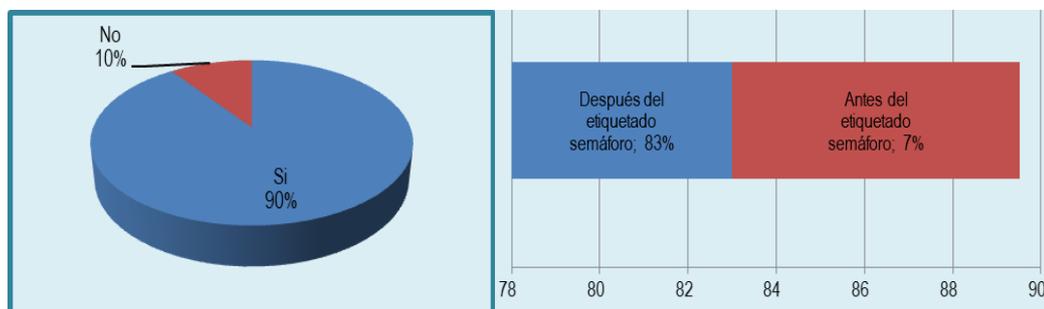


Gráfico 3. Resultados de la pregunta 2

Fuente: Encuesta a personas que compran bebidas gaseosas en los supermercados de Guayaquil

Elaborado por: Andrés Cabrera

Análisis

De las personas encuestadas, el 90% afirmaron que conocen que las bebidas gaseosas tienen alto contenido en azúcar (de este total el 7% expresó que lo saben antes del etiquetado semáforo y el 83% que lo saben después del etiquetado) y el 10% opinó que no sabe.

Interpretación

Los resultados de la encuesta muestran que en la actualidad la gran mayoría de personas está consciente que las bebidas gaseosas tienen alto contenido en azúcar. Lo anterior se debe a la implementación del nuevo sistema de etiquetado de alimentos procesados para el consumo humano. Antes del etiquetado semáforo las personas sabían que las bebidas gaseosas tenían azúcar, pero no que su contenido era alto.

Pregunta No.3. ¿Cuál de los siguientes atributos considera usted el más importante al momento de adquirir bebidas gaseosas?

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Sabor	202	52
Marca	110	29
Precio	42	11
Tamaño	20	5
Contenido nutricional	10	3
Total	384	100

Tabla 5. Resultados de la pregunta 3

Fuente: Encuesta a personas que compran bebidas gaseosas en los supermercados de Guayaquil

Elaborado por: Andrés Cabrera

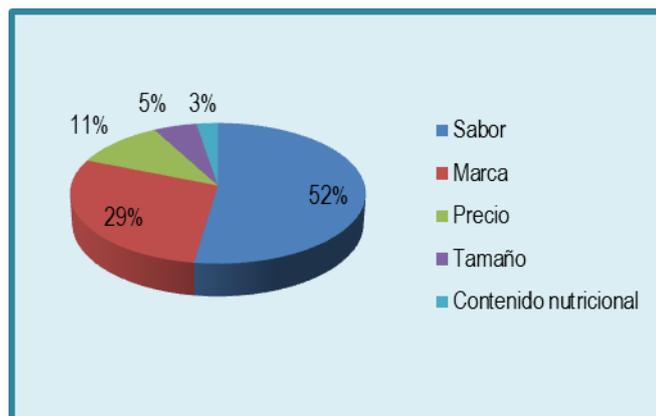


Gráfico 4. Resultados de la pregunta 3

Fuente: Encuesta a personas que compran bebidas gaseosas en los supermercados de Guayaquil

Elaborado por: Andrés Cabrera

Análisis

Las personas encuestadas expresaron que el atributo que consideran más importante al momento de adquirir bebidas gaseosas es: en primer lugar el sabor con el 52%, en segundo lugar la marca con el 29% en tercer lugar el precio con el 11%, en cuarto lugar el tamaño con el 5% y en último lugar el contenido nutricional con el 3%.

Interpretación

Los resultados muestran que la mayoría de personas al momento de comprar una bebida gaseosa lo que menos valora es su contenido nutricional. Esto está mal ya que éstas poseen un alto contenido en azúcar lo cual ocasiona afecciones a la salud como la diabetes.

Pregunta No. 4 ¿Ha observado los contenidos de azúcar, grasa y sal que tienen las bebidas gaseosas según el etiquetado semáforo?

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	346	90
No	38	10
Total	384	100

Tabla 6. Resultados de la pregunta 4

Fuente: Encuesta a personas que compran bebidas gaseosas en los supermercados de Guayaquil

Elaborado por: Andrés Cabrera

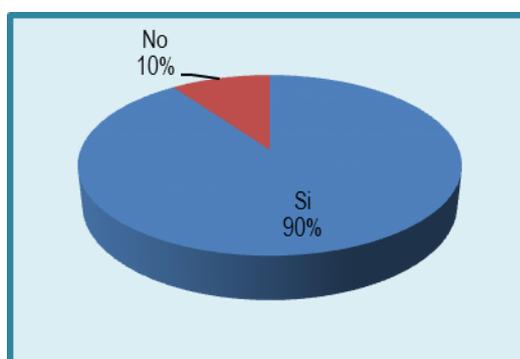


Gráfico 5. Resultados de la pregunta 4

Fuente: Encuesta a personas que compran bebidas gaseosas en los supermercados de Guayaquil

Elaborado por: Andrés Cabrera

Análisis

De las personas encuestadas, el 90% afirmaron que han observado los contenidos de azúcar, grasa y sal que tienen las bebidas gaseosas según el etiquetado semáforo y el 10% opinó que no.

Interpretación

Según los resultados de la encuesta se puede ver claramente que la mayoría de personas si le prestan atención al etiquetado semáforo, esto debido al tamaño que ocupa en el envase (lo cual lo hace muy visible) y porque es un sistema gráfico sencillo que lo puede entender el público en general.

Pregunta No. 5 ¿Ha podido identificar gracias al etiquetado semáforo alguna(s) implicación(es) negativa(s) que el consumo de bebidas gaseosas trae a su salud?

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	248	65
No	136	35
Total	384	100
¿Cuál(es)	Frecuencia	Porcentaje
Diabetes	142	37
Obesidad	49	15
Sobrepeso	57	13
Total	248	65

Tabla 7. Resultados de la pregunta 5

Fuente: Encuesta a personas que compran bebidas gaseosas en los supermercados de Guayaquil

Elaborado por: Andrés Cabrera

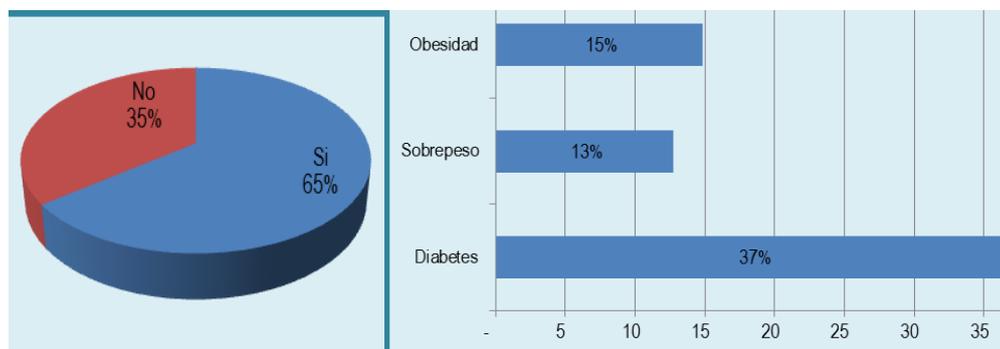


Gráfico 6. Resultados de la pregunta 5

Fuente: Encuesta a personas que compran bebidas gaseosas en los supermercados de Guayaquil

Elaborado por: Andrés Cabrera

Análisis

De las personas encuestadas, el 65% opinaron que han podido identificar gracias al etiquetado semáforo alguna(s) implicación(es) negativa(s) que el consumo de bebidas gaseosas trae a su salud (este porcentaje de personas identificaron como implicaciones negativas la diabetes, sobrepeso y obesidad con el 37%, el 13% y el 15% respectivamente) y el 35% opinó que no han podido identificar.

Interpretación

La implementación del etiquetado semáforo contribuye a que la población conozca que las bebidas gaseosas tienen alto en azúcar, a la vez las personas gracias a la información de familiares, campañas informativas o profesionales de la salud aprenden que esto puede causar diversas enfermedades tales como: la diabetes, sobrepeso y obesidad.

Pregunta No. 6. ¿Qué acciones ha tomado usted con respecto a las bebidas gaseosas luego de la aparición del etiquetado semáforo?

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Ninguna	181	47
Comprar menos	110	29
Comprar bebidas gaseosas light	46	12
Comprar otro producto con menos azúcar	25	6
Informarme más	12	3
No comprar	10	3
Otra	-	-
Total	384	100

Tabla 8. Resultados de la pregunta 6

Fuente: Encuesta a personas que compran bebidas gaseosas en los supermercados de Guayaquil

Elaborado por: Andrés Cabrera

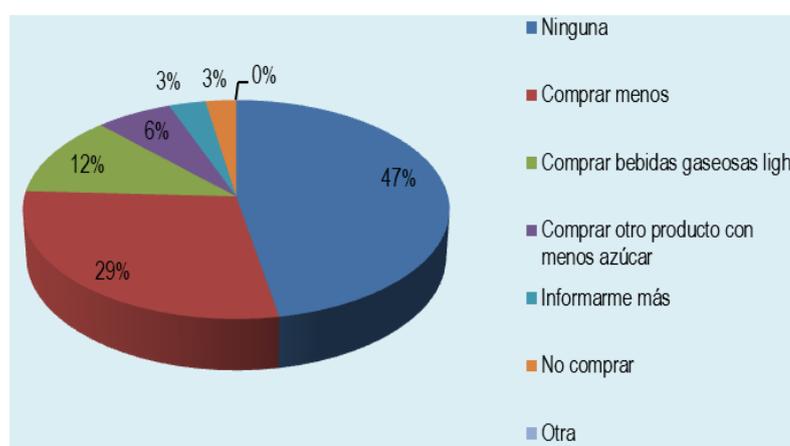


Gráfico 7. Resultados de la pregunta 6

Fuente: Encuesta a personas que compran bebidas gaseosas en los supermercados de Guayaquil

Elaborado por: Andrés Cabrera

Análisis

Entre las acciones que han tomado las personas encuestadas con respecto a las bebidas gaseosas luego de la aparición del etiquetado semáforo se encuentran las siguientes: En primer lugar con el 47% ninguna, en segundo lugar con el 29% comprar menos, en tercer lugar comprar bebidas gaseosas light con el 12% y en cuarto lugar comprar otro producto con menos azúcar con el 6%, las otras acciones tomadas no alcanzan el 4%.

Interpretación

Los resultados de la encuesta muestran que el 47% de las personas, no han tomado ninguna acción, es decir, continúan con el igual consumo de bebidas gaseosas a pesar de la implementación del etiquetado semáforo. La anterior situación se debe a las grandes campañas publicitarias que hacen las marcas para persuadir a las personas a seguir consumiendo sus productos, a los malos hábitos alimenticios que los padres de familia inculcan a sus hijos y a los componentes adictivos como la cafeína que tienen algunas bebidas gaseosas.

Pregunta No. 7. ¿Qué opinión tiene del etiquetado semáforo en las bebidas gaseosas?

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Muy bueno	249	65
Bueno	92	24
Regular	38	10
Malo	5	1
Total	384	100

Tabla 9. Resultados de la pregunta 7

Fuente: Encuesta a personas que compran bebidas gaseosas en los supermercados de Guayaquil

Elaborado por: Andrés Cabrera

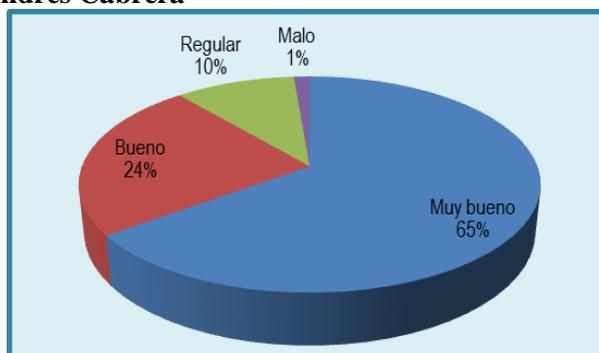


Gráfico 8. Resultados de la pregunta 7

Fuente: Encuesta a personas que compran bebidas gaseosas en los supermercados de Guayaquil

Elaborado por: Andrés Cabrera

Análisis

El 65% de las personas encuestadas opinaron que el etiquetado semáforo en las bebidas gaseosas es muy bueno, el 24% que es bueno, el 10% que es regular y el 1% que es malo.

Interpretación

Los resultados de la encuesta muestran que la mayoría de las personas tienen una muy buena opinión del etiquetado semáforo. Lo anterior se debe a que éste es un sistema gráfico sencillo, puesto que permite al público en general fácilmente identificar el contenido bajo, medio o alto de azúcar, grasa y sal que tiene la bebida gaseosa que compra.

Pregunta 8. ¿Considera usted que el etiquetado semáforo influye en el comportamiento de las personas que compran bebidas gaseosas?

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Mucho	202	53
Poco	107	28
Nada	75	19
Total	384	100

Tabla 10. Resultados de la pregunta 8

Fuente: Encuesta a personas que compran bebidas gaseosas en los supermercados de Guayaquil

Elaborado por: Andrés Cabrera

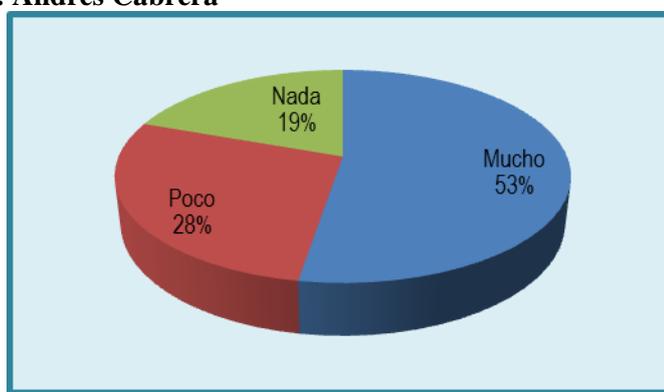


Gráfico 9. Resultados de la pregunta 8

Fuente: Encuesta a personas que compran bebidas gaseosas en los supermercados de Guayaquil

Elaborado por: Andrés Cabrera

Análisis

El 53% de las personas encuestadas opinaron que el etiquetado semáforo influye mucho en el comportamiento de las personas que compran bebidas gaseosas, el 28% opinó que poco y el 19% opinó que nada.

Interpretación

Los resultados de la encuesta muestran que el 53% de las personas consideran que el etiquetado semáforo influye mucho en el comportamiento de las personas que compran bebidas gaseosas, ya sea porque se detienen a observar el nuevo etiquetado o porque han modificado el consumo (compra menos, compra bebidas gaseosas light o comprar otro producto con menos azúcar).

CONCLUSIONES

Por medio de la encuesta que se realizó a las personas que compran bebidas gaseosas en los supermercados de Guayaquil se pudo determinar lo siguiente:

Las bebidas gaseosas que más gustan son: la marca Coca Cola con el 60% y Pepsi con el 18% esto debido a que están muy bien posicionadas en el mercado internacional como en el nacional. Lo anterior tiene cierta similitud con la investigación realizada por Ekos en el 2014 la cual determinó que en Ecuador las tres bebidas gaseosas más consumidas son: Coca Cola, Pepsi y Big Cola.

El etiquetado semáforo ha ayudado a la mayoría de las personas a conocer los altos contenidos en azúcar de las bebidas gaseosas, debido a que es un sistema gráfico sencillo que lo puede entender el público en general. Según la encuesta realizada el 90% de las personas afirmaron que conocen que las bebidas gaseosas tienen alto contenido en azúcar de este porcentaje el 83% expresaron que lo saben después del nuevo etiquetado.

El 65% de las personas encuestadas opinaron que han podido identificar gracias al etiquetado semáforo implicaciones negativas que el consumo de bebidas gaseosas trae a su salud tales como: diabetes, sobrepeso y obesidad, lo cual es positivo puesto que las personas están conscientes de las consecuencias de su consumo.

Entre las principales acciones que han tomado las personas encuestadas con respecto a las bebidas gaseosas luego de la aparición del etiquetado semáforo se encuentran las siguientes: el 6% compra otro producto con menos azúcar, el 12% comprar bebidas gaseosas light, el 29% compra menos y el 47% no ha tomado ninguna acción. Como puede verse cerca de la mitad de las personas, no

han tomado ninguna acción, es decir, continúan con el igual consumo de bebidas gaseosas. La anterior situación se debe a las grandes campañas publicitarias que hacen las marcas para persuadir a las personas a seguir consumiendo sus productos, a los malos hábitos alimenticios que los padres de familia inculcan a sus hijos y a los componentes adictivos como la cafeína que tienen algunas bebidas gaseosas.

El 53% de las personas encuestadas opinaron que el etiquetado semáforo influye mucho en el comportamiento de las personas que compran bebidas gaseosas ya sea porque se detienen a observar el nuevo etiquetado o porque han modificado el consumo (compra menos, compra bebidas gaseosas light o comprar otro producto con menos azúcar).

RECOMENDACIONES

El Ministerio de Salud Pública debería continuar con las campañas de información para difundir en toda la población el etiquetado semáforo y su relación con el consumo de alimentos y bebidas procesadas saludables.

El Gobierno Nacional para reducir los altos índices de sobrepeso y obesidad en la población a más del etiquetado semáforo debería aumentar los impuestos a las bebidas azucaradas para persuadir a las personas a dejar o reducir el consumo de las mismas.

Los padres de familia deberían inculcar a sus hijos desde edades tempranas hábitos alimenticios saludables.

BIBLIOGRAFÍA

Agencia Pública de Noticias del Ecuador. (2013). Ecuador adelanta reglamento para prohibir la publicidad de comida chatarra y otros bienes nocivos a la salud. Recuperado de: <http://www.andes.info.ec/es/actualidad/ecuador-adelanta-reglamento-prohibir-publicidad-comida-chatarra-otros-bienes-nocivos>

Borja, J. y Reyes, J. (s.f.). El sector de supermercados en el Ecuador. Recuperado de: <http://www.scpm.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/PONENCIA-3-Supermercados.pdf>

Casanova, N. (2015). Análisis del comportamiento del consumidor de bebidas gaseosas frente al sistema de etiquetado semáforo en el distrito metropolitano de Quito. Universidad de las Fuerzas Armadas.

Diario Clarin. (2013). En Inglaterra y Brasil ya se usa un semáforo en las etiquetas. Recuperado de: http://www.clarin.com/salud/Inglaterra-Brasil-usa-semaforo-etiquetas_0_1011498845.html

Diario El Universo. (2013). La verdad sobre las bebidas azucaradas. Recuperado de: <http://www.eluniverso.com/2013/01/18/1/1384/verdad-sobre-bebidas-azucaradas.html>

Ekos. (2013). Ranking empresarial Ecuador 2013. Revista No. 232. Recuperado de: <http://www.ekosnegocios.com/revista/pdf/232.pdf>

Ekos. (2014). Investigación. Recuperado de <http://www.ekosnegocios.com/empresas/RankingEcuador.aspx#>

Enlace Ciudadano. (2013). Enlace No. 341. Recuperado de: <http://enlaceciudadano.gob.ec/enlaceciudadano341/>

Gómez, L. (2013). Las empresas deben adaptarse a las normas de etiquetado vigentes. Revista líderes.

Instituto Nacional de Estadística y Censos, Ministerio de Salud Pública. (2011-2013). Encuesta Nacional de Salud y Nutrición.

Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2013). Anuario de Nacimientos y Defunciones. Recuperado de: http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Poblacion_y_Demografia/Nacimientos_Defunciones/Publicaciones/Anuario_Nacimientos_y_Defunciones_2013.pdf

Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2014). Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo. Recuperado de: http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2015/Diciembre-2015/Presentacion_Empleo_dic_15.pdf

Ministerio de Salud Pública. (2013). Ministerio de Salud Pública propone nuevo formato para etiquetado de alimentos procesados. Recuperado de: <http://www.salud.gob.ec/>

Ministerio de Salud Pública. (2014). Reglamento Sanitario Sustitutivo de Etiquetado de Alimentos Procesados para el Consumo Humano. Quito

Observatorio de la Economía Latinoamérica. (2015). SemafORIZACIÓN de productos de consumo, tendencia y culturización en los ecuatorianos. Recuperado de: <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2015/semaforizacion.html>

Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (2013). Panorama de la seguridad alimentaria y nutricional en América Latina y el Caribe. Recuperado de: <http://www.fao.org/docrep/019/i3520s/i3520s.pdf>

Presidencia de la República. (2014). Decreto 214, Reglamento de la Ley Orgánica de Comunicación. Quito

Wall Street Journal. (2014). Pese a campañas contra el azúcar Coca-Cola insiste con las gaseosas. Recuperado de: <http://lat.wsj.com/articles/SB10001424052702303603904579492163640368726>

Zonadiet.com. (s.f.). Las bebidas gaseosas, composición y características de sus ingredientes. Recuperado de: <http://www.zonadiet.com/bebidas/bebidasgaseosas.htm>

APÉNDICES

Apéndice 1. Formato de encuesta para personas que compran bebidas gaseosas (colas) en los supermercados de Guayaquil



UNIVERSIDAD DE ESPECIALIDADES ESPÍRITU SANTO FACULTAD DE COMUNICACIÓN

ENCUESTA PARA PERSONAS QUE COMPRAN BEBIDAS GASEOSAS (COLAS) EN LOS SUPERMERCADOS DE GUAYAQUIL

OBJETIVO:



Determinar el impacto que ha tenido el etiquetado semáforo en el comportamiento de las personas que compran bebidas gaseosas (colas) en los supermercados de Guayaquil

INSTRUCCIONES:

- La encuesta es anónima
- Lea detenidamente cada pregunta, antes de marcar la respuesta
- No deje ninguna pregunta sin responder

GRACIAS

Pregunta No. 1 ¿Cuál es la bebida gaseosa que más le gusta?

Pregunta No. 2 ¿Sabía usted que las bebidas gaseosas tienen alto contenido en azúcar?

Si _____

Antes del etiquetado semáforo ____ Después del etiquetado semáforo ____

No _____

Pregunta No.3. ¿Cuál de los siguientes atributos considera usted el más importante al momento de adquirir bebidas gaseosas?

Precio _____ Contenido nutricional _____

Sabor _____ Tamaño _____ Marca _____

Pregunta No. 4 ¿Ha observado los contenidos de azúcar, grasa y sal que tienen las bebidas gaseosas según el etiquetado semáforo?

Si _____

No _____

Pregunta No. 5 ¿Ha podido identificar gracias al etiquetado semáforo alguna(s) implicación(es) negativa(s) que el consumo de bebidas gaseosas trae a su salud?

_____ Si (¿Cuál/es?) _____

_____ No

Pregunta No. 6. ¿Qué acciones ha tomado usted con respecto a las bebidas gaseosas luego de la aparición del etiquetado semáforo?

Informarme más _____ Comprar otro producto con menos azúcar _____

Comprar menos _____ No comprar _____ Ninguna _____

Comprar bebidas gaseosas light _____ Otra (Especifique) _____

Pregunta 7. ¿Qué opinión tiene del etiquetado semáforo en las bebidas gaseosas?

Muy bueno _____

Bueno _____

Regular _____

Malo _____

Pregunta 8. ¿Considera usted que el etiquetado semáforo influye en el comportamiento de las personas que compran bebidas gaseosas?

Nada _____

Poco _____

Mucho _____