

FACTORES QUE INCIDEN

EN UN CONSUMO DESINFORMADO Y UNA ESCASA PERCEPCIÓN DEL RIESGO A LA SALUD DURANTE EL CONSUMO ALIMENTICIO EN LA POBLACIÓN DE PIURA

FACTORS THAT INFLUENCE UNINFORMED CONSUMPTION AND A LOW PERCEPTION OF HEALTH RISK DURING FOOD CONSUMPTION IN THE POPULATION OF PIURA

Adrián Colomer Winter¹

E-mail: colomerwinter@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5398-2146>

Ibai Aldebarán de Villasante Llaque²

E-mail: ibalus2000@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9322-2283>

¹ Universidad César Vallejo. Perú.

² Universidad San Pedro. Perú.

Cita sugerida (APA, séptima edición)

Colomer Winter, A., & Aldebarán de Villasante Llaque, I. (2022). Factores que inciden en un consumo desinformado y una escasa percepción del riesgo a la salud durante el consumo alimenticio en la población de Piura. *Revista Universidad y Sociedad*, 14(1), 267-274.

RESUMEN

En la presente investigación se ha identificado una influencia perjudicial de los hábitos de consumo alimenticio en el desarrollo de enfermedades coronarias en la población piurana (Perú). El consumidor no sabe lo que come porque no entiende lo que lee en el empaque alimentario. De tal forma, se comprende como una alta desinformación social que atenúa la percepción del riesgo en el consumidor durante el proceso de selección y consumo del alimento. Los resultados proporcionados por la observación comportamental del consumidor y las respuestas al cuestionario, demuestran que la ciudadanía no toma conciencia sobre la calidad de su consumo alimenticio; toda vez el escaso conocimiento sobre seguridad alimentaria se correlaciona como un peligro asintomático en la salud del consumidor. De igual manera, se ha obtenido evidencia que la legislación alimentaria peruana no está redactada en una "lingua franca", en tanto muchos alimentos azucarados como el chocolate ocultan la presencia de hidroximetilfurfural en su rotulado nutricional, a pesar de ser cancerígenas con potencial genotóxico y que las autoridades sanitarias internacionales exigen su cuantificación como parámetro de calidad y nota de advertencia en el alimento.

Palabras clave: Comunicación, déficit cognitivo, enfermedades coronarias, percepción del riesgo, alimentación.

ABSTRACT

In the present investigation, a detrimental influence of dietary consumption habits has been identified in the development of coronary heart disease in the population of Piura (Peru). The consumer does not know what he eats because he does not understand what he reads on the food packaging. In this way, it is understood as a high social misinformation that attenuates the perception of risk in the consumer during the process of selection and consumption of food. The results provided by the behavioral observation of the consumer and the responses to the questionnaire show that citizens are not aware of the quality of their food consumption; Every time the scarce knowledge about food safety is correlated as an asymptomatic danger in the health of the consumer. Similarly, evidence has been obtained that Peruvian food legislation is not written in a "lingua franca", as many sugary foods such as chocolate hide the presence of hydroxymethylfurfural in their nutritional labeling, despite being carcinogenic with genotoxic potential and that the international health authorities require its quantification as a quality parameter and warning note on food.

Keywords: Communication, cognitive deficit, coronary heart disease, risk perception, diet.

INTRODUCCIÓN

La alimentación es la base de la supervivencia para la humanidad. Las actividades diarias generan un desgaste físico y mental durante el pasar de las horas, lo cual, de forma correlativa, incide en una disminución gradual del rendimiento energético. Es por eso que el cuerpo requiere del suministro de alimentos (nutrientes) como fuente de energía para regenerarse del cansancio, reiniciar las tareas en curso y gozar de una óptima salud a largo plazo. Sin embargo, existe una diferencia reveladora entre la acción de alimentarse y nutrirse; la primera, hace referencia al consumo de alimentos sin importar los efectos en el cuerpo y el segundo, implica un aporte nutricional saludable a la persona. En alusión a lo expuesto, es común observar un número significativo de la población mundial con hábitos de consumo alimenticio deficientes y por tanto expuestos a enfermedades crónico-metabólicas como la hipertensión arterial, el sobre peso, obesidad, entre otras. De manera secuencial, un importante porcentaje de estas personas son responsables de su deficiente salud por factores como el sedentarismo, el consumo de comida chatarra o el desinterés general en una dieta balanceada.

La industria alimentaria ha perjudicado de forma recurrente la salud de los consumidores con la comercialización de alimentos tóxicos. La ética, la veracidad y transparencia informativa son principios transversales teóricamente presentes en la publicidad de los medios de comunicación. Sin embargo, en las presentaciones de los alimentos no se comunican los valores mencionados al consumidor, de tal forma que se le brinda una información engañosa sobre la composición y calidad nutricional de los víveres, impidiéndole ser totalmente consciente de lo que se come. La deficiente lectura de las etiquetas, sumado a la rapidez de compra y el desconocimiento interpretativo sobre los nutrientes que contienen las tablas nutricionales, son factores responsables por los cuales los consumidores ingieren muchas grasas y azúcares no saludables en alimentos aparentemente beneficiosos para la salud (Carbajal Gómez, et al., 2018; Carrillo-Álvarez, et al., 2020).

Precisamente, los alimentos que comúnmente despiertan estas experiencias emocionales de consumo son la comida chatarra, cuyo marketing resalta una felicidad enlata de diabetes y de enfermedades cardiovasculares bajo la promoción de nutrientes indulgentes que carecen de sustento científico para determinar la calidad del producto. En otras palabras, la publicidad alimentaria se centra en difundir experiencias más no el conjunto de beneficios funcionales demostrables de los nutrientes (Rovirosa, et al., 2016).

Concatenado al punto anterior, la indulgencia publicitaria de los alimentos obnubila el discernimiento crítico en los consumidores durante la selección del producto; pues son manipulables cuando perciben que alcanzarán el supuesto beneficio que expone el nutriente en la imagen de marca (persona) de la etiqueta (Zafra, 2017). Así pues, el marketing alimentario, siguiendo a Gómez, et al. (2015), reportan que el 83% de la comunicación de las marcas alimentarias se basa en vender felicidad y diversión, un 59% en imaginación y fantasía, 55% en dibujos animados y un 97% en la música. La presente estadística muestra que la intención del marketing alimentario no es educar al consumidor sobre patrones de ingesta alimenticia saludable sino más bien la conversión de un deseo en una necesidad de consumo innecesario, a pesar del efecto dañino que esto pueda tener.

Diversos expertos reportan que la percepción de riesgo que tiene un consumidor para determinar si es saludable o dañino no depende tan solo de los atributos y la composición inherente del alimento; sino que viene condicionada por la influencia comercial que generan los entornos socio-culturales y político-legales para proteger la rentabilidad de marca de ciertas industrias alimentarias. Así pues, se entiende que cuando una publicidad persigue fines comerciales los medios de comunicación se deslindan de los preceptos éticos y científicos; comunicando de manera parcial solo los atributos del alimento y ocultando todos aquellos componentes dañinos que constituyen un peligro potencial para el consumidor (Zafra, et al., 2016).

Según Bento (2019), el Estado no tiene un rol proactivo en cuanto a la regulación de una oferta diversificada de alimentación saludable en las distintas instituciones sociales donde se da hincapié a la formación y modulación de patrones alimenticios en la sociedad. La fundamentación se basa en la marcada tendencia hacia la obesidad y el sobrepeso en jóvenes adolescentes que a temprana edad prefieren consumir en las Universidades y Colegios alimentos chatarra en vez de la ingesta de fruta y verdura pautadas por la organización mundial de la salud; factor que describe una clara ventaja expositiva de productos de bajo valor nutricional a través de incentivos de merchandising para estimular al consumo de alimentos chatarra. En el Perú, la entrada en vigor de los octógonos alimentarios ha buscado promover un consumo informado en la persona, sin embargo, los efectos prácticos de la norma muestran que le genera confusión; entretanto no entiende lo que lee, por lo tanto, no atiende lo que contiene el alimento, en consecuencia, no pondera o valora lo que consume (Arista Fernández, et al., 2018).

El octógono de alto en azúcar no necesariamente implica un riesgo para la salud en el consumidor, en tanto el tipo

de azúcar determina la calidad o el peligro del alimento. No es lo mismo un azúcar natural proveniente de un carbohidrato complejo que de un hidrato de carbono simple; mientras el segundo genera picos de glucosa que alteran las hormonas del hambre el primero acelera el metabolismo, la quema de grasa visceral y brinda un estado de saciedad en el consumidor. La ley octogonal sin embargo no hace esa clase de distinción en el rotulado alimentario, lo cual restringe los elementos de juicio informativos y formativos para que la persona pueda tomar una decisión ponderada.

Los rechazos por parte de las compañías para cumplir con las normativas de transparencia alimentaria están fundamentados también en una dimensión económica. El hecho de rediseñar los principios de inocuidad y salubridad a través de una estandarización tecnológica para producir alimentos con menor contenido de grasa o azúcar, implica una serie de sobrecostos que la empresa no está dispuesta a asumir porque reduce el margen de rentabilidad en el mercado. Así pues, según Cobo (2018), fundamenta que algunos slogans alimentarios ameritan una sanción porque promueven la indulgencia adictiva en los consumidores sin responsabilizarse de los daños potenciales ocasionados durante la ingesta recurrente; el slogan "Kinder Sorpresa" de la empresa Ferrero según el presente autor.

La inexistente participación de la masa popular en la cadena productiva de valor alimentaria lo mantiene desinformado sobre los modos de preparación e insumos químicos utilizados para la producción de las despensas; es en este punto que las multinacionales usan etiquetas con descripciones ininteligibles de nutrientes aprovechando la pasividad del consumidor.

En Perú el panorama tampoco es alentador, la mayoría de los alimentos son elaborados de forma artesanal, sin cuidado técnico, control de temperatura, tiempos de cocción ni procesos productivos uniformizados y estandarizados. Sin embargo, obtienen la certificación de salubridad e inocuidad alimentaria por parte de las autoridades sanitarias porque los análisis de calidad son muy simples y no estudian a profundidad la composición nutricional de los alimentos.

De igual manera, la escasa rigurosidad en la evaluación metabólica de los alimentos que aplican los estados fomenta un alto desconocimiento por parte del consumidor acerca de lo que está comiendo y las enfermedades relacionadas que puede contraer durante el tiempo.

Se identifica que en los medios de comunicación la publicidad de alimentos chatarra opaca la promoción de alimentos saludables, fundamentalmente porque los

productos nutritivos pierden el rendimiento sensorial esperado por el consumidor. Se identifica que existen creencias populares como "una vez al año no hace daño" que justifican el consumo de alimentos insalubres, lo cual demuestra que el consumidor valora más el aspecto estético que el funcional entorno al juicio indulgencia-salud; el valor percibido se inclina más al consumo de alimentos chatarra que la aversión del riesgo a la salud. En tal sentido, en este contexto, los autores Crosa, et al. (2014), demuestran que los consumidores prefieren ingerir las marcas reconocidas del mercado; en latitudes como Uruguay los snacks con menor contenido de grasa y acrilamida (sustancia cancerígena con potencial genotóxico), mayor conservación nutricional pero menor potencial sensitivo, tienen una menor aceptación de consumo por parte de la sociedad.

En la sociedad peruana es necesario que la percepción del riesgo en el consumidor esté compuesta por elementos de juicio técnico, legal y científico-nutricionales a la hora de escoger los alimentos. Para ello es pretérito incondicional proporcionar un lenguaje comprensible en las etiquetas nutricionales, de tal modo que el consumidor sabe en cada momento que está comiendo. De tal forma, estudios realizados por Jiménez, et al. (2018), muestran que la publicidad alimentaria debe informar, formar y entretener al consumidor con un enfoque de responsabilidad social; promover hábitos de consumo alimenticio saludables a través de historias empoderadas con aprendizajes significativos sobre nutrición, que le permitan al consumidor discernir entre un slogan engañoso y uno veraz.

Un grupo significativo de autores coinciden que la motivación de compra en la percepción del consumidor se fundamenta principalmente en la emoción que genera el "branding" de la marca del alimento (Peña & Reidl, 2015; Gómez; et al., 2015; Plagio, 2017; Jiménez, et al., 2018; Gil, 2020). De igual manera, el consumo informado de alimentos debe ser regulado por un inventario de buenas prácticas alimenticias codificadas en las etiquetas de los productos; el ser humano tiene derecho a la escogencia de una alimentación saludable en base a un acceso libre e informado del conocimiento científico y tecnológico, que propicie una nutrición orientada a la salud y el bienestar del consumidor. Los medios de comunicación tienen la responsabilidad social de informar, formar y entretener con el valor de la verdad, en base a historias de vida o reportajes que proporcionen evidencias para que la sociedad tenga soberana conciencia alimentaria sobre su nutrición (Paiva, 2019).

Los autores: León, et al., (2012); Crosa, et al. (2014); Bejarano, et al., (2015); Zafra, et al., (2016); Zafra (2017);

muestran que un factor determinante que agrava los escasos niveles de seguridad alimentaria y la aparición de enfermedades metabólicas como el sobrepeso y la diabetes en la sociedad son las leyes laxas de control bromatológico que se negocian en los acuerdos comerciales.

Se identifica una escasa estandarización tecnológica de los parámetros de evaluación para determinar la calidad nutricional de los alimentos; en tanto debe haber una articulación multiorganizacional entre la sociedad, la empresa y los gobiernos para garantizar una trazabilidad ética en toda la cadena alimentaria. En tal contexto, en este sentido, la alimentación es una necesidad básica para la óptima salud del consumidor; lo cual exige que se revise y reduzcan, a través de mejoras productivas, los componentes dañinos en los alimentos que han demostrado generar las enfermedades mencionadas, de cara a la percepción del riesgo en el consumidor.

Las leyes de seguridad alimentaria no aplican mecanismos rigurosos de fiscalización y amonestación a las empresas de alimentos poco saludables; aun a sabiendas que contienen sustancias genotóxicas o insalubres que ocasionan enfermedades metabólicas por su consumo frecuente (demostrable). De tal forma que un peligro real pasa desapercibido por el desconocimiento del cliente, lo que aprovecha la industria alimentaria para eximirse de la responsabilidad de garantizar un consumo informado.

La escasa percepción del riesgo sobre la seguridad alimentaria parte de las dicotomías legales que comunican la ley para promover la alimentación saludable en el consumidor. Autores como Blanco, et al. (2011); Arista Fernández, et al. (2018); y Reyes (2018), indican que el semáforo nutricional es ambiguo; entretanto la ley no delimita con suficiente data el concepto de saludable en los alimentos. Falta mejorar la política de etiquetado en tanto un alimento alto en azúcar natural no tiene el mismo efecto metabólico que un alimento alto en azúcar procesado; sin embargo, el octógono no comunica esa distinción a perspectiva del cliente.

En la práctica, en las sociedades occidentales la alimentación saludable (superalimentos) es un bien transable de acceso restringido para las clases sociales pudientes, contraviniendo con lo expuesto por De Gorbán, et al. (2014), referente al derecho consagrado en la Declaración Universal de derechos Humanos, de acceder a una alimentación saludable, segura y económicamente accesible. En tal sentido, Álvarez, et al. (2020), proponen empoderar a la masa popular con capacidades legislativas para el establecimiento de una guía alimenticia de acceso público a través de presupuestos participativos; en donde la ciudadanía establece los criterios de selección de

los alimentos en base a conceptos como calidad y precio, mientras el Estado recoge estas demandas sociales en un programa de alimentación sostenible para todos. Sin embargo, el resultado reporta que, a mayor calidad alimentaria, menor es el acceso de los estratos socioeconómicos más bajos.

Ordóñez, et al. (2021), reportan que la aparición del COVID-19 en la población universitaria de Ecuador no ha alterado los hábitos de consumo alimenticio entretanto el aislamiento más bien se ha constituido como un agravante para incrementar el consumo de alimentación chatarra; independientemente de los potenciales peligros que podría suponer para el contagio vírico el sedentarismo y la mala alimentación, la percepción del riesgo sigue siendo escasa.

Precisamente, diversos expertos en la materia de la alimentación reportan que a las personas les atrae más el "junk food" que la comida sana porque es indulgente desde el punto de vista biológico. Pero, por otro lado, existe un segmento de la sociedad con buenos hábitos alimenticios, expuestos también al riesgo de contraer enfermedades por el consumo de alimentos supuestamente inocuos (sanos) pero con presencia de sustancias tóxicas soslayadas en las etiquetas.

Diversos estudios reportan que la modulación y la formación de hábitos alimenticios saludables o no saludables dependen en gran medida de la educación familiar recibida en los primeros años de vida. La conciencia alimenticia transmitida a temprana edad por parte de los padres de familia permite desarrollar una mayor capacidad de discernimiento en los jóvenes sobre lo que constituye un alimento sano o dañino, en edad adulta. En este contexto, la exposición masiva de publicidad alimentaria en la televisión y en las redes sociales favorece el desarrollo de enfermedades cardiovasculares y obesidad en los niños con nula educación alimentaria por su escasa percepción del riesgo para la salud. Por lo expuesto, es pretérito el trabajo multiorganizacional entre el Estado, las instituciones educativas y los padres de familia para proporcionar estrategias de alimentación saludable orientadas a la promoción de la salud y el bienestar en el niño (Macías, et al., 2012).

Otro estudio reporta que la adquisición de malos o buenos hábitos alimenticios está comúnmente relacionado a la cantidad de tiempo que pasan los individuos delante de la televisión, la publicidad alimentaria percibida en la televisión manipula las improntas primarias en el individuo; en tanto influye subconscientemente sobre el acondicionamiento emocional a decidir por los alimentos publicitados y no los recomendados por los especialistas y

las instituciones públicas. La conclusión reporta que la restricción a la publicidad alimentaria televisiva apoya al desarrollo de buenas prácticas alimenticias a contraposición, la sobreexposición televisiva agrava malos hábitos alimenticios (Hare-Brunn, et al., 2011). Al convivir diariamente con un elemento que damos por hecho y que constituye parte de nuestro circuito de recompensa (felicidad), no centramos la atención en los peligros ocultos que podría ocasionar el consumo del “junk food” a largo plazo.

Es recurrente identificar promociones que manipulan el atractivo visual de los alimentos con el respaldo de una certificación orgánica – ecológica y una silueta escultural; cautivando la decisión de compra del consumidor por un alimento bajo en grasas y por tanto alineado a su cuidado corporal. No obstante, lo que determina la calidad de un producto no es la proporción de ingredientes si no su composición nutricional expresada en términos de kilogramo consumido por día-persona. Diversos expertos reportan que las inexistencias de estas referencias en el rotulado alimentario inciden en la dificultad para el consumidor de distinguir entre los alimentos que constituyen una opción saludable de los dañinos.

En este contexto, la falta de criterio científico (clínico) para la interpretación de los porcentajes nutricionales de parte de los clientes es aprovechado por las multinacionales en vulnerar las leyes de seguridad alimentaria, obviando la información sobre los probables efectos toxicológicos en la salud de las personas durante el consumo alimenticio. Además, existe un etiquetado ineficiente y engañoso para los clientes, ya que las características nutricionales y el etiquetado no muestran ningún dato referencial al consumidor para que este pueda valorar si un alimento es saludable o no. Es por ello que el consumidor a la hora de escoger un producto al no entender el etiquetado se deja influenciar más en la publicidad engañosa que en lo que realmente el alimento contiene en su interior.

Un fundamento principal que justifica el desarrollo del presente informe es la deficiente presencia de los medios de comunicación entorno a las campañas de concientización nutricional en la sociedad, en tanto los malos hábitos de consumo alimenticio contribuyen a las altas cifras de muerte por diabetes y otras enfermedades asociadas, en el Perú.

MATERIALES Y MÉTODOS

En este informe se recogieron a través de la observación y el cuestionario, los principales factores que determinan los hábitos alimenticios en la población piurana. De igual manera, se demostró vía un análisis metabólico por cromatografía líquida de alta eficacia, que una gran

variedad de alimentos oculta sustancias cancerígenas con potencial genotóxico en el rotulado nutricional, detentando contra el consumo informado decretado por la ley de seguridad alimentaria. Los resultados del estudio muestran que la legislación alimentaria no proporciona información precisa y fiable en las etiquetas nutricionales, para garantizar un consumo informado en el ciudadano lego. A su vez, ello ocasiona que el cliente no entienda lo que come y su percepción de peligro sea notoriamente escasa o nula. En este contexto, la población piurana presenta malos hábitos alimenticios entre tanto los altos índices de sobre peso y otras enfermedades coronarias están relacionadas con una excesiva ingesta de kilocalorías vacías proporcionadas por el consumo reiterativo del arroz y otros similares.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Al analizarse los patrones de consumo alimenticio de la población piurana, se identificó que la escasa educación sobre buenas prácticas nutricionales incide en un bajo entendimiento con respecto a la información de los alimentos y una escasa percepción del riesgo a la salud; al hacerse el cruce de información entre las respuestas obtenidas de la encuesta y lo observado en la realidad, la tendencia es una dieta rica en carbohidratos, almidón y azúcares, muy calórica y menos abundante en verduras y hortalizas.

El 52,9% varía entre arroz y fideos durante su dieta alimenticia diaria y apenas un 1,5% consume ensaladas o alimentos de bajo valor glucémico (Figura 1).

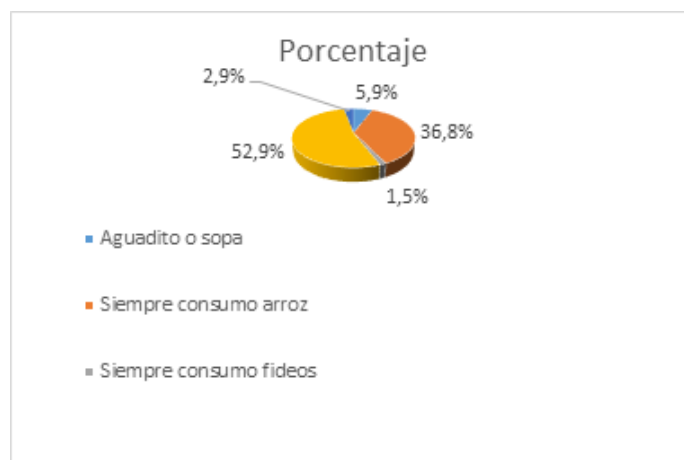


Figura 1. Comida con que se suele acompañar el almuerzo.

Este fenómeno guarda similitud con la teoría señalada por Sandman; la sociedad percibe un mayor riesgo y/o amenazas de peligro a eventos no controlables que a fenómenos delimitados bajo su dominio y control. A pesar que Piura es el segundo departamento del Perú con mayor

porcentaje de la sociedad con enfermedades metabólicas y o coronarias debido a factores como el sedentarismo, el sobrepeso, el exceso de alcohol, tabaco y la deficiente alimentación, la población piurana manifiesta un hábito de consumo alimenticio indulgente hacia la dieta mencionada, percibiendo un riesgo inexistente para su salud.

Esta tendencia es coincidente con el 39.7% y 14.7% de la población encuestada que desconoce que por el consumo reiterativo de alimentos con alto índice glucémico existe el riesgo de padecer estas enfermedades metabólicas (Figura 2).

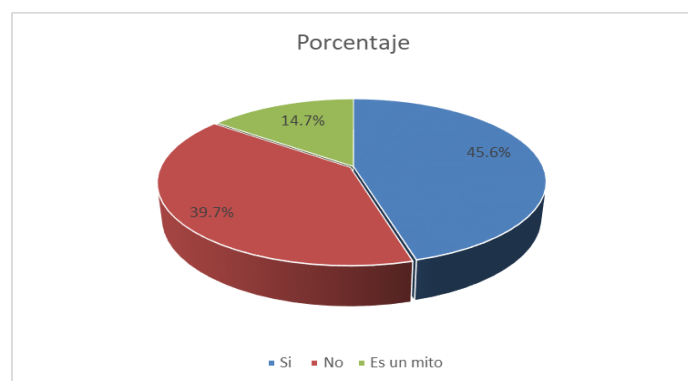


Figura 2. Incidencia de alimentos ricos en carbohidratos en las enfermedades metabólicas.

La amplia amalgama de publicidad alimentaria chatarra presente en los medios sociales, se superpone a las campañas de concientización sobre buenas prácticas nutricionales en la sociedad, lo que dificulta el proceso de cambio a nuevos hábitos de consumo alimenticio.

Con respecto al objetivo de cuantificar el exceso de metabolitos dañinos en los principales víveres de la canasta básica familiar piurana, se han realizado análisis bioquímicos de muestras de algarrobina, chifle y chocolate con leche y maní (Sublime) en los que se identificó la presencia de sustancias cancerígenas con potencial genotóxico como el hidroximetilfurfural, tal como se muestra en el siguiente resultado (Tabla 1 y 2):

Tabla 1. Ensayo químico Chifle.

Ensayo	Resultados
Hidroximetilfurfural(mg/kg)	0.2

Tabla 2. Ensayo químico del Chocolate.

Ensayo	Resultados
Hidroximetilfurfural(mg/kg)	9.10

Las muestras de chocolate con leche y chifles en su rotulado alimentario no cuantifican a modo de advertencia la presencia de hidroximetilfurfural; en cifras el cuadro 03 referente al chocolate indica 9.10 mg/kg de este componente. A contraposición, la muestra de chifles presenta una cantidad significativamente menor, 0.2 mg/kg de HMF. Los resultados infieren que la cantidad de esta sustancia varía según el nivel de estandarización tecnológica que presente el alimento durante el proceso de elaboración.

A pesar de que los alimentos mencionados poseen estos micronutrientes son considerados como productos de alto valor nutricional, promocionándose como un alimento necesario en la cesta diaria. Los metabolitos no están reflejados en la etiqueta nutricional de dichos productos, hecho que ocasiona una omisión de información al consumidor. Estos datos se correlacionan con comportamientos(hábitos) comúnmente controlados por la sociedad que no despiertan miedo en la población. Existe una similitud entre la aceptación del consumo de cigarrillos en la década de los años 50 y el consumo de alimentos tradicionales como la algarrobina que tienen un potencial cancerígeno pero que hasta que no se demuestre clínicamente su toxicidad no se generará una cultura de rechazo tal y como ocurrió con el cigarrillo.

Por lo expuesto, este suceso no encaja con la expresión "sociedad del riesgo"; término que hace referencia a una amalgama de cuestiones sobre la neutralización de peligros y limitaciones inhibidores del progreso,

Es por eso que un número abundante de la población peruana esta desprotegida a la seguridad alimentaria, porque no saben diferenciar entre peligro potencial y riesgo; entendido el primer término como un evento del entorno que provoca una potencial amenaza lejana pero previsible de neutralización;

Simultáneamente, el hecho se remite al modelo de déficit cognitivo, la información nutricional que se transmite al consumidor esta abultada de terminología especializada exenta de una "lengua franca" que permita la inteligibilidad de la etiqueta nutricional para una adecuada selección informada y concienciada del alimento a consumir.

CONCLUSIONES

El estudio concluye que en Piura la población no manifiesta un consumo informado con respecto a sus hábitos alimenticios en tanto no tienen suficientes elementos de juicio para distinguir los alimentos en saludables o dañinos según la información proporcionada por la etiqueta; por lo tanto la percepción del riesgo sobre la alimentación con respecto a la salud es escasa o inexistente, aun

habiendo datos estadísticos de altas tasas de enfermedades metabólicas asociadas a la dieta tradicional.

La población piurana manifiesta una tasa de alfabetismo científico deficiente en cuanto a la adecuada interpretación de la tabla nutricional y por tanto desconoce la manipulación y el tratamiento de los alimentos que selecciona para su consumo. El consumidor se basa más en una costumbre familiar para la compra alimentaria y por tanto no presenta un criterio técnico de acuerdo a lo requerido por el metabolismo basal.

La dieta alimenticia más común en los piuranos se basa en una dieta hipercalórico y con un alto valor glucémico que es ocasionado por el elevado porcentaje de población procedente de la serranía cuya dieta se basa a las doce horas de fuerte jornada laboral en trabajos agrícolas. Esta costumbre se ha mantenido en una sociedad sedentaria que solo es capaz de quemar pocas calorías al día por su escaso ejercicio durante el día. Esta dieta rica en carbohidratos es la causante de varias enfermedades metabólicas asociadas a una deficiente alimentación, en este caso en exceso. No se percibe ningún comportamiento de rechazo a esta costumbre alimentaria a pesar que existan estudios que demuestran la presencia de metabolitos perjudiciales para la salud.

En consecuencia, el rotulado nutricional está obviando la ingesta diaria admisible de estos alimentos considerando la presencia de los metabolitos ya mencionados.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arista Fernández, H., Mundaca Rojas, K., Sosa Flores, J., & Anaya, V.T. (2018). Ley 30021 de Promoción de Alimentación Saludable para niños, niñas y adolescentes. *Revista Científica Salud Colectiva*, 14(3), 639-640.
- Bento, A. (2019). Estrategia para la Alimentación Escolar en Portugal: una propuesta. *Revista Española de Nutrición Humana y Dietética*, 23(1), 76-77.
- Carbajal Gómez, I., Bernuí Leo, I., & Mamani Cruz, S. (2018). *Efectos del programa de escuelas saludables en las prácticas de alimentación de estudiantes de primaria en Santa Anita, Lima- Perú*. *Revista de Nutrición de la Confelanyd*, 5(5).
- Carrillo-Álvarez, E., Cussó-Parcerisas, I., & Muñoz-Martínez, J. (2020). Determinación del coste mínimo para una alimentación sostenible en España al alcance de todos. *Revista Española De Nutrición Humana Y Dietética*, 24(Sup 1), 45-46.
- Cobo, N. (2018). Ley de rotulación de alimentos de Chile: ¿Traba comercial o protección de la salud? *Revista de Direito Internacional*, 262 -273.
- Crosa, M.J., Elichalt, M., Skerl, V., Cadenazzi, M., Olazábal, L., & Silva, R. (2014). Chips de papa, la fritura en vacío y beneficios para la salud. *Revista del Laboratorio Tecnológico del Uruguay*, 9 70- 73.
- De Gorban, M. K., Carballo, C., Paiva, M., Abajo, V., Filardi, M., Giai, M., Veronesi, G., Risso Patrón, V., Graciano, A., Broccoli, A. M., Gilardi, R. (2011). Seguridad y Soberanía Alimentaria. Librería Akadia Editorial.
- Gómez, P., Zapata, M. E., Roviroso, A., Gotthelf, S., & Ferrante, D. (2015). CO026. Características y elementos de persuasión en publicidades de alimentos y bebidas según su calidad nutricional en canales infantiles de Argentina. *ALAN Revista*, 65(2), 1-2.
- Hare-Bruun, H., Nielsen, B. M., Kristensen, P. L., Møller, N. C., Togo, P., & Heitmann, B. L. (2011). *Television viewing, food preferences, and food habits among children: A prospective epidemiological study*. *BMC Public Health Open Access*. <https://bmcpublichealth.biomedcentral.com/articles/10.1186/1471-2458-11-311>
- Jiménez-Morales, M., Montaña, M. & Vázquez, M. (2018). Estrategias discursivas en la publicidad audiovisual de productos de bajo valor nutricional dirigidos al público infantil: felices, valientes y obesos. *Palabra Clave*, 22(3).
- Macías, A. I., Gordillo, L. G., & Camacho, E. J. (2012). *Hábitos alimentarios de niños en edad escolar y el papel de la educación para la salud*. *Revista Chilena de Nutrición*, 39(3), 40-43.
- Ordóñez Araque, R., Caicedo Jaramillo, C., & Gessa Galvez, M. (2021). *Eating habits and physical activity of the students of the Universidad Iberoamericana del Ecuador (UNIB.E)*. *Revista de Nutrición Clínica y Dietética Hospitalaria*, 41(2), 80-85.
- Paiva, M. (2019). Derecho a la alimentación, soberanía alimentaria, géneros y educación alimentaria en la práctica profesional. *Revista Española De Nutrición Humana Y Dietética*, 23(Supl. 1), 118-119.
- Peña Fernández, E., & Reidl Martínez, L. M. (2015). Las emociones y la conducta alimentaria. *Acta de Investigación Psicológica*, 5(3), 2183-2192.
- Reyes Jedlicki, M. (2018). Etiquetado de Alimentos en Chile: comentarios a la carta sobre la Ley 30021 de Perú. *Revista Salud Colectiva*, 14(3), 641-642.

- Rovirosa, A., Zapatab, M.E., Gómez, P., Gotthelfd, S., & Ferrante, D. (2016). Alimentos y bebidas publicitados en canales infantiles de Argentina: frecuencia, duración y calidad nutricional. *Revista Arch Argent Pediatr*, 115(1), 28-34.
- Zafra Aparici, E. (2017). Educación alimentaria: salud y cohesión social. *Revista Científica Salud Colectiva*, 13(2), 295-304.
- Zafra Aparici, E., Muñoz García, A., & Larrea-Killinger, C. (2016). ¿Sabemos lo que comemos?: Percepciones sobre el riesgo alimentario en Cataluña, España. *Revista Salud Colectiva*, 12(4), 505-518.