

Celia Banacloig Maruenda, Rebeca De León-Sotelo Asensio y María Martínez Torrecillas (IES Ben Arabi).
Pablo Navarro Parra, Juan José Jiménez García e Israel Núñez Jiménez (IES Floridablanca).

Introducción

Con este trabajo se pretende conocer qué conocimientos nutricionales tienen los adolescentes y fomentar en ellos el hábito de leer las etiquetas para comparar los productos alimentarios que van a adquirir.

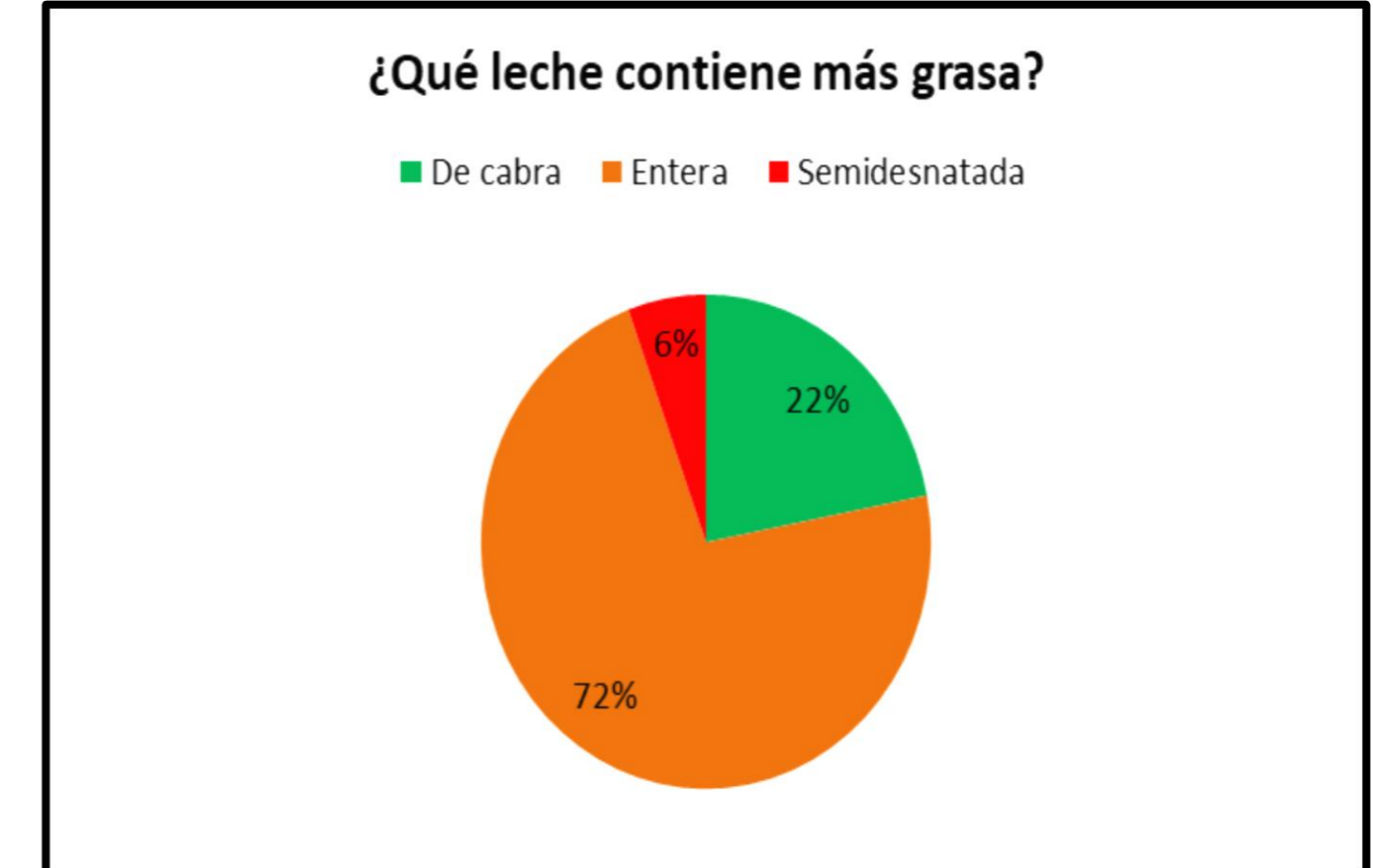
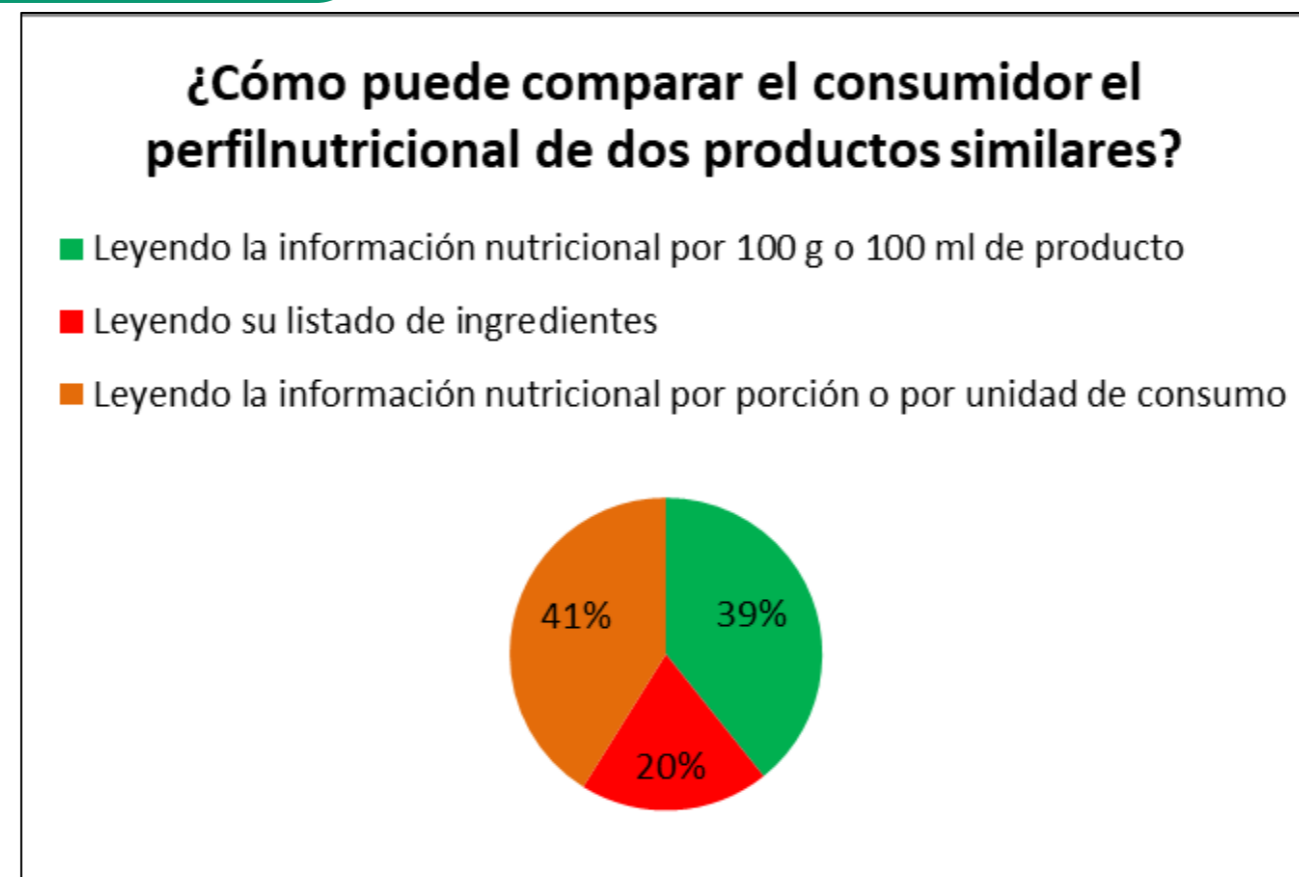
Objetivos

1. Fomentar el interés por la lectura de etiquetas.
2. Determinar el grado de conocimiento de la información nutricional que tienen los adolescentes.
3. Determinar si existen diferencias entre las características nutricionales que dan los fabricantes de marcas blancas y de marcas propias.
4. Utilizar las declaraciones nutricionales de diversos alimentos para aclarar las características nutricionales de diferentes grupos de alimentos.
5. Aprender en la práctica el concepto estadístico de diferencia significativa
6. Determinar si dentro de diferentes grandes grupos de productos hay algunos subgrupos que difieran del resto.

Materiales y métodos

1. Se ha realizado una encuesta sobre el etiquetado nutricional de alimentos envasados a más de 200 alumnos y alumnas con edades comprendidas entre los 13 y los 18 años.
2. Se han distribuido los alimentos envasados en grupos y subgrupos. Se han escogido 3 productos de cada tipo y, a su vez, dentro de cada alimento concreto, se han tomado los datos de 3 etiquetas de marca blanca y 3 de marca propia del fabricante.
3. Se han registrado los datos en formato Excel para facilitar la comparación entre ellos y con los resultados de la encuesta.
4. Mediante el paquete estadístico MINITAB, se han realizado análisis de la varianza y test de comparación de medias (test de Tuckey) para los factores marca blanca (si el producto es de marca blanca o de alguna marca propia del fabricante) y tipo de producto. Los datos más relevantes se han graficado con MINITAB (gráficos de cajas) y con Excel (gráficos de barras).

Resultados y conclusiones



Figuras 1, 2 y 3. Ejemplos de respuestas a la encuesta con un porcentaje de error superior al 60 %

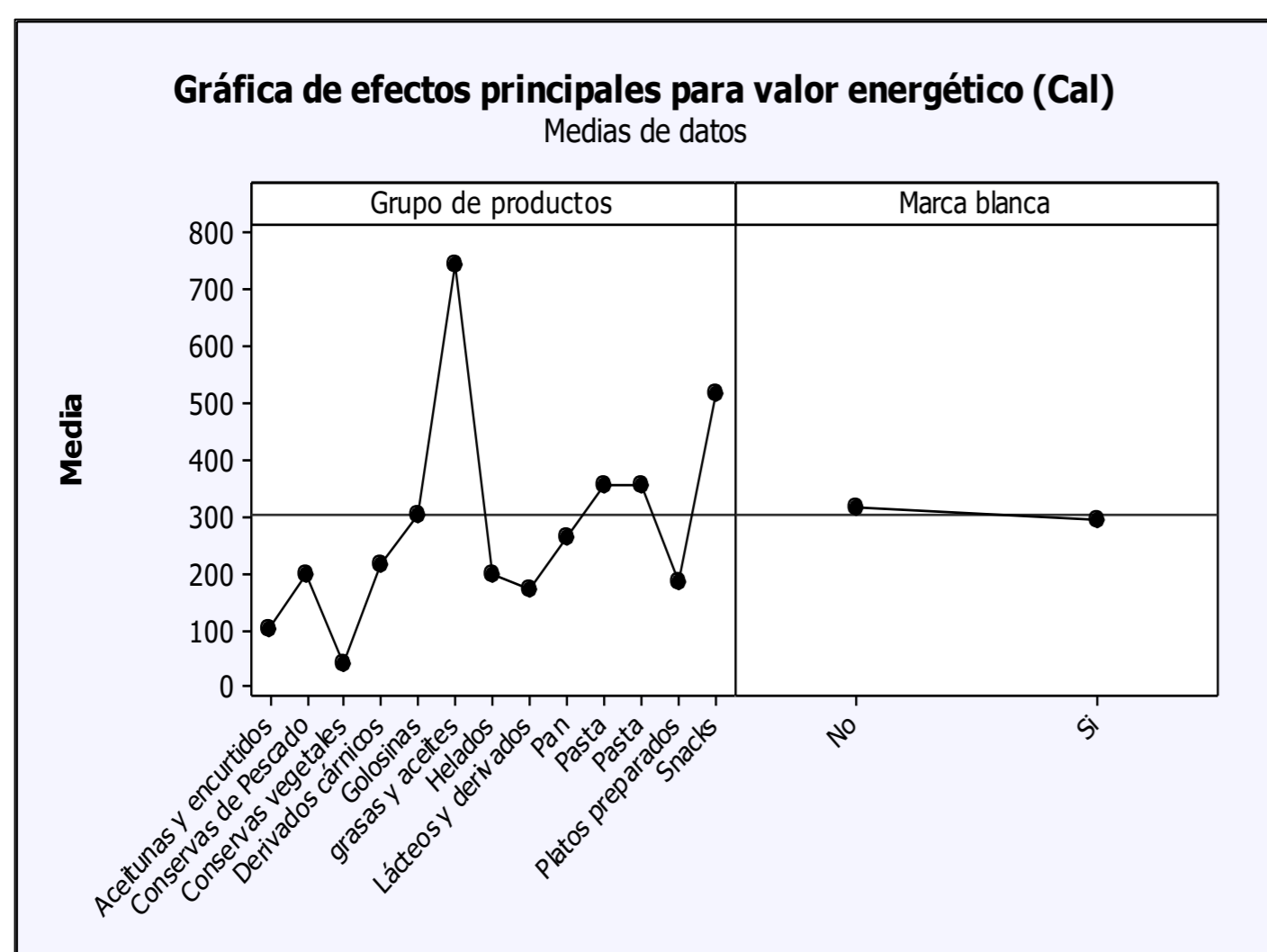


Fig. 4. No hay diferencias significativas entre marcas blancas y propias del fabricante

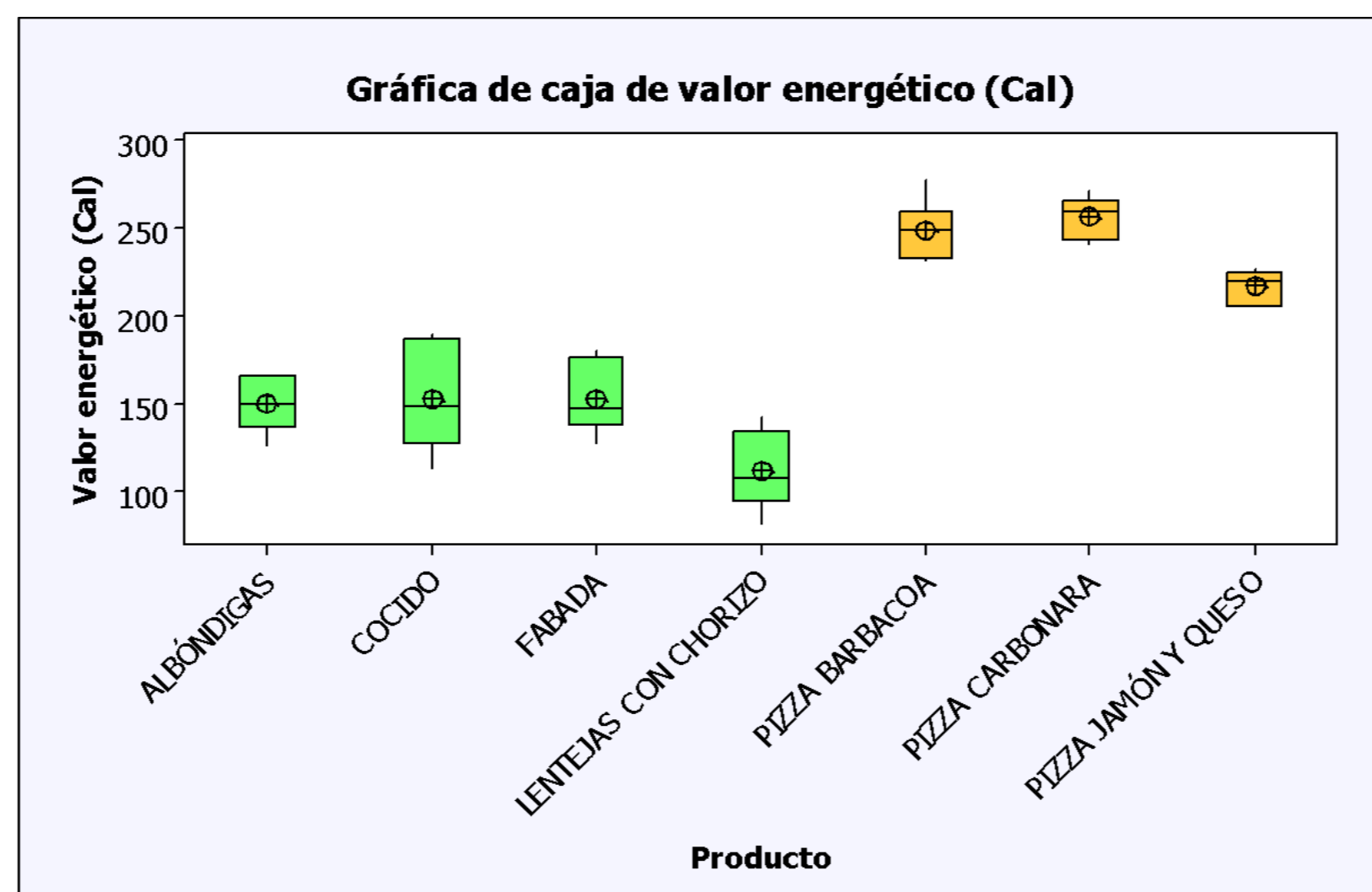


Fig. 5. Los platos de cuchara contienen menos Calorías que las pizzas

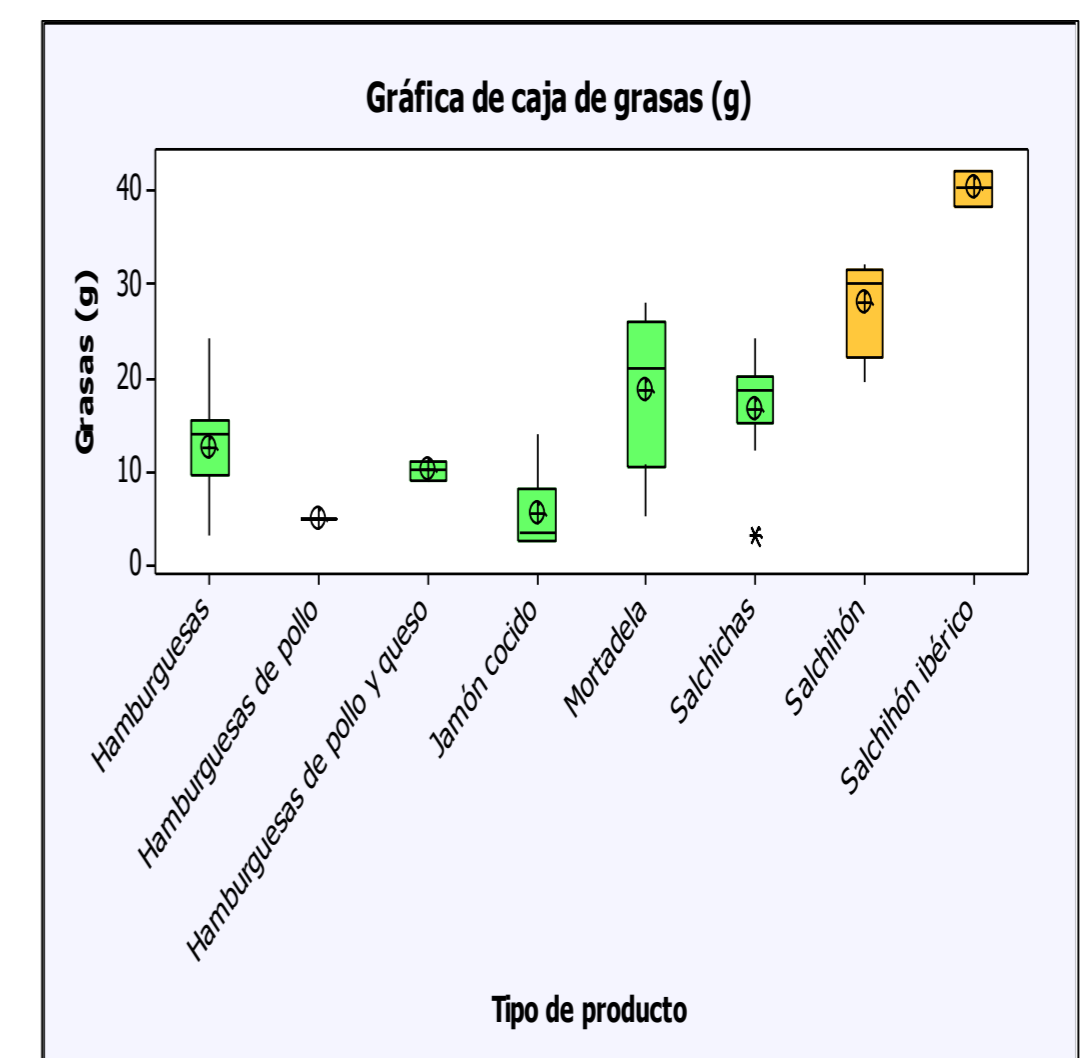


Fig. 6. El salchichón es más graso que los otros derivados cárnicos estudiados

1. La lectura comparativa de etiquetas permite conocer mejor los productos que consumimos y ayuda a realizar opciones de compra responsables.
2. Los conocimientos previos de los adolescentes no son muy elevados, con un porcentaje de desacuerdo entre el 13 y el 88 %.
3. No se observan diferencias significativas al comparar distintas marcas blancas y marcas propias.
4. Leyendo etiquetas se pueden detectar diferencias entre productos concretos y entre grupos de productos.