



Revista Española de Nutrición Humana y Dietética

Spanish Journal of Human Nutrition and Dietetics

CARTAS AL EDITOR – **versión *post-print***

Esta es la versión aceptada. El artículo puede recibir modificaciones de estilo y de formato.

Respuesta de los autores al comentario de Del Aguila Flores LJ y col. en:
Actitudes y prácticas de la población en relación al etiquetado de tipo “semáforo nutricional” en Ecuador

Author reply to comments by Del Aguila Flores LJ et al. in: Population attitudes and practices regarding the ‘traffic light’-style labeling in Ecuador

Patricio David Ramos Padilla^a, Tannia Valeria Carpio Arias^{a,b*}, Verónica Carlina Delgado López^a, Verónica Dayana Villavicencio Barriga^a, Carlos Eduardo Andrade^a, José Fernando Sáez^b.

^a Grupo de Investigación en Nutrición Humana, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Ecuador.

^b Grupo de Investigación de Salud Pública, Universidad de Alicante, España.

* val_carpio@yahoo.es

Recibido: 23/07/2018; Aceptado: 26/07/2018; Publicado: 28/09/2018

CITA: Ramos Padilla PD, Carpio Arias TV, Delgado López VC, Villavicencio Barriga VD, Andrade CE, Sáez JF. Respuesta de los autores al comentario de Del Aguila Flores LJ y col. en: **Actitudes y prácticas de la población en relación al etiquetado de tipo “semáforo nutricional” en Ecuador.** Rev Esp Nutr Hum Diet. 2018; 22(3). doi: 10.14306/renhyd.22.3.698 [ahead of print]

La Revista Española de Nutrición Humana y Dietética se esfuerza por mantener a un sistema de publicación continua, de modo que los artículos se publiquen antes de su formato final (antes de que el número al que pertenecen se haya cerrado y/o publicado). De este modo, intentamos poner los artículos a disposición de los lectores/usuarios lo antes posible.

The Spanish Journal of Human Nutrition and Dietetics strives to maintain a continuous publication system, so that the articles are published before its final format (before the number to which they belong is closed and/or published). In this way, we try to put the articles available to readers/users as soon as possible.

Estimados Señores: hemos recibido su comentario sobre **“Actitudes y prácticas de la población en relación al etiquetado de tipo “semáforo nutricional” en Ecuador”**¹ donde aparece una observación sobre nuestra investigación. Agradecidos por el comentario a continuación realizamos nuestras acotaciones aclaratorias a dicha observación.

En su comentario mencionan que consideran crucial que se tenga en cuenta la variable de publicidad como un factor determinante en la decisión de compra o no de un producto. Debemos indicar que, como ustedes bien lo mencionan, el objetivo de nuestra investigación fue explorar la asociación del sexo y la edad con las actitudes y prácticas frente al etiquetado nutricional tipo **“semáforo nutricional” en Ecuador**, por tal motivo la investigación se centró en el estudio de estas variables como determinantes y no de otras, que sin restarle importancia, no formaron parte del objetivo de nuestra investigación.

Debemos además indicar que, el estudio se realizó en población adulta, es decir individuos mayores de 18 años. Al respecto, a decir de algunos estudios realizados sobre ingesta alimentaria y publicidad, no se han encontrado diferencias significativas en individuos mayores de 18 años. Por ejemplo, en un estudio realizado por Martín y colaboradores en 2009² en población mayor de 18 años, no se encontró diferencias significativas entre la ingesta de alimentos y la publicidad. Un meta-análisis realizado en 2016 llegó a la conclusión que la exposición a la publicidad de alimentos aumenta la ingesta de alimentos en los niños, pero no en los adultos³.

Cabe mencionar también que nuestra investigación no tenía como objetivo medir la decisión de compra o no de un alimento o grupo de alimentos específico, lo que si formó parte del objetivo de estudio fue evaluar el consumo de alimentos procesados en forma general. En este sentido, algunos estudios indican que la influencia de la publicidad es mayor sobre la decisión de compra de ciertos alimentos específicos. Por ejemplo, Koordeman y colaboradores en 2010⁴ encontraron relación entre la publicidad y un mayor consumo de bebidas tipo soda.

CONFLICTO DE INTERESES

Los autores del presente manuscrito son autores del artículo original comentado.

REFERENCIAS

- (1) Del Aguila Flores LJ, Nuñez Paucar TS. Comentario de Del Aguila Flores LJ y col. en: Actitudes y prácticas de la población en relación al etiquetado de tipo “semáforo nutricional” en Ecuador. Rev Esp Nutr Hum Diet. 2018; 22(3): XXX
- (2) Martin CK, Coulon SM, Markward N, Greenway FL, Anton SD. Association between energy intake and viewing television, distractibility, and memory for advertisements. Am J Clin Nutr. 2009; 89 (1): 37-44.
- (3) Boyland E, Nolan S, Kelly B, Tudur-Smith C, Jones A, Halford J et al. Advertising as a cue to consume: a systematic review and meta-analysis of the effects of acute exposure to unhealthy food and nonalcoholic beverage advertising on intake in children and adults. Am J Clin Nutr. 2016; 103(2):519-533.
- (4) Koordeman R, Anschuts DJ, Van Baaren RB, Engels RC, Exposure to soda commercials affects sugar-sweetened soda consumption in young women. An observational experimental study. Appetite. 2010; 54 (3): 619-22.