



Ministerio de  
Salud

Gobierno de Chile



UNIVERSIDAD DE CHILE  
Instituto de la  
Comunicación e Imagen  
ICEI



# ENCUESTA NUEVA LEY DE ETIQUETADO DE ALIMENTOS MINSAL

PRESENTACIÓN PRELIMINAR DE RESULTADOS

Subsecretaría de Salud Pública  
Ministerio de Salud de Chile

Santiago, enero de 2017.

# OBJETIVOS DEL ESTUDIO

## ✓ **Objetivo general:**

Describir las percepciones y actitudes de los consumidores respecto a las medidas estatales en el marco de la implementación del Decreto 13/15.



## ✓ **Objetivos Específicos:**

- Identificar el reconocimiento y entendimiento que los(as) consumidores presentan de las medidas estatales en el marco de la implementación del Decreto 13/15.
- Identificar el impacto de las medidas estatales en el marco de la implementación del Decreto 13/15 en los hábitos de consumo y de compra de las personas.
- Reconocer las evaluaciones de los(as) consumidores respecto de las medidas estatales en el marco de la implementación del Decreto 13/15.

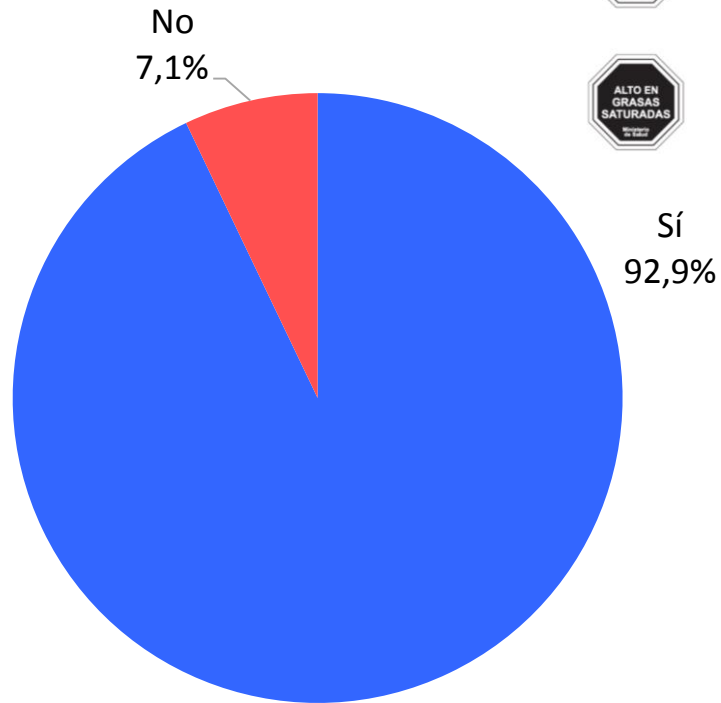
# FICHA TÉCNICA ENCUESTA

<b>Diseño del Estudio</b>	Estudio cuantitativo descriptivo de carácter longitudinal. Diseño realizado por el Instituto de la Comunicación e Imagen de la Universidad de Chile.
<b>Grupo Objetivo</b>	Población de 18 años y más, hombres y mujeres, residentes en Gran Santiago y pertenecientes a todos los niveles socioeconómicos.
<b>Diseño Muestral</b>	Muestreo estatificado con afijación proporcional considerando las comunas del Gran Santiago como estratos en función de su nivel socioeconómico preponderante, y selección probabilística en todas las etapas.
<b>Tamaño Muestral</b>	1.067 casos
<b>Margen de Error Muestral</b>	Margen de error muestral de un 3,0% con un 95% de nivel de confianza, bajo supuesto de varianza máxima.
<b>Recolección de información</b>	Encuesta presencial en hogares, aplicada por Demoscópica. El trabajo de terreno tuvo una duración de 11 días.
<b>Instrumento de Medición</b>	Cuestionario semi-estructurado, con una duración aproximada de 12 minutos, aplicada por encuestadores capacitados. Instrumento realizado por el Instituto de la Comunicación e Imagen.
<b>Supervisión</b>	Supervisión del 20% de los casos.

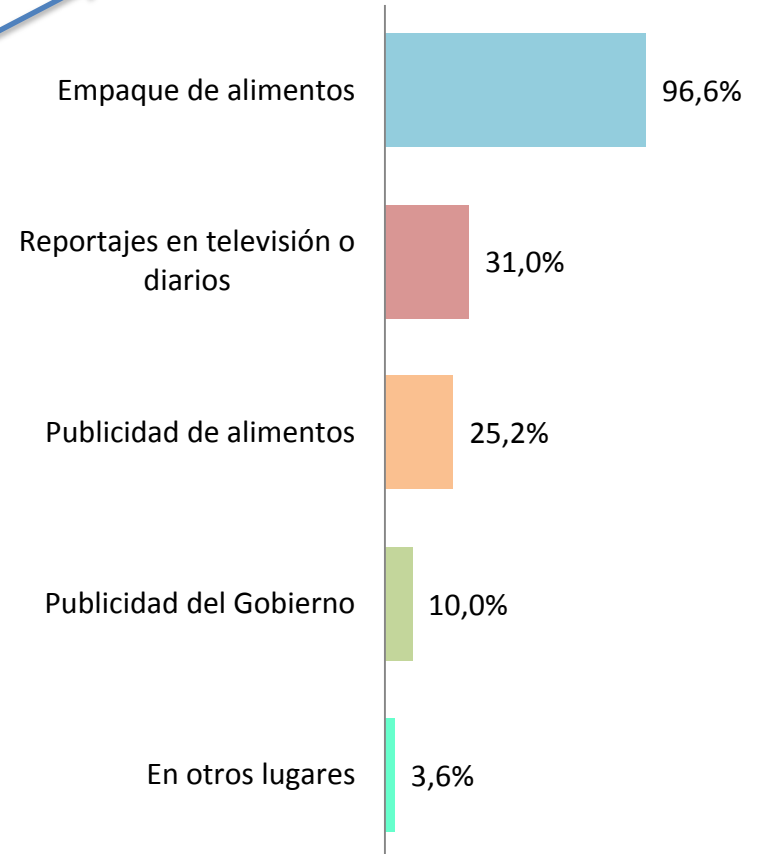


# RECONOCIMIENTO DE SELLOS

## Reconocimiento de los sellos en alimentos (Muestra total)

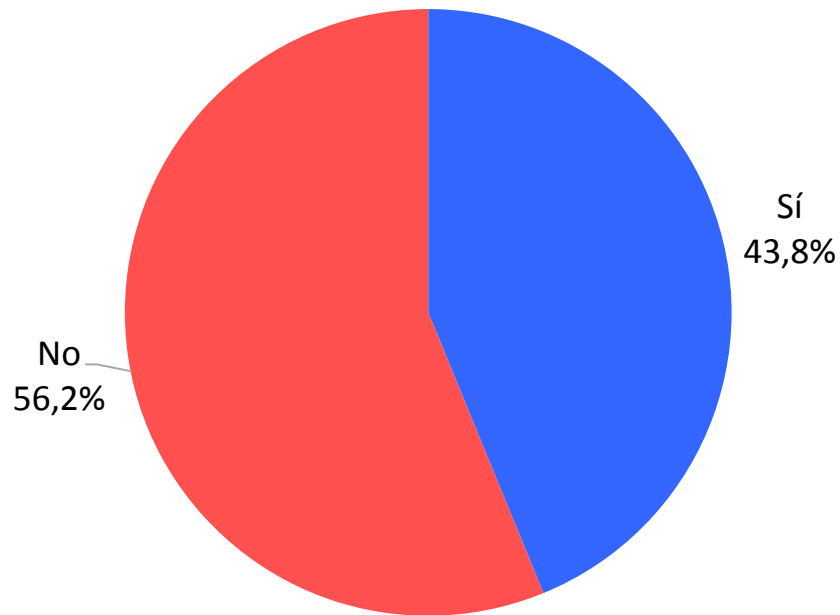


## Lugar donde vio los sellos (Respuesta múltiple. Submuestra: 992 casos que reconocen los sellos)



# RECONOCIMIENTO DE SELLOS

## Comparación de la cantidad de sellos al comprar alimentos envasados (Muestra total)

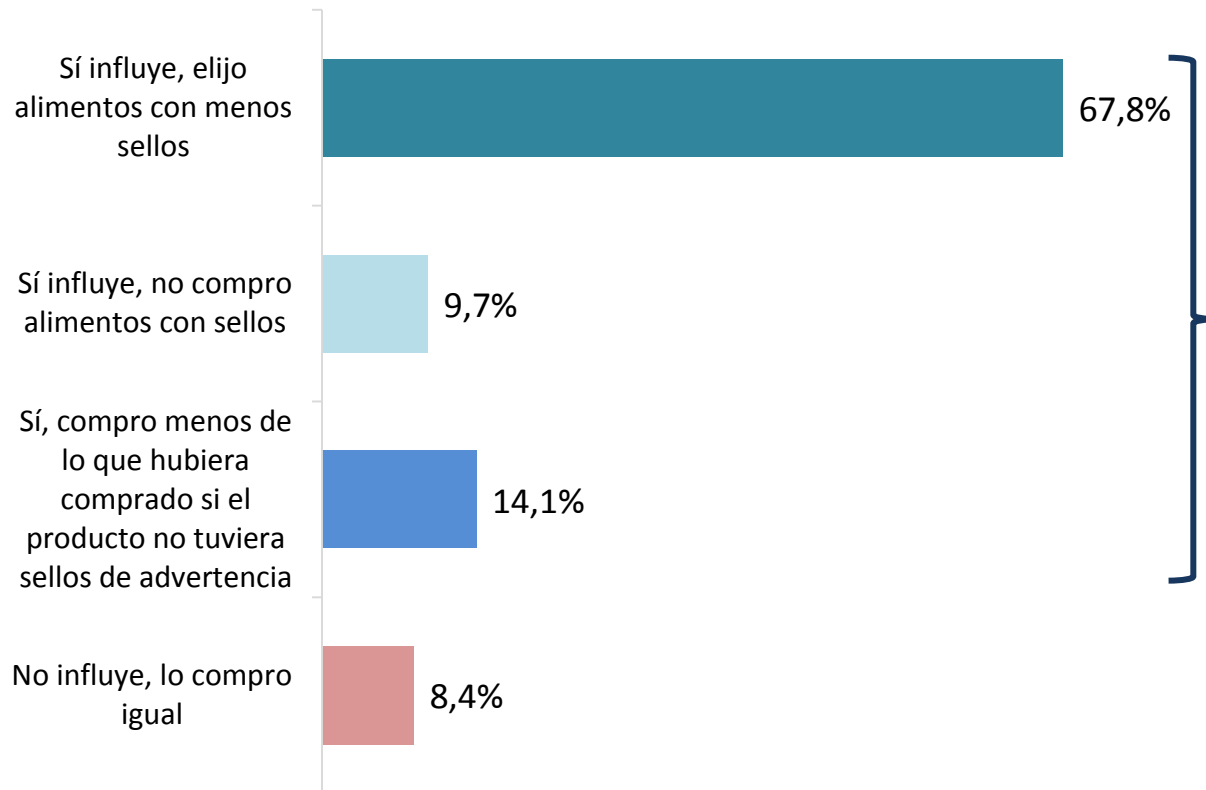


En el grupo de personas que sí comparan la cantidad de sellos al elegir alimentos envasados, se destacan las personas de 46 a 60 años (51,4%), de hogares sin niños/as (47,3%) y que realizan las compras de comida en el hogar (48,6%).

Entre quienes no comparan la cantidad de sellos se relevan los jóvenes de 18 a 29 años (63,6%), los hogares con niños/as (59,8%) y personas que no hacen las compras de alimentos en su hogar (66,0%).

# RECONOCIMIENTO DE SELLOS

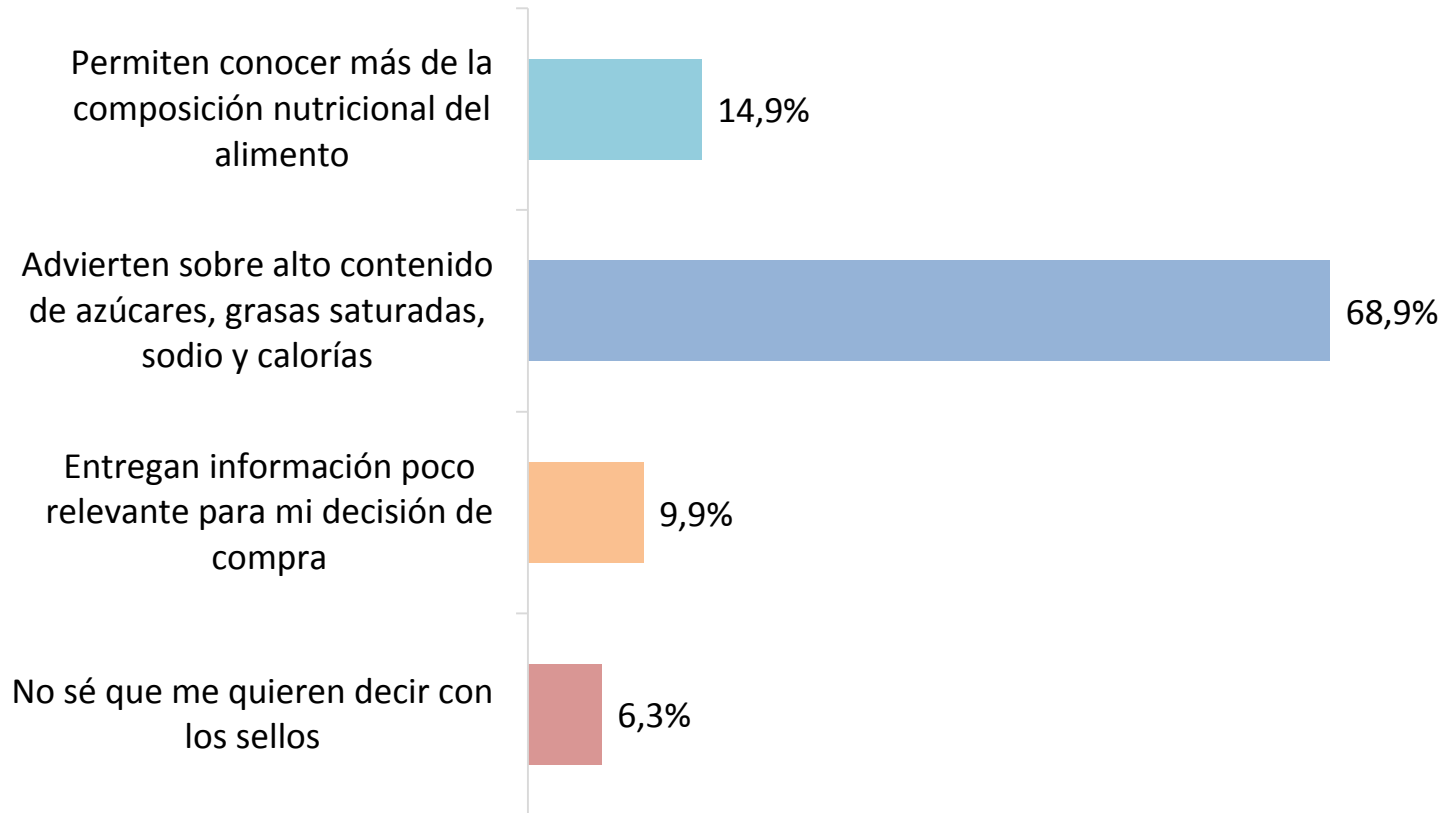
**Influencia de los sellos en la elección de compra  
(Submuestra: 467 casos, que comparan la cantidad  
de sellos en los productos)**



Un 91,6% de los consumidores/as considera que la existencia de sellos en los alimentos envasados influye en alguna medida en su decisión de compra, y sólo un 8,4% señala que los sellos no influyen y que compran igual.

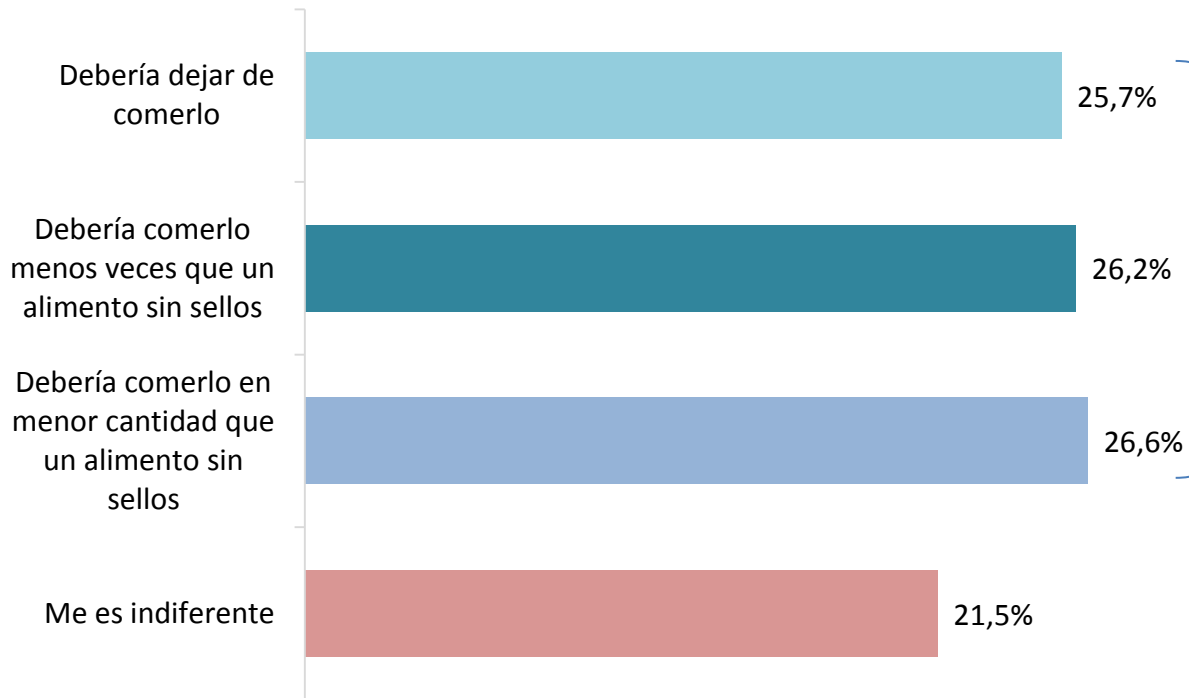
# RECONOCIMIENTO DE SELLOS

## Opinión respecto a la presencia de los sellos (Muestra total)



# RECONOCIMIENTO DE SELLOS

## Percepción al ver un producto con uno o más sellos de advertencia (Muestra total)



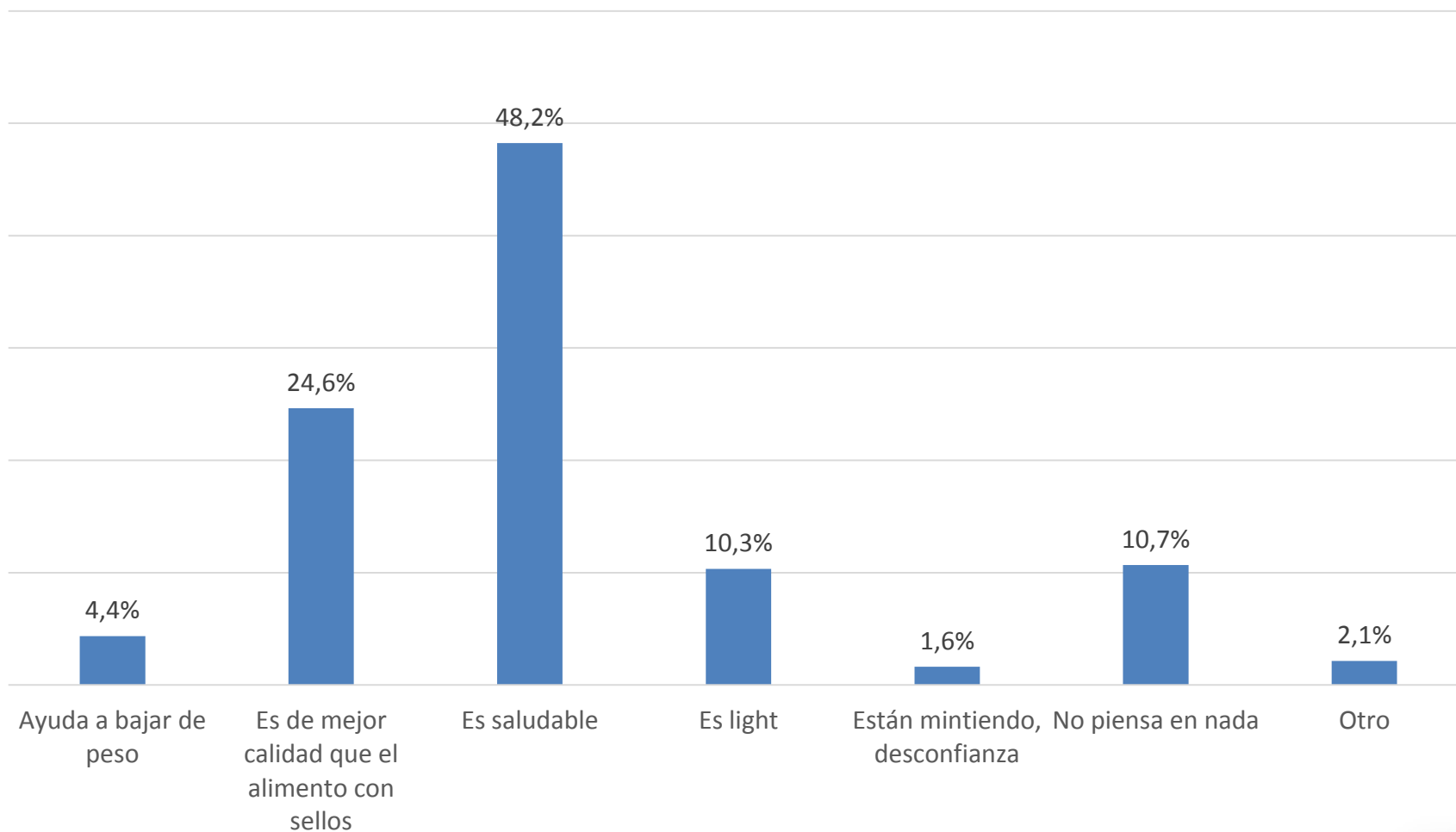
78,5%



Un 78,5% señala alguna opción donde el etiquetado de los alimentos incide en la decisión de consumo de determinados productos.

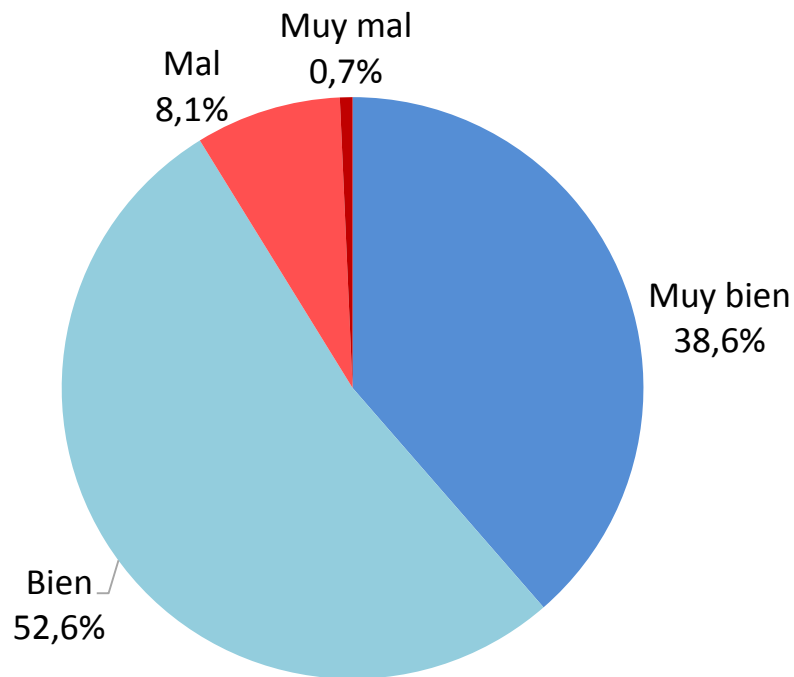


## ¿Qué piensa usted de los alimentos sin sellos? (muestra total)



# HÁBITOS DE COMPRA

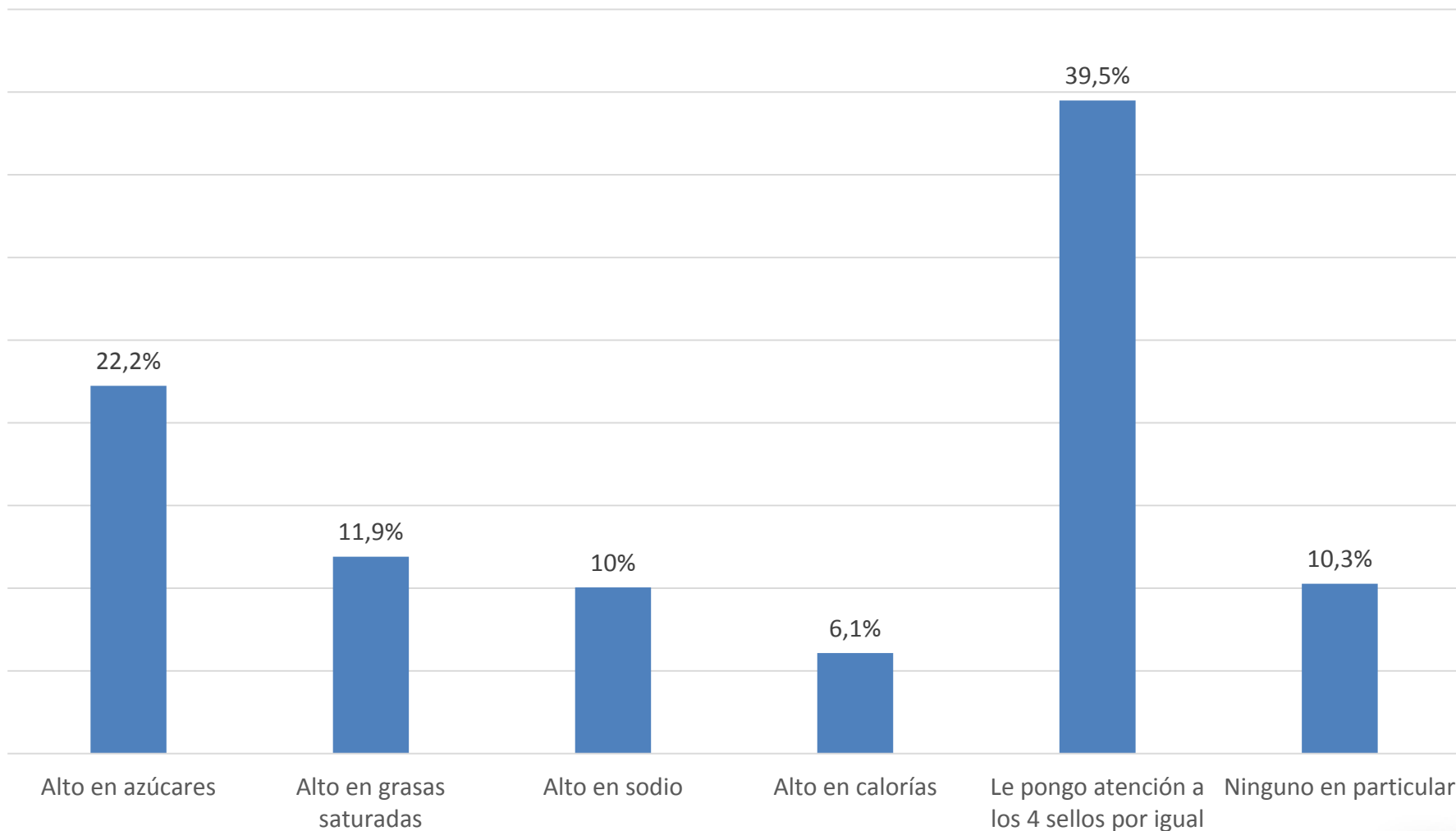
## Percepción de la prohibición de venta de productos "alto en..." en las escuelas o colegios (Muestra total)



A casi la totalidad de los/as consumidores/as (91,2%) les parece bien o muy bien que se prohíba la venta de alimentos con sellos de advertencia en las escuelas o colegios. Específicamente un 38,6% considera que esta medida está muy bien, y un 52,6% que está bien.

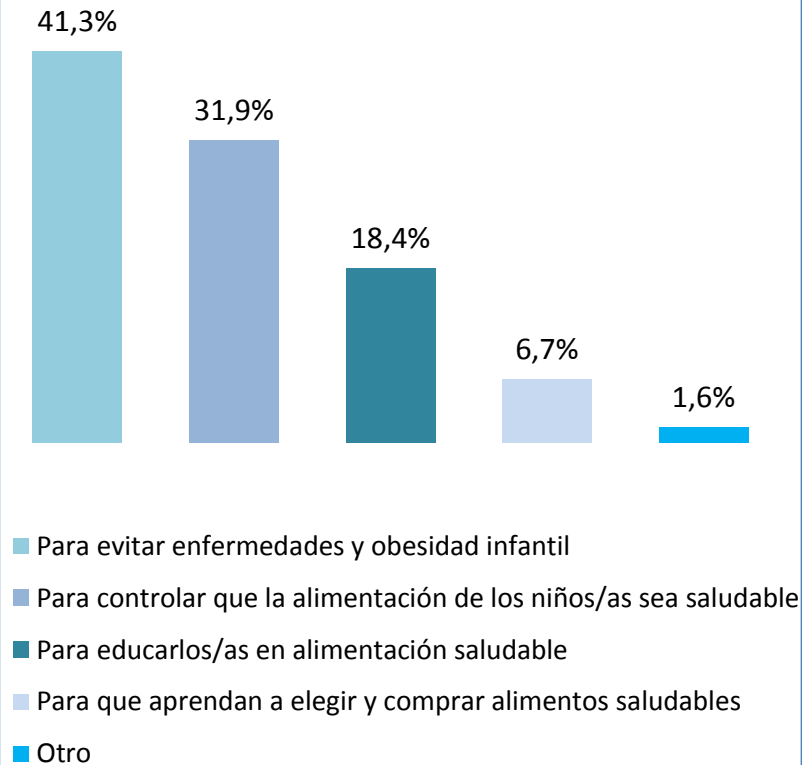
Resulta relevante que sólo un 0,7% de los/as encuestados/as señala que la medida está "muy mal".

Pensando en los 4 sellos de advertencia, ¿Cuál le parece más importante a la hora de elegir qué comprar? (muestra total)

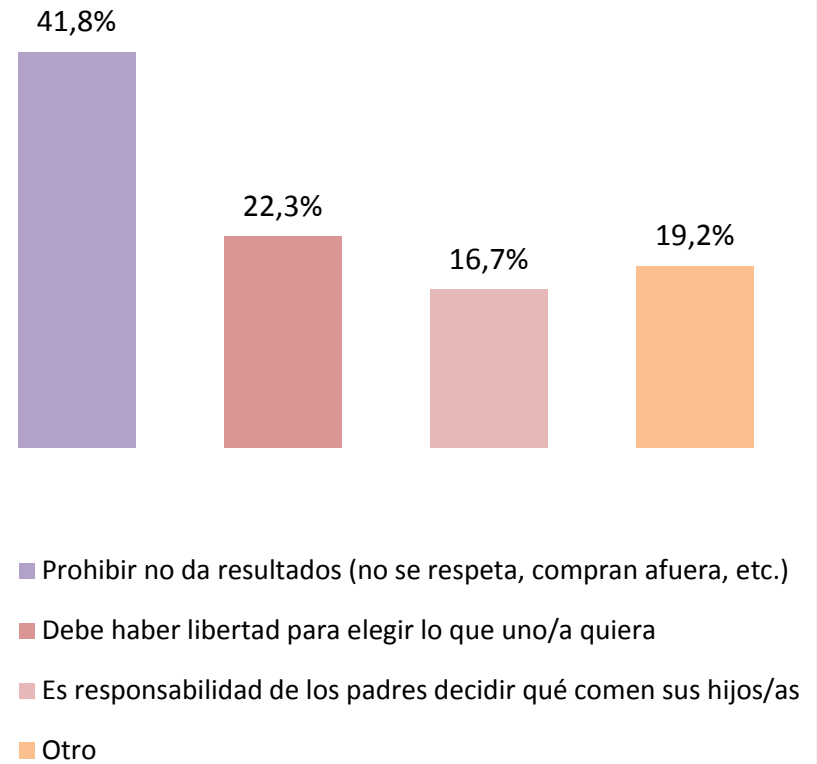


# HÁBITOS DE COMPRA

**Razones por las que considera positivo prohibir la venta de alimentos "alto en" en colegios y escuelas** (Submuestra: 973 casos, que evalúan positivamente la medida)

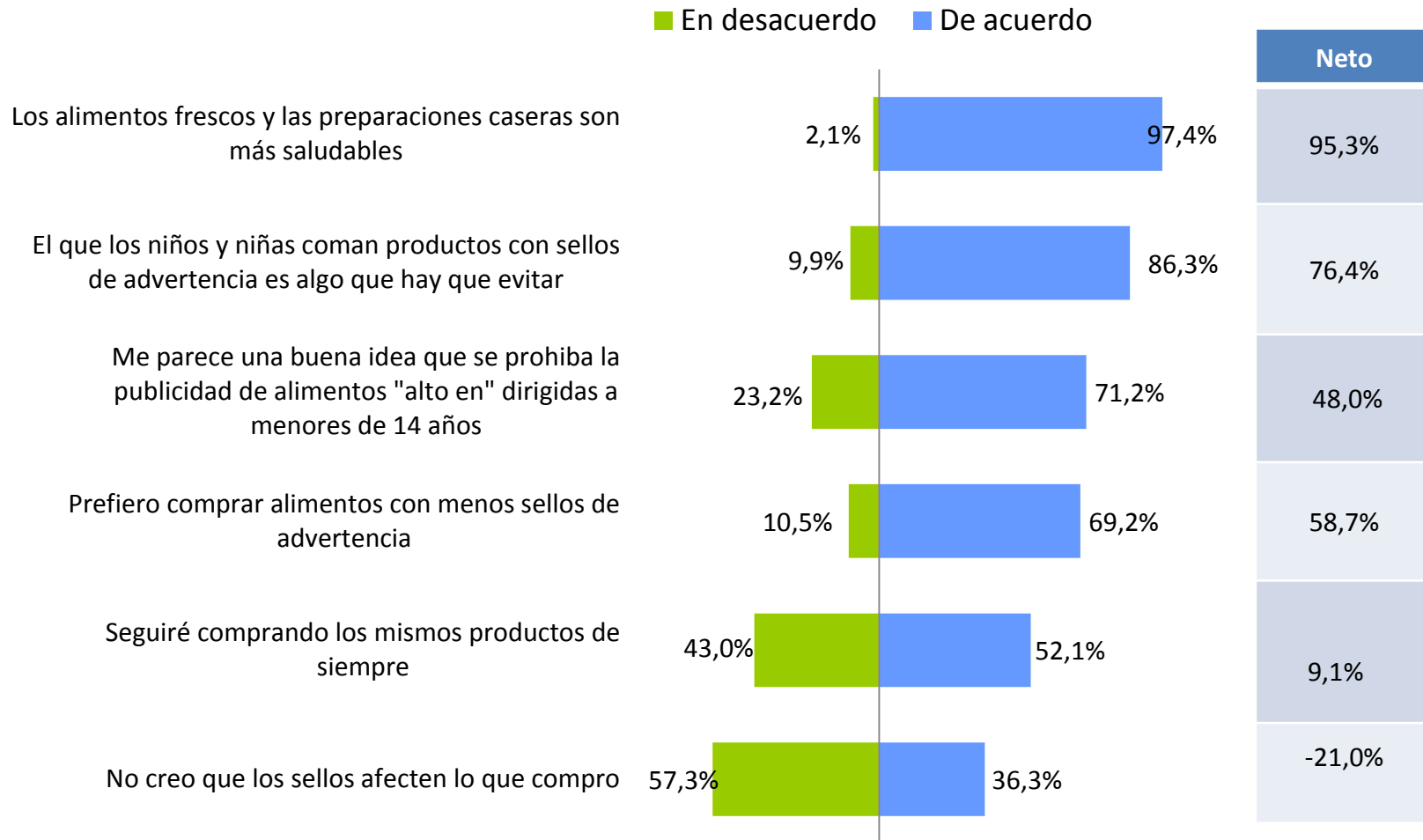


**Razones por las que considera negativo prohibir la venta de alimentos "alto en" en colegios y escuelas** (Submuestra: 94 casos, que evalúan negativamente la medida)



# PERCEPCIÓN SOBRE IMPLEMENTACIÓN DE NUEVA NORMATIVA

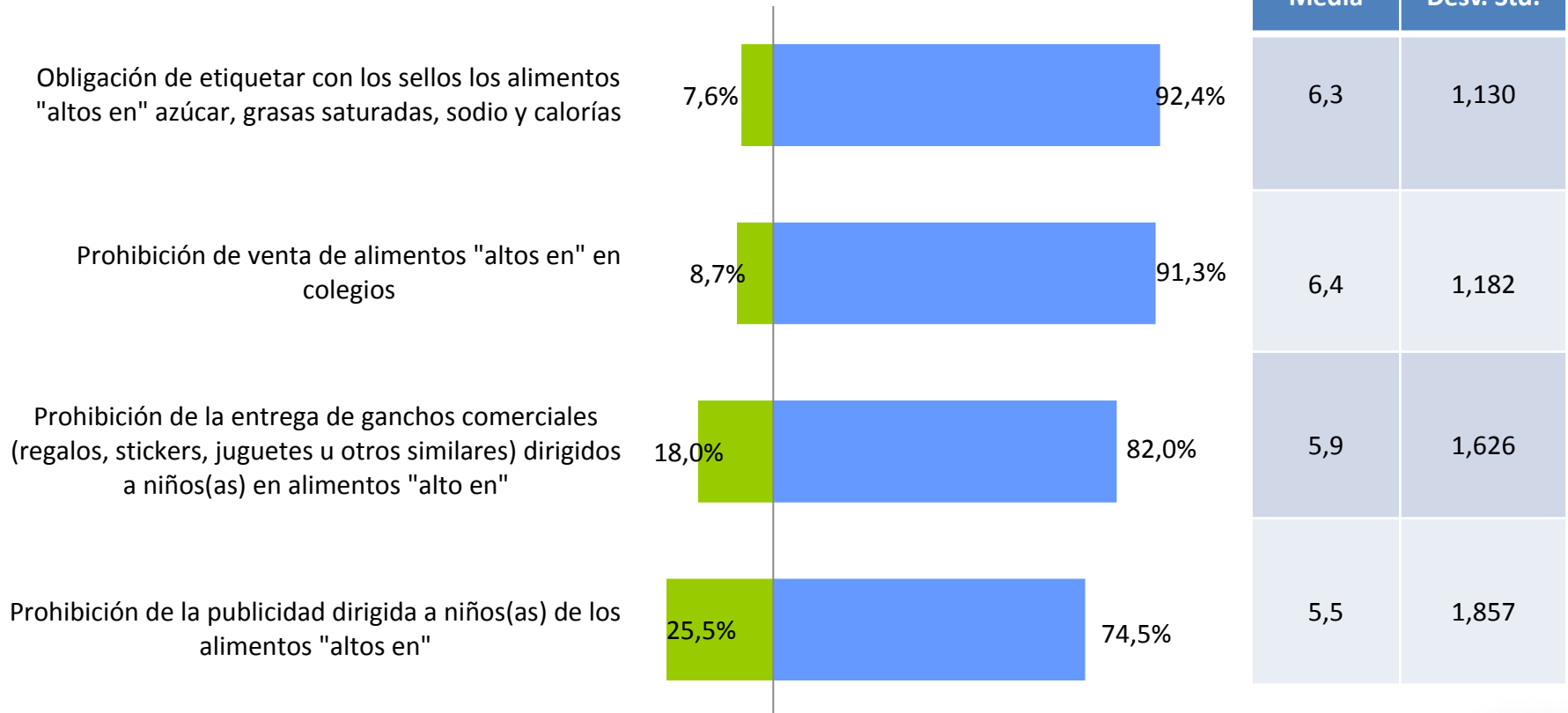
## Grado de acuerdo con afirmaciones en relación al nuevo reglamento de regulación de los alimentos envasados (Muestra total)



# PERCEPCIÓN SOBRE IMPLEMENTACIÓN DE NUEVA NORMATIVA

## Evaluación de políticas públicas (Muestra total)

■ Regular y mal (nota 1 a 4) ■ Bien (nota 5 a 7)





Ministerio de  
Salud

Gobierno de Chile



UNIVERSIDAD DE CHILE  
Instituto de la  
Comunicación e Imagen  
ICEI



DEMOSCOPICA

TODOS  
X CHILE!