

**EVALUACIÓN DE LA PERCEPCIÓN QUE TIENE EL CONSUMIDOR SOBRE EL QUESO,
EN EL ALMACÉN PRINCIPAL DE LÁCTEOS CAMPO REAL, UBICADO EN BOGOTÁ**

MARIANA ANDRADE ZUÑIGA

TRABAJO DE GRADO

Presentado como requisito parcial para optar al título de

NUTRICIONISTA DIETISTA

CLAUDIA ANGARITA GÓMEZ N.D. DIRECTORA

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA
FACULTAD DE CIENCIAS
CARRERA DE NUTRICIÓN Y DIETÉTICA
Bogotá, D. C. Junio de 2012**

NOTA DE ADVERTENCIA

Artículo 23 de la Resolución N° 13 de Julio de 1946

“La Universidad no se hace responsable por los conceptos emitidos por sus alumnos en sus trabajos de tesis. Solo velará porque no se publique nada contrario al dogma y a la moral católica y por que las tesis no contengan ataques personales contra persona alguna, antes bien se vea en ellas el anhelo de buscar la verdad y la justicia”.

**EVALUACIÓN DE LA PERCEPCIÓN QUE TIENE EL CONSUMIDOR SOBRE EL QUESO,
EN EL ALMACÉN PRINCIPAL DE LÁCTEOS CAMPO REAL, UBICADO EN BOGOTÁ**

MARIANA ANDRADE ZUÑIGA

APROBADO

Ingrid SchulerPhD.

Decana Académica

Facultad de Ciencias

Martha Constanza Lievano Fiesco. N.D.

Directora Carrera Nutrición y Dietética

Facultad de Ciencia

AGRADECIMIENTOS

A mi familia

Agradezco a José María Andrademi ejemplo de fortaleza y valor, María del Pilar Zúñiga mi confidente; por el cariño y apoyo incondicional que me brindaron, para poder llevar a cabo mis proyectos y lograr finalizar satisfactoriamente mi carrera profesional.

Agradezco a Ignacio Vélez quien ha sido mi apoyo y motivación permanente, el cual con su amor, soporte y consejo, logró guiarme a través de los años durante todo el recorrido de mi carrera profesional para lograr mi meta final.

A mi lugar de pasantía

Agradezco a Claudia Angarita, directora del Centro Colombiano de Nutrición Integral y excelente nutricionista dietista, por el apoyo, orientación y confianza que depositó en mí durante toda la pasantía.

Agradezco a María Dina López, asistente administrativa del Centro Colombiano de Nutrición Integral y Elisabeth Muñetones, asistente administrativa del consultorio del Dr. Tulio Jaramillo; por su colaboración y amabilidad durante el desarrollo de la pasantía.

A Lácteos Campo Real

Agradezco a Oscar Felipe Godoy, gerente de mercadeo de Lácteos Campo Real, por su colaboración y amabilidad en el desarrollo de las actividades realizadas con el Centro Colombiano de Nutrición Integral.

TABLA DE CONTENIDOS

RESUMEN.....	
ABSTRACT	
1. INTRODUCCIÓN	10
2. MARCO TEÓRICO	10
2.1 GENERALIDADES.....	10
2.2 CLASIFICACIÓN DEL QUESO.....	12
2.3 QUESOS DE LACTEOS CAMPO REAL.....	13
3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y JUSTIFICACIÓN.....	15
4. OBJETIVOS.....	16
4.1 OBJETIVO GENERAL:.....	16
4.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS:	16
5. MATERIALES Y MÉTODOS	16
5.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	16
5.2 POBLACIÓN DE ESTUDIO Y MUESTRA.....	17
5.3 VARIABLES DE ESTUDIO	17
5.4 MÉTODOS.....	17
5.5 RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	17
5.6 PRUEBA PILOTO DE LA ENCUESTA	17
5.7 ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN.....	18
5.8 RESULTADOS DE PRUEBA PILOTO.....	18
6. RESULTADOS	19
7. DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	29
8. CONCLUSIONES.....	35
9. RECOMENDACIONES	36
10. REFERENCIAS	37

INDICE DE TABLAS

1. DENOMINACIÓN DEL QUESO SEGÚN SUS CARACTERÍSTICAS DE CONSISTENCIA Y MADURACIÓN.....	12
2. REQUISITOS PARA QUESO MOZZARELLA.....	14
3.RESULTADOS DE LA PRUEBA PILOTO DE ENCUESTA.....	18
4. CONTENIDO NUTRICIONAL DE QUESOS MOZZARELLA, PERA Y CAMPESINO DE MARCAS COMERCIALES	28

INDICE DE FIGURAS

1. AGÉNERO.....	19
1. B. RANGOS DE EDAD.....	19
2. A. FRECUENCIA DE CONSUMO DE QUESO.....	20
2. B. FRECUENCIA DE CONSUMO DE QUESO POR GÉNERO.....	20
3. A. FRECUENCIA DE CONSUMO DE QUESO POR EDAD.....	21
3. B. MOMENTO DEL DÍA DEL CONSUMO DE QUESO.....	21
3. C. INFORMACIÓN NUTRICIONAL.....	21
4.A. ROTULADO NUTRICIONAL SEGÚN GÉNERO.....	22
4.B. CARACTERÍSTICAS NUTRICIONALES.....	22
5. A. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS.....	23
5. B. PORCIÓN RECOMENDADA.....	23
6. A. PORCIÓN RECOMENDADA POR GÉNERO.....	24
6. B. POBLACIÓN SONSUMIDORA DE QUESO QUE CONOCE PORCIÓN RECOMENDADA POR GÉNERO.....	24
7. A. BENEFICIOS DEL CONSUMO DE QUESO.....	25
7. B. BENEFICIOS DEL CONSUMO DE QUESO POR GÉNERO.....	25
8. A. BENEFICIOS DEL CONSUMO DE QUESO SEGÚN EDAD.....	26
8. B. RECOMENDACIÓN POR PROFESIONALES DE LA SALUD.....	26
9. A. RECOMENDACIÓN SEGÚN EDAD.....	27
9.B. RECOMENDACIÓN POR PROFESIONALES DE LA SALUD.....	27
10. TIPOS DE QUESOS RECOMENDADOS.....	28
11. A. TIPOS DE QUESOS RECOMENDADOS POR LOS NUTRICIONISTAS.....	29
11. B. TIPOS DE QUESOS RECOMENDADOS POR LOS MÉDICOS GENERALES.....	29

INDICE DE ANEXOS

1. ENCUESTA PERCEPCIÓN DEL QUESO
2. ENCUESTA DE PRUEBA PILOTO

RESUMEN

OBJETIVO: Determinar la percepción que tiene el consumidor sobre el queso, en el almacén principal de Lácteos Campo Real, ubicado en Bogotá, en cuanto al conocimiento del contenido nutricional del queso, tamaño de la porción, momento de consumo y si su consumo ha sido influenciado por un profesional de la salud.

METODOLOGÍA: Se realizó un estudio descriptivo, por medio de una encuesta que se efectuó a 90 compradores de queso marca Campo Real en el almacén principal ubicado en Bogotá. La encuesta fue validada por 9 individuos que representaban el 10% de la muestra. Los resultados de las encuestas fueron tabulados por medio del programa Microsoft Excel y los resultados se presentaron en porcentajes.

RESULTADOS: La mayor parte de la población encuestada fueron adultos entre los 31 y 50 años y el 71% fueron mujeres. Se encontró que más de la mitad de la población consumidora de queso marca Campo consume el queso diariamente y su consumo se da mayoritariamente en horas de la mañana, especialmente en el desayuno con un 45%. El 31% de los individuos revisa la información nutricional del producto y de estos la mayoría se fija en el contenido de grasa y calorías. Para seleccionar el queso casi la mitad de la población consumidora de queso se fija en el sabor. Un 14% de los individuos encuestados refirió conocer la recomendación diaria de consumo de queso, pero solo un 48% de estos, respondió correctamente. Los beneficios del queso más referidos por los encuestados fueron el mantenimiento de una alimentación balanceada y prevención de osteoporosis. Un 43% de la población consumidora de queso refirió que un profesional de la salud le recomendó el consumo de queso, la mayoría de estos (57%) refirió que había sido recomendado por un nutricionista. El tipo de queso más recomendado por los profesionales de la salud es el queso campesino (49%).

CONCLUSIONES: La población consumidora de queso marca Campo Real no tiene conocimiento sobre el contenido nutricional del queso ni la porción recomendada, por esta razón se debe hacer educación a la población para que conozca las ventajas que trae el comer queso, que tipos de quesos son los más recomendados y la porción que deben consumir según grupos poblacionales, con esto se logrará una mejor alimentación por medio de la adopción de hábitos más saludables.

ABSTRACT

OBJECTIVE: To determine the perception of the consumer of cheese, in the main repository of Lácteos Campo Real, located in Bogotá, about the knowledge of the nutritional content of the cheese, portion size, time of consumption and if their consumption has been influenced by a health professional.

METHODOLOGY: A descriptive study through a survey conducted to 90 buyers of brand cheese Campo Real in the main store located in Bogotá. The survey was validated by 9 individuals representing 10% of the sample. The survey results were tabulated using Microsoft Excel program and the results were presented in percentages.

RESULTS: Most of the surveyed population were adults between 30 and 50 years, and 71% were women. It was found that most of the cheese consumption population consumed cheese daily and its consumption is mostly in the morning hours, especially at breakfast 45%. 31% of individuals reviewed the nutritional information of the product and most of these focus on fat and calories. To select the cheese almost half of the population is motivated by taste. 14% of the respondents reported to know the daily consumption recommendation, but only 48% of them answered correctly. The benefits of cheese most mentioned by respondents were maintaining a balanced diet and prevention of osteoporosis 43% of the cheese consumption population reported that a health care professional recommended the consumption of cheese, most of these (57%) said it had been recommended by a nutritionist. The type of cheese most recommended by health professional is the campesino cheese (49%).

CONCLUSION: The population consuming cheese brand Campo Real has no knowledge about the nutritional content of the cheese or the recommended portion, which is why education should be made to the public to know the advantages of eating cheese, the types of cheese that are more recommended and the portion that should be consumed by population groups, this could improve nutrition with better food by adopting healthier habits.

1. INTRODUCCIÓN

El queso es un producto obtenido de la maduración de la cuajada de la leche, que tiene características propias según su lugar de origen y su forma de preparación. El queso es un alimento rico en proteínas y calcio, el cual está involucrado en la formación de tejidos, crecimiento y mantenimiento de huesos y dientes, esto lo convierte en una excelente opción para incluirlo en la dieta y así mantener una buena salud y nutrición.

El consumo de queso a nivel mundial es muy alto, pero en Colombia es bajo comparado con países como España y Francia, esto se da porque en estos lugares se utiliza en las comidas principales, mientras en Colombia su consumo se limita más que todo al desayuno.

Con base en esta información se quiere realizar un estudio sobre la percepción que tiene el consumidor sobre el queso, en el almacén principal de Lácteos Campo Real, para encontrar que frecuencia de consumo tiene, en qué momento del día se consume, evaluar si se conoce la recomendación de consumo de este producto, ver en qué características se fija la población para escogerlo y si su consumo se ha visto influenciado por un profesional de la salud, independientemente de la marca.

2. MARCO TEÓRICO

2.1 GENERALIDADES

El queso es un producto obtenido de la maduración de la cuajada de la leche, que tiene características propias según su lugar de origen y su forma de preparación. El Código Alimentario Español define el queso como el producto, fresco o maduro, obtenido por separación del suero, después de la coagulación de la leche natural, desnatada total o parcialmente de la nata, o del suero de mantequilla o sus mezclas (1). La norma general del codex para el queso lo define como el producto blando, semiduro, duro y extra duro, madurado o no madurado, y que puede estar recubierto, en el que la proporción entre las proteínas de suero y la caseína no sea superior a la de la leche. (2)

El queso es un alimento rico en proteínas las cuales son indispensables para una gran cantidad de tareas en el organismo, como lo son catalíticas por medio de las enzimas, reguladoras, de transporte como en el caso de la albumina, estructurales ya que conforman

muchas estructuras y tejidos en el organismo, defensivas como en el caso de las inmunoglobulinas, de reserva como por ejemplo la ferritina y energética, pues en el caso de no tener carbohidratos o grasas disponibles, las proteínas también son usadas por el organismo para producir energía. (3)

El queso no solo es una buena fuente de proteínas, sino que además es una excelente fuente de calcio, el cual es el mineral más abundante en el organismo y conforma la estructura de huesos y dientes, además de esta importante tarea el calcio es un mensajero intracelular indispensable para mantener la homeostasis de las células y trabaja como cofactor proteico estabilizando y potenciando la acción de enzimas como las proteasas(3)

Según las Guías Alimentarias para la población colombiana mayor de dos años del Instituto Colombiano de Bienestar Familiar (ICBF), la recomendación de lácteos y derivados es de 2 a 2 ½ porciones al día, para un individuo que consume entre 1200 y 3000 calorías diarias. Una porción de queso equivale a 30g, según la resolución 333 de febrero de 2011.(4)

El queso es empleado como ingrediente en la preparación de una gran cantidad de platos de cocina, es por esto la importancia de conocer sus características y su contenido nutricional.

El consumo de queso a nivel mundial es muy alto, sobre todo en países como Francia, Italia y Suiza, donde para el 2009 se registró un consumo 23, 22 y 20 kilos respectivamente, y un consumo general en la Unión Europea de 17 kilos en promedio, en estos países el queso se consume como entremés (o entrada) o como plato fuerte, ya que es parte de su cultura y hábitos alimentarios.(6) El consumo de queso en Colombia es muy bajo en comparación con estos países, ya que el consumo se da principalmente por dos razones: la primera es por ser un alimento de consumo masivo, lo cual tiene que ver con el precio y la facilidad de utilización al momento de servir y combinar con otros alimentos. La segunda razón es por su calidad, por esto es utilizado en hoteles, banquetes e individuos para los que hace parte de su cultura, los cuales están dentro de la población estrato 5 y 6, que es la más escasa (5). El consumo en Colombia de queso está cerca a 1 kilo por persona al año, y otros países latinoamericanos tienen consumo de 11 kilos como en el caso de Argentina, 4 kilos en Chile y Venezuela, y 2 kilos en Brasil y México. (6) El bajo desarrollo de quesos frescos en Colombia, representantes de diferentes marcas lo atribuyen a problemas de calidad en el producto a causa de la informalidad y su fabricación con leche cruda (6). “El mercado Colombiano de quesos tiene un tamaño de 42.593 toneladas y de 487.505 millones de pesos año móvil (Fuente Nilsen 2008), que no tiene en cuenta el mercado informal que es aproximadamente el 60 por ciento del total del mercado.” (6)

La industria de quesos en Colombia se localiza principalmente en Cundinamarca, Valle del Cauca, Bogotá y Antioquia.

Según la Encuesta Nacional de la Situación Nutricional en Colombia ENSIN 2010, el 61% de los individuos entre 5 y 64 años consumen lácteos diariamente, pero tan sólo un 16.5% refiere consumir diariamente derivados lácteos, lo cual incluye kumis, yogurt y queso. El 85.5% de la población refiere consumir derivados lácteos en su vida cotidiana, el 56.5% lo consume una vez a la semana y un 19.2% refiere consumirlo 3 a 4 veces por semana. Lo cual confirma lo anteriormente dicho acerca del pobre consumo de derivados lácteos a nivel Colombia. (7)

Además, existe un análisis del consumo de derivados lácteos por parte de la población Colombiana según grupos etareos, donde se encontró que el consumo va disminuyendo conforme aumenta la edad, ya que se encuentra un 21.8% de individuos de 5 a 8 años que consume derivados lácteos, 14,7 en individuos de 19 a 30 años, 12,2% de 31 a 50 años y 14.8% en la población de 51 a 64 años. (7)

Según región geográfica, se encuentra que Bogotá y la región atlántica tienen el consumo más alto de derivados lácteos, siendo un 65.9% y 65.1% respectivamente, y se reportó un consumo no usual en el área urbana de 14.4% frente a un 23.9% en el área rural. (7)

2.2 CLASIFICACIÓN DEL QUESO

CLASIFICACIÓN SEGÚN EL CONTENIDO DE HUMEDAD SIN MATERIA GRASA

El queso según su consistencia se clasifica en extraduro, duro, firme o semiduro y blando. El queso extraduro es el cual tienen un porcentaje de humedad sin materia grasa (HSMG) menor del 51%, el queso duro tiene un HSMG de 49 a 56%, el firme o semiduro de 54 a 69% y el blando tiene un porcentaje de humedad mayor al 67%. Ver tabla 1.(2)

DENOMINACIÓN DE QUESO SEGÚN SUS CARACTERÍSTICAS DE CONSISTENCIA Y MADURACIÓN		
Según consistencia: Término 1		Según las principales características de maduración: Término 2
HSMG%	Denominación	
<51	Extraduro	Madurado
49-56	Duro	Madurado por mohos
54-69	Firme/Semiduro	No madurado/Fresco
>67	Blando	En salmuera

Tabla 1. Denominación del queso según sus características de consistencia y maduración.

Queso (2)

$$\text{El HSMG se calcula} = \frac{\text{Pesodelahumedadenedelqueso}}{\text{Pesototaldelqueso} - \text{Pesodelagrasadelqueso}} \times 100$$

CLASIFICACIÓN SEGÚN MADURACIÓN

El queso según su maduración se clasifica en madurado, madurado por mohos, no madurado o fresco y en salmuera. (8)

CLASIFICACIÓN SEGÚN CONTENIDO DE GRASA

Cómo dice la norma General del Codex para el Queso:

“Declaración del contenido de grasa de la leche:

Deberá declararse en forma aceptable el contenido de grasa de la leche en el país en que se vende al consumidor final, bien sea I) como porcentaje por masa, II) como porcentaje de grasa en el extracto seco, o III) en gramos por ración cuantificada en la etiqueta, siempre que se indique el número de raciones.

Podrán utilizarse además las siguientes expresiones:

Extra graso (si el contenido de GES es superior o igual al 60%)

Graso (si el contenido de GES es superior o igual al 45% e inferior al 60%)

Semi graso (si el contenido de GES es superior o igual al 25% e inferior al 45%)

Semi desnatado

(Semi descremado) (si el contenido de GES es superior o igual al 10% e inferior al 25%)

Desnatado

(Descremado) (si el contenido de GES es inferior al 10%)”(2)

2.3 QUESOS DE LACTEOS CAMPO REAL

QUESO FRESCO

Es el producto elaborado a partir de leche higienizada, sin madurar, que después de su fabricación está listo para el consumo. (9)

QUESO FRESCO HILADO

Queso fresco, producido a partir de leche fresca higienizada que ha sido acidificada de manera controlada por vía química o fermentación con bacterias, cuya textura está dada por el proceso de hilado por acción mecánica, reorganizando las proteínas de la cuajada en forma de hilos (9)

- **QUESO MOZZARELLA**

Queso fresco elaborado por acidificación de la leche higienizada con cultivos lácticos específicos o por la adición del cuajo y/o enzimas, y/o vinagre. (8)

Requisitos específicos: Contenido mínimo de grasa en extracto seco: 39; contenido máximo de humedad 54; contenido mínimo de extracto seco %: 46. (8)

El queso mozzarella es un tipo de queso originario de la cocina italiana, es proveniente de Aversa, Caserta en Italia. El queso mozzarella originariamente se realiza con leche de búfala, pero en algunos países como Colombia, Argentina, Uruguay, Paraguay y Perú se prepara con leche de vaca.

El queso mozzarella es un queso no madurado según el CODEX ALIMENTARIUS y la Norma para el queso no madurado y además es un queso fresco. Este queso es blando y elástico con una estructura fibrosa de largas hebras paralelas.

Según la Norma Técnica Colombiana (8) el queso mozzarella debe cumplir los siguientes requisitos:

REQUISITOS PARA QUESO MOZZARELLA		
Requisito	Mozzarella	Mozzarella de baja humedad
Contenido mínimo de grasa en extracto seco, % m/m	39	45
Contenido máximo de humedad, % m/m	54	47
Contenido mínimo de extracto seco, % m/m	46	53

Tabla 2. Requisitos para queso mozzarella. Norma Técnica Colombiana 4315.(8)

El queso mozzarella de bajo contenido de humedad es un queso homogéneo firme semiduro y semi graso.

El queso mozzarella se elabora por un proceso llamado “pasta filata” que consiste en calentar el requesón con un pH adecuado antes de mezclarlo y someterlo al proceso de estiramiento hasta que quede suave y sin grumos. Mientras el requesón esté caliente debe

cortarse y ponerse en moldes para que se enfríe en salmuera o agua refrigerada para que adquiera la firmeza.

Este queso es usado en la preparación de pizzas cuando está casi seco y en ensaladas cuando es fresco.

- **QUESO PERA**

Queso fresco hilado cuya cuajada ha sido acidificada. (9)

El queso pera es un producto fresco, no madurado de pasta hilada, elaborado a partir de leche de vaca, su textura es semiblanda y es semigraso. En el queso de pasta hilada la leche es transformada por acción de ácido en paracaseinatomonocalcico que tiene la propiedad de dar consistencia suave y textura plástica al ser sometido a calor en el proceso.

Este tipo de queso se elabora en Colombia principalmente en Boyacá en donde se conoce como Queso de Mano, en el departamento del Meta se comercializa como queso siete cueros y en el norte de Santander se le dice queso garita, en algunos lugares como Tunja, Ubaté y Bogotá se le adiciona bocadillo, arequipe o mora.

3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y JUSTIFICACIÓN

Durante el primer semestre del 2012 se realizó la pasantía en el Centro Colombiano de Nutrición Integral y uno de los contratos en que se trabajó fue la asesoría a la empresa Lácteos Campo Real en temas como rotulado nutricional, creación de CDO's (cantidades diarias orientativas), conferencias y artículos en nutrición, por esta razón se decidió hacer este trabajo, con el fin de evaluar el conocimiento y comportamiento que tiene el consumidor de queso marca Campo Real frente a este producto.

El queso es un alimento rico en proteínas y calcio, el cual está involucrado en la formación de tejidos, crecimiento y mantenimiento de huesos y dientes, esto lo convierte en una excelente opción para incluirlo en la dieta y así mantener una buena salud y nutrición.

El consumo de queso es muy alto a nivel mundial y cada vez está creciendo más, pero la ingesta de este alimento a nivel de Colombia es realmente bajo a comparación de otros países, ya que se observa que en Colombia el queso se utiliza a nivel culinario para distintas preparaciones y se limita su consumo casi que únicamente para el desayuno y como refrigerio, mientras en otros países se compra en grandes cantidades para ser el ingrediente primordial de un tiempo de comida principal.(6)

Con esta evaluación se desea determinar la percepción del consumidor sobre el queso, en el almacén principal de Lácteos Campo Real, ubicado en Bogotá, en cuanto al conocimiento del contenido nutricional del queso, tamaño de la porción, momento de consumo y si su consumo ha sido influenciado por un profesional de la salud.

4. OBJETIVOS

4.1 OBJETIVO GENERAL:

Determinar la percepción que tiene el consumidor sobre el queso, en el almacén principal de Lácteos Campo Real, ubicado en Bogotá, en cuanto al conocimiento del contenido nutricional del queso, tamaño de la porción, momento de consumo y si su consumo ha sido influenciado por un profesional de la salud.

4.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS:

- Identificar las características físicas y nutricionales en que se basan los consumidores de queso marca Campo Real para seleccionar el queso.
- Conocer la frecuencia de consumo de queso en los consumidores de este producto marca Campo Real.
- Identificar si el consumidor de queso Campo Real conoce el tamaño de la porción recomendada.
- Conocer cuál es el beneficio del consumo de queso, que la población encuestada considera más importante para los individuos
- Identificar en qué momento del día dicha población incluye el queso dentro de su alimentación.
- Identificar si el consumidor selecciona el queso; independiente de la marca; por recomendación de un profesional de la salud.

5. MATERIALES Y MÉTODOS

5.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Se realizó un estudio descriptivo, por medio de una encuesta que se efectuó a los compradores de queso marca Campo Real en el almacén principal ubicado en Bogotá en el barrio Morato.

5.2 POBLACIÓN DE ESTUDIO Y MUESTRA

La población objetivo fue de 150 personas con una frecuencia de consumo del 16.5% (Según consumo diario de derivados lácteos ENSIN 2010) y un error del 5%, la confiabilidad de la muestra fue del 95% y se calculó con tamaño de muestra para un estudio poblacional de EpiInfo versión 6 y StatCalc, el cual dio como resultado un tamaño de muestra de mínimo 88 personas, por lo cual se aplicó la encuesta a 90 personas.

5.3 VARIABLES DE ESTUDIO

- Frecuencia de consumo de queso
- Momento del día en que se consume el queso
- Población que revisa la información nutricional del queso
- Características nutricionales en que se fija la población para seleccionar un queso
- Características físicas en que se fija la población para seleccionar un queso
- Población que conoce la recomendación diaria de queso para adultos
- Beneficios que la población identifica que aporta el queso
- Profesionales de la salud que recomiendan el consumo de queso
- Tipo de queso más recomendado por profesionales de la salud

5.4 MÉTODOS

Sé aplicaron las encuestas a compradores de queso marca Campo Real en el almacén principal de Lácteos Campo Real, ubicado en Bogotá en el barrio Morato.

5.5 RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Análisis de la encuesta sobre percepción del queso (Anexo1) la cual constó de 10 preguntas cerradas enfocadas en conocer la percepción de los individuos compradores de queso marca Campo Real en su almacén principal, frente al queso y saber las razones por las cuales la población lo selecciona.

5.6 PRUEBA PILOTO DE LA ENCUESTA

Se realizó una prueba piloto con 9 consumidores, que representó el 10% de la muestra, los cuales verificaron que la encuesta era totalmente clara y comprensible, y que las preguntas estaban correctamente enunciadas, lo que demostró que con su realización se iba conocer la percepción de los compradores frente al queso que seleccionan, además hicieron sugerencias que fueron aplicadas a la encuesta. La validación se realizó por medio de un formato de aceptación de la encuesta (Anexo2) y los resultados fueron presentados mediante porcentajes con el programa Microsoft Excel.

5.7ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

El análisis de resultados se hizo mediante el programa Microsoft Excel y los resultados se presentaron por medio de porcentajes. Se tuvo el apoyo de un especialista en estadística durante el proceso.

5.8RESULTADOS DE PRUEBA PILOTO

Puntuación de 1 a 5 según grado de cumplimiento, siendo 5 cumplimiento total y 1 incumplimiento

Resultados de la prueba piloto de la encuesta de percepción del queso en porcentajes (%)					
	1	2	3	4	5
Las preguntas son breves y claras	0	0	0	33.3	66.7
La información se puede entender fácilmente	0	0	0	11.1	88.9
Las preguntas están redactadas correctamente	0	0	11.1	11.1	77.8
La calidad de la ortografía, puntuación y gramática es adecuada	0	0	0	0	100
El tamaño de la letra es adecuada	0	0	0	0	100
El lenguaje es apropiado para la población encuestada	0	0	0	0	100
No hay preguntas en las que se haga énfasis en una respuesta, que obligue a contestar de una forma específica	0	0	11.1	0	88.9
La encuesta logra el objetivo del estudio	0	0	0	11.1	88.9

Tabla 3. Resultados de la prueba piloto de encuesta

¿Tiene alguna sugerencia para la encuesta de la percepción del consumo de queso para y mozzarella Campo Real?

- El título es muy largo pues abarca el objetivo
- En la pregunta 4: ¿Se pueden escoger varias respuestas? No queda claro; Pregunta 5: No creo que sabor sea una pregunta que la persona pueda evaluar como tal antes de comprar el queso. Sobre todo si es un queso nuevo; Pregunta 6: ¿Porción para quién? Grupo poblacional; Pregunta 7: Daría la opción de otro para ver que más pueden creer
- Especificar si la respuesta es única o múltiple. Hay preguntas que pueden tener 2 o más respuestas; Revisar la redacción de la pregunta No 6; Incluir ginecólogos dentro de los médicos que recomiendan, pues estos hacen mucho énfasis en el consumo de calcio

6. RESULTADOS

Se realizaron 90 encuestas a compradores de queso marca Campo Real en el almacén principal ubicado en Bogotá, el 71% de los consumidores de queso fueron mujeres y el 29% hombres. Ver Figura 1.A.

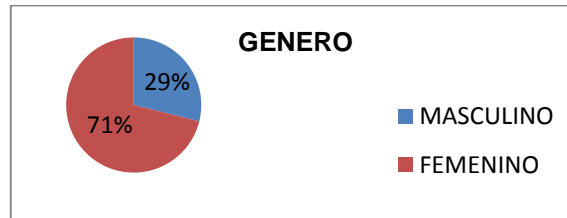


Figura 1.A Género

El 39% de los consumidores de queso fueron adultos entre los 31 y 51 años y un 33% fueron entre 51 y 64 años, mientras que solo un 16% correspondió a edades entre 19 y 30 años, y un 12% a adultos mayores de 65 años. Ver Figura 1.B.

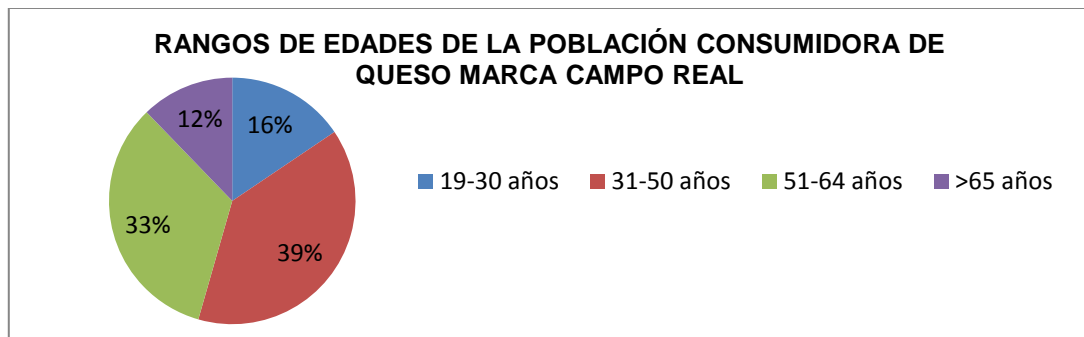


Figura 1.B. Rangos de edad de la población consumidora de queso marca Campo Real

La primera pregunta iba enfocada en conocer la frecuencia de consumo de queso por parte de los compradores (¿Cada cuánto consume queso?) y los resultados obtenidos es que más de la mitad de la población consumidora de queso (58%) lo consume diariamente, mientras que un 30% lo consume de 3 a 4 veces por semana y un 9% reportó consumirlo una sola vez a la semana, adicionalmente un 1% de la población respondió con las respuesta "otros" pues tienen un consumo menos regular de queso. Ver Figura 2.A

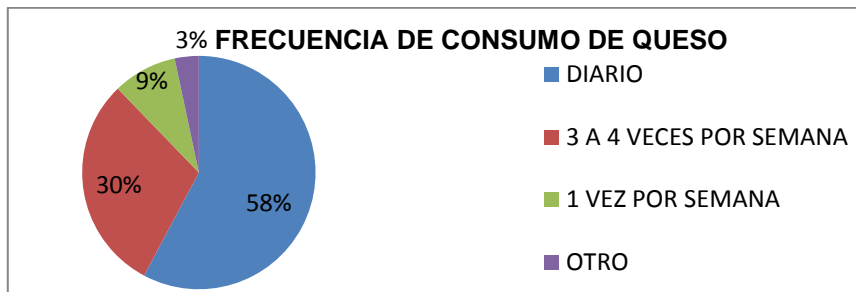


Figura 2.A Frecuencia de consumo obtenida por la pregunta No.1 de la encuesta de consumo de queso. ¿Cada cuánto consume queso?

Luego de cruzar las variables género y frecuencia de consumo, se encontró que el consumo diario por hombres es del 61.5% y en mujeres del 56.2%, los consumidores que refirieron consumir el producto 3 a 4 veces por semana fueron 30.7% hombres y 29.7% mujeres. Ver figura 2.B.

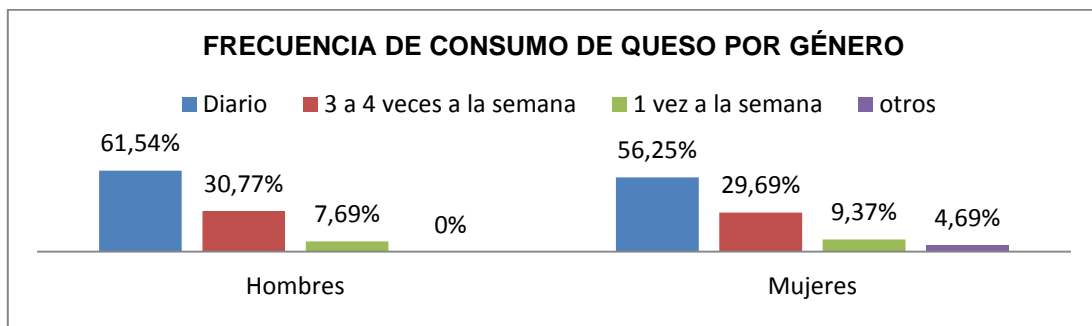


Figura 2.B Frecuencia de consumo de queso por género

En cuanto al cruce de variables frecuencia de consumo y edad, se encontró que el consumo de queso diario por los encuestados aumenta conforme aumenta la edad, encontrando que entre los 19 y 30 años hay un consumo diario de queso del 53.7%, de 31 a 50 años un 48.6%, de 51 a 64 años 66.7% y en mayores de 65 años hay un consumo diario de queso por parte del 90.9% de la población consumidora de queso marca Campo Real. Ver figura 3.A.

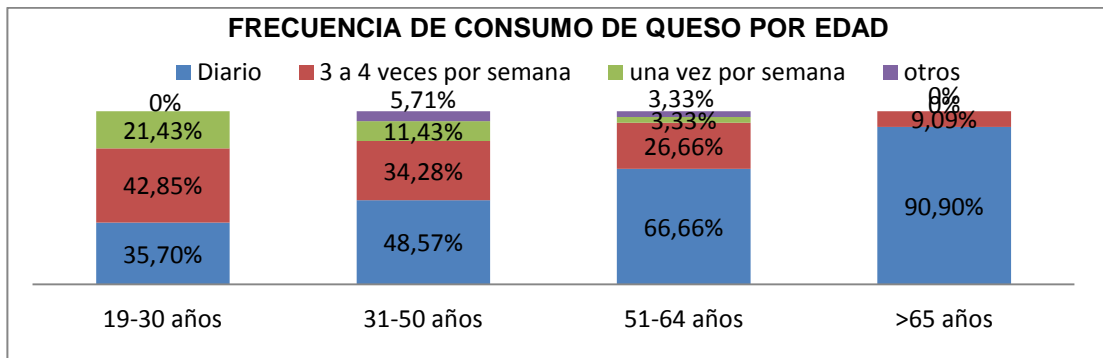


Figura 3.A Frecuencia de consumo de queso por edad

La segunda pregunta era sobre en qué momento del día consume queso, y se encontró que la mayor parte de la población consumidora de queso marca Campo Real, lo consume como desayuno (45%) y refrigerio (14%), desayuno y refrigerio (20%), mientras que un 14% lo consume en las comidas principales y un 7% en todos los tiempos de comida. Ver Figura 3.B

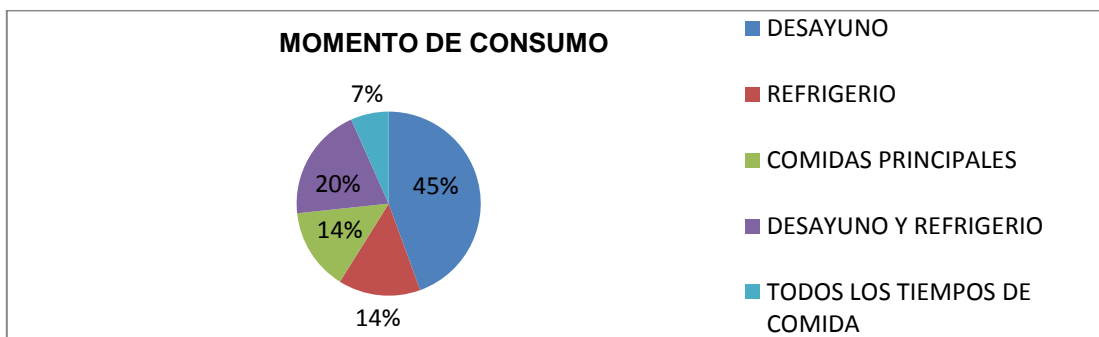


Figura 3.B Resultados pregunta No. 2 ¿En qué momento del día consume queso?

La tercera pregunta era enfocada en conocer si la población revisa la información nutricional del queso para su selección (¿Revisa la información nutricional del empaque del queso para escogerlo?) y se encontró que únicamente el 31% la revisa, frente a un 69% que no lo hace. Ver Figura 3.C

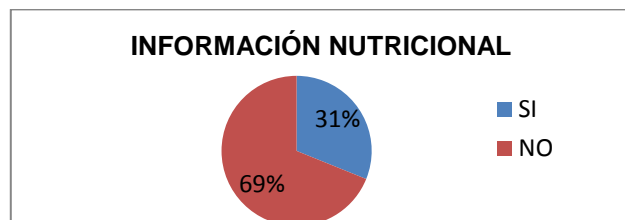


Figura 3.C Resultado pregunta No.3 ¿Revisa la información nutricional del empaque del queso para escogerlo?

En el cruce de las variables rotulado nutricional y género se encontró un comportamiento muy similar entre los individuos masculinos y femeninos consumidores de queso, que afirman revisar el rotulado nutricional del producto, pero el porcentaje de hombres que revisa el rotulado es inferior con un 23.1% frente a un 34.4% en mujeres. Ver figura 4.A.

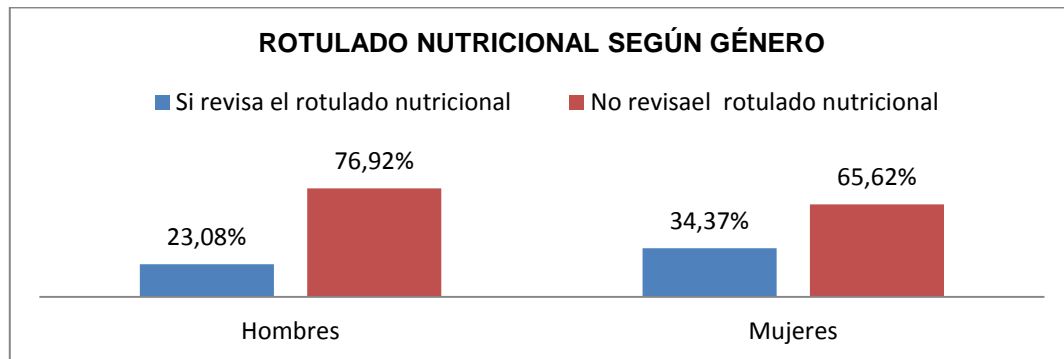


Figura 4.A Rotulado nutricional según género

La cuarta pregunta se les realizaba únicamente a las personas que respondieron que sí revisaban la información nutricional del empaque del queso y era acerca de en qué característica se fijaban especialmente para escogerlo (¿En qué característica nutricional se fija más para seleccionar el tipo de queso?), en esta se encontró que la mayor parte de los individuos consumidores de queso que revisan la información nutricional de este producto se fijan en el contenido de grasa y calorías lo cual correspondió a un 46.6 y 28.7% respectivamente, mientras que un 10.7% revisa el contenido de proteína, solo un 7.16% revisa el contenido de sal y un 7.16% revisa otros datos. Ver Figura 4.B

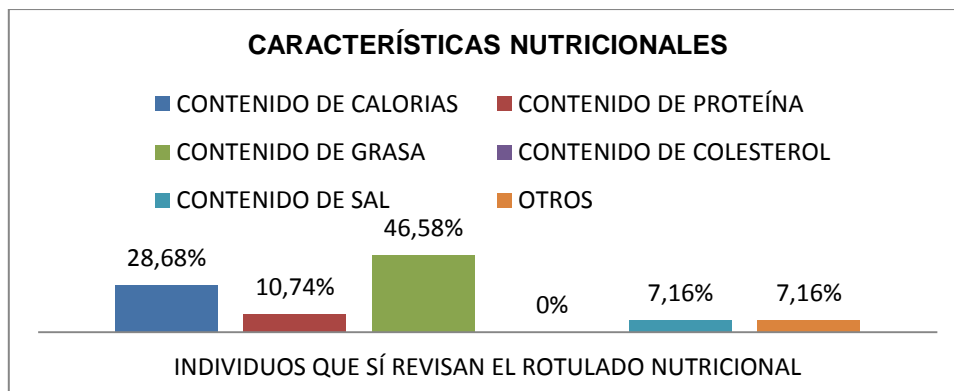


Figura 4.B Resultados pregunta No.4 ¿En qué característica nutricional se fija más para seleccionar el tipo de queso?

La siguiente pregunta se enfocaba en saber cuál es la característica física más importante para la población encuestada al seleccionar el queso (¿En qué característica física se fija más para seleccionar el queso?), los resultados fueron que un 48% se fija en el sabor del queso, un 27% lo selecciona por su color, un 23% por la textura y sólo un 2% por el grado de gratinado que este tenga. Ver Figura 5.A.

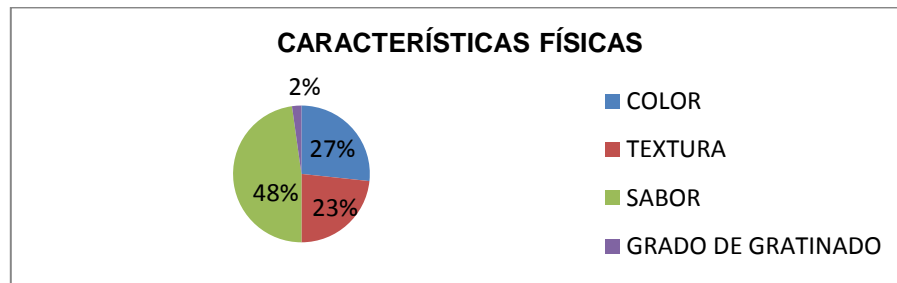


Figura 5.A. Resultados pregunta No. 5 ¿En qué característica física se fija más para seleccionar el queso?

La sexta pregunta hablaba de si el consumidor conoce la porción recomendada de queso (¿Sabe usted cuál es la porción recomendada de queso para un adulto?) y si su respuesta de la cantidad de queso era correcta o no. Se encontró que solo un 14% dijo conocer la porción recomendada frente a un 86% que no, y de ese 14% que la conoce un 47.6% respondió correctamente frente a un 52.4% que respondió de forma incorrecta. Ver Figura 5.B.

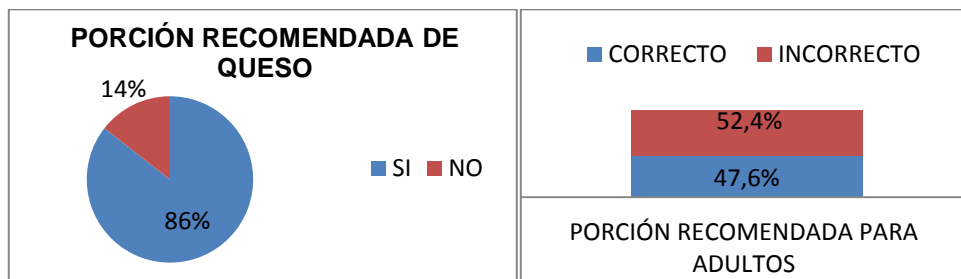


Figura 5.B. Resultados de la pregunta No. 6 ¿Sabe usted cual es la porción recomendada de queso para un adulto?

Se tomó correcta la respuesta que estuviera entre 30 y 75g de queso al día, basados en la recomendación de las Guías Alimentarias para la población colombiana mayor de dos años, teniendo en cuenta que la recomendación de lácteos y derivados es de 2 a 2 ½ porciones al

día, así que se tomó como mínimo 1 porción y máximo 2 ½ porciones de queso al día. La porción recomendada de queso según la resolución 333 de Febrero de 2011 es de 30g. (4)

La relación entre la población consumidora de queso que afirma conocer la porción recomendada para la población adulta y el género, muestra que el 11.5% de los hombres dicen conocer la porción y el 15.6% de las mujeres, lo cual no es una diferencia importante entre géneros. Ver figura 6.A.

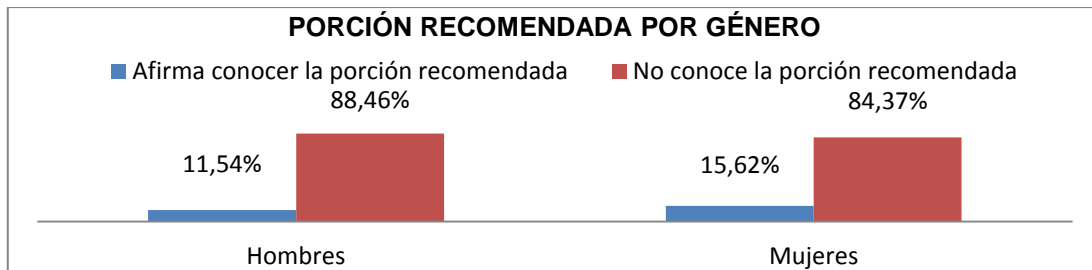


Figura 6.A. Porción recomendada de queso por género de los consumidores de queso marca Campo Real

Al analizar la población consumidora de queso que respondió conocer la recomendación diaria de este producto para un adulto y que además respondió correctamente, se encontró que el 100% correspondió a mujeres, lo cual representa tan solo 6 individuos de los 90 de la población encuestada. Ver figura 6.B.



Figura 6.B. Población consumidora de queso que conoce la recomendación diaria para un adulto por género

La siguiente pregunta de la encuesta se enfocaba en ver según el consumidor, cuál es el beneficio más importante que aporta el queso (¿Qué beneficios cree usted que le aporta el queso?), y se encontró que un 39% de la población piensa que el mayor beneficio del queso es el mantenimiento de una alimentación balanceada, el 33% prevención de osteoporosis, el 26% mantenimiento de la salud ósea y dental, y un 2% piensa que interviene en el crecimiento y desarrollo del individuo. Ver Figura 7.A

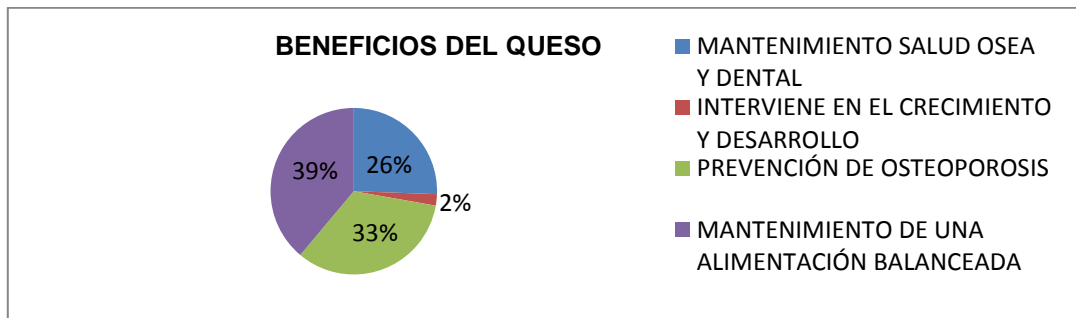


Figura 7.A Resultados de la pregunta No.7 ¿Qué beneficios cree usted que le aporta el queso?

Al cruzar los beneficios del consumo de queso reportados por los encuestados según género se encontró que el 42.3% de los hombres piensa que el beneficio más importante del queso es el mantenimiento de una alimentación balanceada, seguido por un 34.6% que refirió mantenimiento de salud ósea y dental. En el caso de las mujeres el 39% respondió prevención de osteoporosis y un 37% mantenimiento de una alimentación balanceada. Ver figura 7.B.

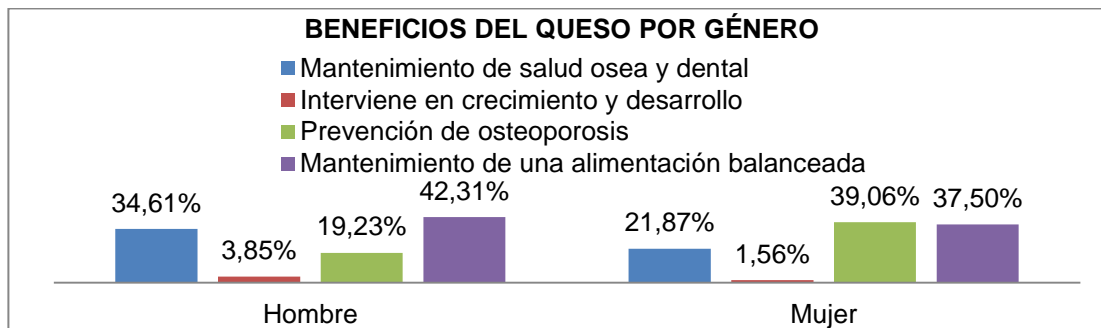


Figura 7.B. Beneficios del consumo de queso por género

Al analizar los beneficios identificados por los consumidores de queso según rangos de edad se encontró que en las edades de 19-30 años predominó el mantenimiento de alimentación balanceada, de 30-50 años la alimentación balanceada y prevención de osteoporosis fueron los más referidos, de 51-64 años la población respondió alimentación balanceada y salud ósea y dental, y por último los mayores de 56 años respondieron en su mayoría mantenimiento de alimentación balanceada y los restantes prevención de osteoporosis. Ver figura 8.A

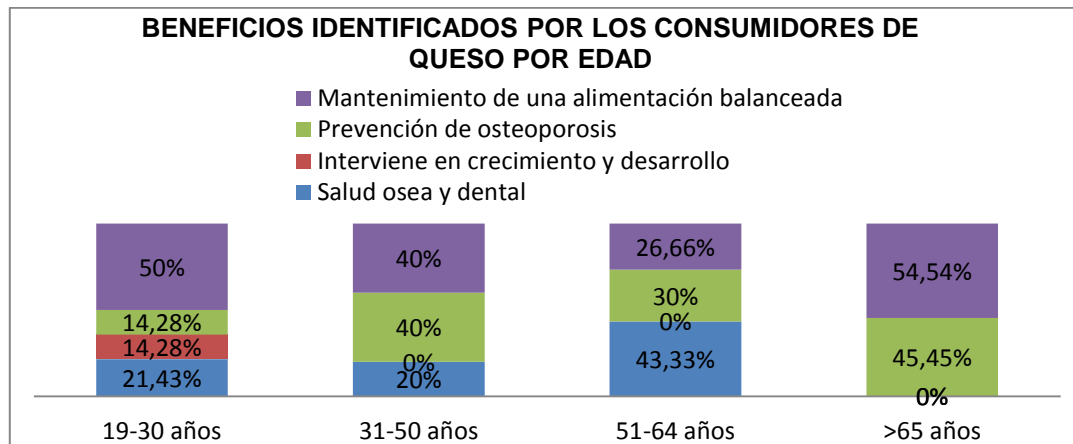


Figura 8.A. Beneficios identificados por los consumidores de queso según edad

La última parte de la encuesta se realizó para conocer si algún profesional de la salud le había recomendado al consumidor de queso la ingesta de este producto (¿Algún profesional de la salud le ha recomendado el consumo de queso?), y si la respuesta era afirmativa se preguntaba qué profesional de la salud se lo había recomendado (¿Qué profesional de la salud le recomendó el consumo de queso?) y qué tipo de queso (¿Qué tipo de queso le recomendó?).

El 43% de la población consumidora de queso marca Campo Real respondió que un profesional de la salud le había recomendado el consumo de queso, frente a un 57% que no. Ver Figura 8.B.

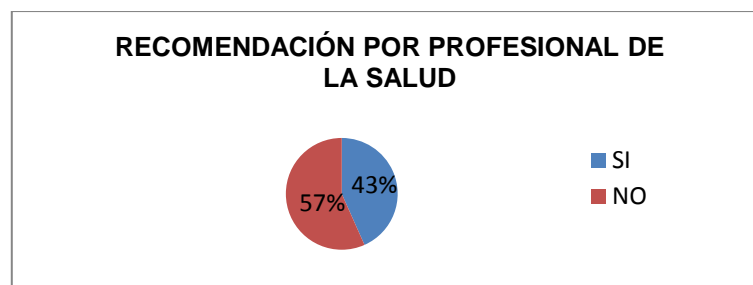


Figura 8.B. Resultados de la pregunta No. 8. ¿Algún profesional de la salud le ha recomendado el consumo de queso?

Al cruzar la variable de recomendación de queso por un profesional de la salud con rangos de edad, se encontró que los consumidores de queso de 51-64 fueron los que más reportaron recomendación de queso por un profesional de la salud (53.3%). Ver figura 9.A

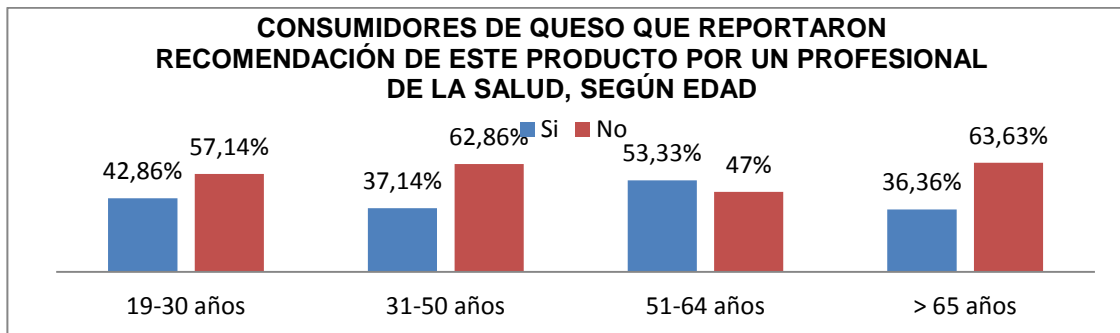


Figura 9.A Consumidores de queso que reportaron recomendación de este producto por un profesional de la salud según edad

Por otra parte, del 43% que respondió que un profesional de la salud le había recomendado consumir queso, a la mayoría (56.8%) se lo había recomendado la nutricionista, frente a un 31% que se lo recomendó el médico general, un 10.3% de la población consumidora de queso respondió que otro tipo de médico le había recomendado el consumo de queso y estos fueron más que todo por el endocrinólogo, un 2.6% refirió que el médico cardiólogo le recomendó el consumo de queso y ningún encuestado respondió que el ginecólogo recomendó el consumo de este producto. Ver Figura 9.B.

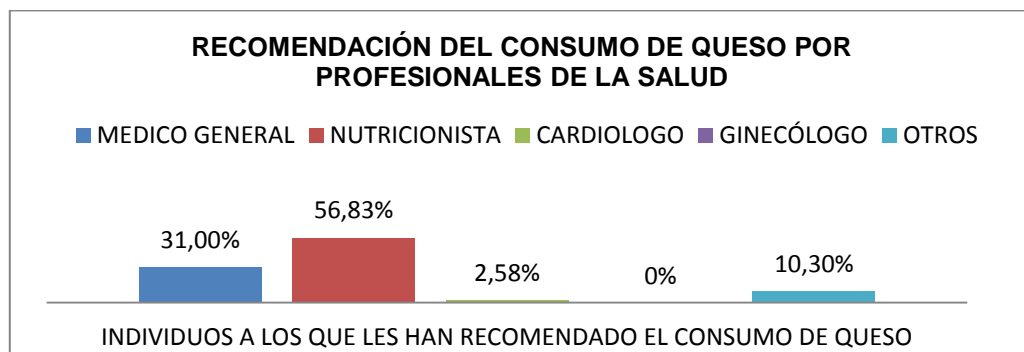


Figura 9.B. Resultados a la pregunta No. 9 ¿Qué profesional de la salud le recomendó el consumo de queso?

De los mismos 43% de individuos que respondieron que un profesional de la salud les había recomendado el consumo de queso, un 41.1% refirió que les recomendaron el consumo de queso campesino, frente a un 15.5% que les recomendaron queso mozzarella, pera y paipa, un 5.2% reportó que les recomendaron otro tipo de queso diferente a los mencionados. Ver Figura 10.

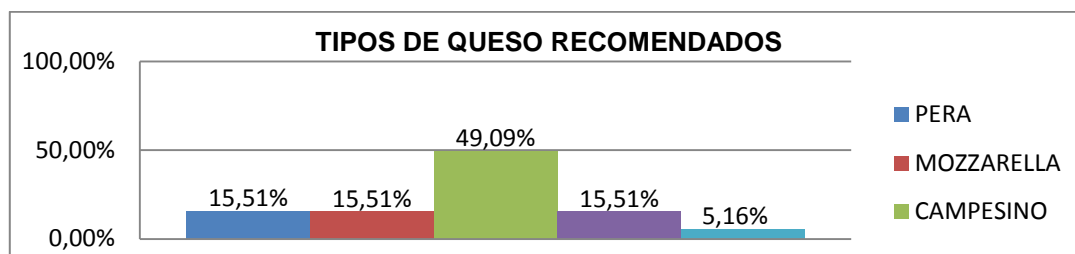


Figura 10. Resultados de la pregunta No. 10. ¿Qué tipo de queso le recomendó?

CONTENIDO NUTRICIONAL DE QUESOS DE MARCAS COMERCIALES									
QuesoPorción30g	Calorías	Cal de grasa	G. Total (g)	Grasa sat (g)	Colesterol (mg)	Na (mg)	CHO's (g)	Prot (g)	Ca (mg)
Mozzarella C. Real	80	51.3	5.7	1.8	0	210	3	3	20%
Mozzarella Alpina	79	53	6.2	3.5	26.5	88.2	<1	5.9	8%
Mozzarella Colanta	90	60	6	4	25	160	0	8	20%
Pera C. Real	67	30	3	2	0	165	4	6	20%
Pera El Vecchio	90	53	6	2	0	160	2	8	19%
Campesino Alpina	100	60	7	4.5	15	120	2	6	20%
Campesino Colanta	90	70	7	5	25	220	0	6	20%

Tabla 4. Contenido nutricional de quesos mozzarella, pera y campesino de marcas comerciales según rotulado nutricional del empaque.

Al analizar más profundamente la tabulación se encontró que el 27.3% de los individuos que afirmaron que les había recomendado el queso el nutricionista, les recomendó el consumo de queso mozzarella y otro 27.3% dijo que el nutricionista les recomendó el consumo de queso campesino, un 18.2% refirió que el nutricionista recomendó el consumo de queso

pera, otro 18.2% el consumo de queso paipa y un 9.1% restante refirió que le recomendó otro tipo de queso. Ver Figura11.A.



Figura11.A Resultados relación pregunta 9 y 10: Tipos de quesos recomendados por los nutricionistas

También se encontró que el 83.3% de los encuestados que dijeron que un profesional de la salud les había recomendado el consumo de queso, respondió que el médico general les recomendó el consumo de queso campesino y el 8.33% expresó que le recomendó el consumo de queso pera, el mismo 8.3% respondió que el médico general le recomendó el consumo de queso paipa. Ver Figura 11.B.

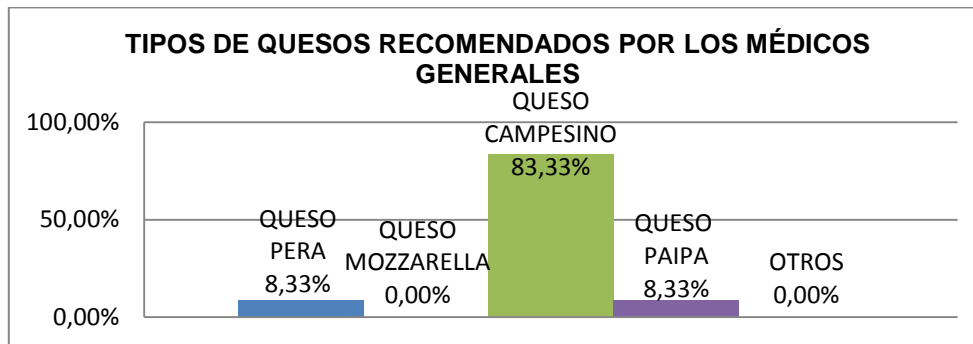


Figura 11.B Resultados relación pregunta 9 y 10: Tipos de quesos recomendados por los médicos generales

7. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

El queso es un producto obtenido de la maduración de la cuajada de la leche, que tiene características propias según su lugar de origen y su forma de preparación. El queso es un alimento rico en proteínas las cuales son indispensables para una gran cantidad de tareas en el organismo (3), así como rico en calcio el cual es el mineral más abundante en el

organismo y conforma la estructura de huesos y dientes, indispensable en la prevención de osteoporosis. (3)

El objetivo del trabajo fue conocer la percepción del consumidor de queso marca Campo Real frente al conocimiento del contenido nutricional del queso, tamaño de la porción, momento de consumo y si su consumo ha sido influenciado por un profesional de la salud, para esto se realizó una encuesta a los consumidores de queso en el almacén principal de Lácteos Campo Real, con el fin de guiar a la empresa en realizar una buena estrategia de consumo de queso conociendo al consumidor del producto y sus necesidades.

Por medio de la encuesta realizada a 90 consumidores de queso en el almacén de Lácteos Campo Real, se encontró que la mayor cantidad de los compradores son mujeres ya que son las que normalmente hacen el mercado familiar, esto lo afirma Monday Marketing en el Informe Final de Tendencias de Consumo, 2011: *“A pesar del aumento del involucramiento del hombre en las actividades propias del hogar, la toma de decisiones en la dieta de los hijos mayoritariamente corresponde a la madre”*(14). Por esto se ve a las mujeres como decisión de compra y para la marca Campo Real es importante encaminar todo el mercadeo de los productos hacia la mujer: educación, promociones, productos que beneficien a la mujer y los niños.

La mayor cantidad de la población encuestada perteneció a los rangos de 31 a 50 años. En las campañas en que va a realizarse educación, se deben enfocar en mujeres que se encuentren entre los 31 y 50 años y para esto es importante identificar las necesidades en términos de queso de este grupo poblacional.

La mayor parte de la población consumidora de queso marca Campo Real consume queso todos los días, o día de por medio en su vida cotidiana, al relacionarlo con los estudios realizados en diferentes países que muestran que Colombia tiene un consumo muy inferior de queso en comparación con países como Italia y Francia(6), muestra que el bajo consumo no es por la frecuencia de este, sino por la cantidad que se consume y en qué tiempos de comida se realiza, ya que gran parte de la población consumidora de queso ingiere este alimento todos los días.(6) Con esta información se debe indagar en posteriores estudios, porque de los consumidores de queso Campo Real, solo el 58% lo hace todos los días. Y así mismo identificar porque el 42% no lo hace todos los días: los interrogantes serían: ¿costo? ¿Salud? ¿Por qué alimentos lo remplaza? Entre otros.

En los resultados se encontró que entre los consumidores de queso marca Campo Real hay mayor proporción de hombres que lo consumen todos los días frente a las mujeres. Se debe

indagar porque siendo la mujer quien compra el queso, es la que consume menos este producto, teniendo en cuenta esta información se debe profundizar en cuáles son las creencias por las cuales la mujer consume menos queso que el hombre y si esto tiene algo que ver con preferir darlo a los demás miembros de la familia por preferir invertir en el estado nutricional de estos frente al propio.

En el análisis del cruce de variables frecuencia de consumo y edad, se encontró que el consumo de queso diario por los encuestados aumenta conforme aumenta la edad y que el consumo diario en mayores de 65 años es del 90.9% de la población consumidora de queso marca Campo Real. Esto no concuerda con los resultados reportados por la Encuesta Nacional de la Situación Nutricional en Colombia 2010, por esta razón se deben realizar más estudios buscando las razones por las cuales se da este comportamiento, como por ejemplo si se relaciona con el sabor del alimento, la textura, la tolerancia o porque es de fácil masticación en comparación con otros alimentos. También se puede indagar si esto tiene que ver con la facilidad de preparación y ahorro de tiempo que ofrece el queso. Esta es una oportunidad de negocio para Lácteos Campo Real, ya que puede promocionar el uso del queso como alimento dentro de las comidas principales, la importancia del consumo de proteína en esta edad y su contenido de calcio.

Se encontró que el bajo consumo de queso puede estar relacionado con los momentos del día en que se consume, ya que en los resultados de la encuesta se verificó que la población consumidora de queso, lo consume más que todo durante el desayuno y los refrigerios, y tan solo un 7% de la población contestó consumir queso en todos los tiempos de comida, un 14% refirió consumirlo en las comidas principales. Esto llevaría a que la cantidad de consumo sea menor con respecto a otros países, pues no se acostumbra a incluirlo en almuerzo y cena(5). Esto representa una oportunidad de negocio para Lácteos Campo Real, ya que pueden promocionar un desayuno y una lonchera saludable para todas las edades, donde incluyan el queso como fuente de proteína, además de promocionar recetas con queso en otros tiempos de comida. Su publicidad debe incluir estos temas y centrarse en las necesidades por ciclo de vida y de acuerdo a las necesidades fisiopatológicas, explicando los beneficios que aportan diferentes tipos de queso.

Es preocupante encontrar que solo un tercio de la población consumidora de queso revisa la información nutricional del producto, por esta razón se debe reforzar la educación en etiquetado nutricional, para que en el momento de la selección de un producto, el individuo sepa leer el etiquetado y esté consciente de lo que consume. Esto se puede comparar con estudios realizados en la población europea que encontraron que tan solo un 27% de la

población revisa la información nutricional de los productos. (11) También se relaciona con el estudio de Grunet K 2008, en el cual reporta que existe un bajo uso del etiquetado nutricional pues tan solo un 16.8% de los consumidores observa el rotulado nutricional de los productos (15).

El porcentaje de hombres que revisa el rotulado nutricional del queso es inferior al de las mujeres, esto se relaciona con el estudio de Grunert K 2009, el cual encontró evidencia estadísticamente significativa que demuestra que las mujeres observan más el etiquetado nutricional en comparación con los hombres, pues están más interesadas en una alimentación saludable.(15)

Además se observó que la población consumidora de quesos marca Campo Real que revisa el rotulado nutricional de estos productos muestra un gran interés por la calorías que aportan los alimentos y la cantidad de grasa que contienen, esto relacionado con que actualmente existe una gran preocupación por la imagen corporal lo cual lleva a que la población escoja alimentos bajos en grasa y calorías, además porque según la Encuesta Nacional de la Situación Nutricional en Colombia ENSIN 2010, uno de cada dos adultos sufre un problema de exceso de peso, por lo cual se puede comprender el interés por escoger productos bajos en grasa y calorías(6). Esta representa una oportunidad de mejoramiento de los productos de Lácteos Campo Real para producir quesos conforme a las necesidades y requerimientos de la población, estos deben hacer énfasis en la educación de sus consumidores.

La mitad de la población consumidora de queso marca Campo Real escoge este producto por el sabor que tiene, lo cual indica que usualmente van a comprar los mismos tipos de quesos pues conocen su sabor. Esto se ve relacionado con diferentes estudios que han revelado que el sabor es la característica más importante para diferentes poblaciones en la selección del queso (12) (13).El color y la textura parecen tener cierta importancia a la hora de escoger el queso ya que relacionan estas características con mejor estado del queso y con su contenido nutricional.

Los resultados de la encuesta mostraron que la mayoría de la población consumidora de queso marca Campo Real no conoce la recomendación diaria de consumo de queso, lo cual es preocupante ya que los excesos o déficits nutricionales se podrían atribuir en una parte, al conocimiento que tiene la población sobre cuánto debe consumir un individuo de cada grupo de alimentos diariamente, por esta razón se necesita hacer mayor educación para que la población pueda tener una alimentación más saludable según sus necesidades. Por esto se debe trabajar en mejorar y actualizar las guías para la población Colombiana y lograr hacer una buena publicidad de su contenido para que la población conozca sus

requerimientos en cuanto a alimentos y aprendan a realizar una adecuada selección y consumo de estos. El que la población encuestada no conozca la porción recomendada puede estar relacionado con el bajo porcentaje de individuos que revisa el etiquetado nutricional, ya que no hay conciencia de una alimentación basada en calidad y tamaño de porción. Esto brinda una oportunidad importante de educación al consumidor de queso marca Campo Real, para que logren un consumo adecuado de queso por grupo de edad y seleccionen productos de óptima calidad.

Los resultados mostraron que gran parte de la población consume el queso porque piensa que le ayuda a mantener una alimentación balanceada, lo cual es muy positivo ya que las personas lo consideran un alimento saludable que les ofrece beneficios, como afirma Monday Marketing en el Informe de Observación de Mercados 2011: *“El consumidor supone que el queso es nutricional, pero no sobra decirle las propiedades nutricionales del nuevo producto, para él es importante tener certeza de las cualidades nutricionales de un producto”*. Igualmente en el Informe del comportamiento de madres y niños respecto al consumo de queso de CMA conocimiento :*“para las familias el consumo de queso tiene un valor nutritivo importante, además de ser considerado como un alimento rico, saludable , natural el cual puede ser consumido a cualquier hora del día y en cualquier situación, es un alimento que siempre se incluye en la alimentación tanto de adultos como de niños”*(16), en este estudio se encontró que la percepción del queso en las familias era por ser 1. Salado, suave, delicioso 2. Cremoso y 3. Nutritivo, lo cual reafirma lo encontrado en los resultados de la percepción del queso por los consumidores de queso marca Campo Real por ser un alimento que mantiene una alimentación balanceada. También una buena parte de la población respondió que lo consumía por prevención de osteoporosis y por mantenimiento de huesos y dientes, lo que en conclusión muestra que los encuestados conocen la importancia del consumo de queso pues saben que contiene calcio el cual ayuda a mantener la salud ósea y dental pero además previene la osteoporosis(3). Es importante recordar que la mayoría de la población encuestada fueron mujeres, las cuales se preocupan porque su alimentación les ofrezca la cantidad adecuada de calcio para mantener sus huesos sanos, pues conocen qué es la osteoporosis y que problemas trae consigo. En el análisis de resultados se encontró también que las mujeres le dan más importancia al beneficio de prevención de osteoporosis, esto relacionado con la aparición de osteoporosis en el climaterio y la importancia que tiene la prevención y tratamiento de esta enfermedad.

A casi a la mitad de la población un profesional de la salud le ha recomendado el consumo de queso, lo cual es positivo, pero por otra parte un poco más de la mitad de la población dijo que no se lo habían recomendado y peor aún hubo comentarios de algunos individuos

que dijeron que el médico se los había prohibido, por razones como por ejemplo alto contenido de grasa y de sodio. Es importante recordar que los profesionales de la salud no deberían restringir alimentos que escogidos adecuadamente podrían ayudar a un paciente a mantener una alimentación balanceada y ser más saludables, a excepción de sí el individuo presenta una patología específica que lo prohíba. Según el foro de hábitos de vida saludable de la ANDI se debe recomendar el consumo de alimentos de acuerdo a la definición de alimentación saludable, en donde debe haber una correcta selección del alimento, una correcta relación con el alimento y una inocuidad y correcta preparación del alimento.

La población consumidora de queso marca Campo Real está consultando a profesionales en nutrición para que les expliquen cómo alimentarse de forma saludable lo cual es muy positivo, pues la población debe entender que existen especialistas para cada área y que a estos deben consultar según la especialidad que requieran.

Según los resultados de las encuestas realizadas a consumidores de queso en el almacén de lácteos Campo Real, la mayoría de los profesionales de la salud que recomendaron el consumo de queso, se inclinaron por el queso campesino el cual es un queso clasificado como graso, y en menor proporción recomendaron quesos semi grasos de pasta hilada como el pera y mozzarella, y queso paipa que es clasificado graso. Ver tabla 4. Esto deja un interrogante ya que muestra que los profesionales de la salud están recomendando el consumo de quesos grasos, a una población en la cual uno de cada dos adultos presenta sobrepeso y obesidad según la Encuesta Nacional de la Situación Nutricional en Colombia 2012 (6). Cuando se recomienden quesos de tipo graso, se debe explicar al individuo la cantidad y frecuencia en que lo debe consumir para evitar problemas de salud a futuro por alto consumo de grasa saturada.

Los nutricionistas recomendaron más que todo el consumo de queso campesino y mozzarella. Esto se podría asociar a que son quesos comúnmente consumidos por la población, y que representan una parte importante en sus hábitos alimentarios y cultura, pero según el Informe Final de Tendencias de consumo Monday Marketing 2011, la población actual está dejando de lado quesos grasos por su contenido de colesterol: *“La totalidad de las personas sienten una profunda aversión por siquiera mencionar alimentos que puedan tener colesterol, la asociación es muy fuerte y negativa en quesos campesinos”*(14), igualmente el que los nutricionistas recomendaron queso campesino y mozzarella no deja claro el enfoque que tuvieron para recomendar el queso por contenido nutricional, teniendo en cuenta que existe un gran problema en Colombia de sobrepeso y obesidad(6).

Es importante recomendar alimentos según los hábitos alimentarios y cultura de los individuos, pero hay que recordar la importancia en intentar modificar los hábitos poco saludables con comidas más nutritivas y adecuadas para la población. Según el estudio de Mercado Lácteos Campo Real Queso Pera, Tendencias de mercado de Consumer knowledge group 2011, se encontró que el 87% de los encuestados están dispuestos a pagar más por un producto que los satisfaga. De 8.423 encuestados activos, según estrato socioeconómico se encontró que la población que respondió afirmativamente a esta pregunta fue un 62% en estrato 1 y 59% en estrato 2, en estrato 3,4,5 y 6 más del 90% de la población respondió afirmativamente(18). Esto es una buena oportunidad para que se fomenten productos más saludables y beneficiosos para el consumidor y su familia, ya que el precio no es la principal variable para la elección de un producto, incluso en los estratos más bajos.

Los médicos generales recomendaron a la población encuestada en mayor porcentaje el consumo de queso campesino, por esto se debe hacer una profunda reflexión sobre la importancia de las especialidades en temas de salud, se debe recordar que cada profesional de la salud tiene una especialización determinada y unas competencias acordes a ella, por esta razón se debe remitir a un paciente a la especialidad pertinente que le de las recomendaciones acordes a sus competencias. Además se debe realizar educación básica en nutrición a los profesionales de la salud en tipos de quesos y características de estos, para que en ocasiones en que los médicos generales no puedan remitir a un paciente a una especialidad determinada puedan recomendar los alimentos que más se adapten a la situación nutricional y económica del paciente.

La recomendación general es aconsejar el consumo de quesos bajos en grasa, los cuáles pueden ser consumidos diariamente, como lo recomienda la Universidad de Harvard con la propuesta de alimentación saludable "MiPlato" (10) pues evitan problemas a largo plazo relacionados con el consumo de grasas saturadas, como sobrepeso, obesidad, hipercolesterolemia, entre otros.

8. CONCLUSIONES

La población consumidora de queso marca Campo Real no tiene conocimiento sobre el contenido nutricional del queso ni la porción recomendada, por esta razón se debe hacer educación a la población para que conozca las ventajas que trae el comer queso, que tipos de quesos son los más recomendados y la porción recomendada según grupos poblacionales y diferentes situaciones clínicas. Se vio que el consumo de queso se limita a las horas de la mañana, pero si la población conoce la cantidad de queso que se debe

consumir, se puede realizar publicidad sobre preparaciones con queso en las comidas principales.

A casi a la mitad de la población consumidora de queso un profesional de la salud le ha recomendado el consumo de queso, por esta razón se debe recordar la importancia de la asesoría en temas de nutrición por parte de un profesional en esta materia.

La frecuencia de consumo es buena ya que la mayoría de la población consumidora de queso marca Campo Real consume el producto todos los días. Los consumidores de queso se basan principalmente en el sabor del queso para seleccionarlo, pues escogen quesos que acostumbran comprar normalmente y no buscan quesos nuevos y diferentes.

Se encontró que para la población consumidora de queso es importante el consumo de este producto para mantener una alimentación saludable y que conocen su contenido de calcio y por ello su función preventiva en osteoporosis, se debe seguir invirtiendo en educación al consumidor para que conozcan los beneficios del consumo de queso y así lo incluyan en su alimentación diaria.

Se debe continuar realizando estudios sobre la percepción de la población Colombiana sobre el queso, en diferente tipo de poblaciones para lograr conocer al consumidor de queso colombiano y saber que condiciona su ingesta.

9. RECOMENDACIONES

A partir de los resultados obtenidos, se puede empezar a planear una estrategia de Lácteos Campo Real asesorados por el Centro Colombiano de Nutrición Integral, para explicar al consumidor las ventajas del consumo de queso, cada cuanto se debe consumir y en qué proporción, mediante una publicidad guiada adecuadamente y la transformación del empaque que haga fácil la comprensión del rotulado nutricional, con esto se logrará que la población consumidora de queso sepa un poco más acerca de él y pueda consumirlo según la recomendación para la población Colombiana.

Mediante la implementación de técnicas educativas para el consumidor se podrá lograr un mayor conocimiento del queso y sus propiedades por la población, que genere un cambio positivo en su alimentación para lograr hábitos de vida más saludables.

Se recomienda continuar realizando estudios relacionados con el conocimiento que tienen diferentes poblaciones frente a los alimentos y cómo y cada cuánto los consumen, para

lograr conocer la percepción que tienen y así realizar educación en nutrición y alimentación que logre un impacto en estos.

10. REFERENCIAS

1. Maestre, R. Palau, P. Masats, J. 2000. El libro de los quesos y embutidos, todas las clases conservación y consumo. Primera edición. Ediciones primera plana. Barcelona. España. Pág. 8.
2. Codex Alimentarius.FAO/WHO Food Standards.Norma General del Codex para el Queso. CODEX STAN 283-1978.
3. Mataix, J. Nutrición y Alimentación Humana. Situaciones fisiológicas y patológicas. Editorial Oceano. Barcelona. España. Pág. 96.
4. Ministerio de la protección social. 2011. Resolución número 333 de 2011.
5. Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Bogotá. 2005. El sector del queso en Colombia. Bogotá. Colombia. Pág. 27.
6. - - - - (2009, 5 de Junio). Colombia está quedada en el consumo de queso; cada persona se come casi un kilo de derivado lácteo cada año. Portafolio. Obtenido de la Red Mundial el 16 de Enero de 2012. [Http://www.portafolio.co](http://www.portafolio.co)
7. Instituto Colombiano de Bienestar Familiar. 2010. Encuesta Nacional de la Situación Nutricional en Colombia. Primera edición. Da Vinci EDITORES y Cía. SNC. Bogotá D.C. Pág.93, 272.
8. ICONTEC. Norma técnica colombiana NTC 4315. Bogotá, Colombia. 1997.
9. ICONTEC. Norma técnica colombiana NTC 5894. Bogotá, Colombia. 2011.
10. United States Department of Agriculture. 2011. Center of Nutrition Policy and Promotion. My Plate. Obtenido en la Red Mundial el 14 de junio de 2012. <http://www.choosemyplate.gov>
11. Grunert, KG; Wills, JM; Fernández, L. 2010. Nutrition knowledge, and use and understanding of nutrition information on food labels among consumers in the UK.MAPP Centre for Research on Customer Relations in the Food Sector, Aarhus School of Business, Aarhus University.
12. Sanchez, A; Martinez,J; Prattala, R; Toledo, E; Roos,G; Martinez, M. 2003.A systematic review of socioeconomic differences in food habits in Europe: consumption of cheese and milk.European Journal of Clinical Nutrition. Vol.57.p917.

13. Mesías, F; Escribano, M; Rodriguez, A; Pulido, F.2003. Market segmentation of cheese consumers: an approach using consumer's attitudes, purchase behaviour and sociodemographic variables. *International Journal of Dairy Technology*. Vol.56 p 149-155.
14. Monday Marketing, 2011. Informe Final. Tendencias de Consumo presentadas a Lácteos Campo Real.
15. Grunert.K. 2009. Use and understanding of nutrition information on food labels in six European countries. *Journal Public Health*
16. Monday Marketing, 2011. Informe de Observación de Mercados para Lácteos Campo Real.
17. CMA conocimiento. 2010. Informe del comportamiento de madres y niños respecto al consumo de queso.
18. Consumer Knowledge Grup. 2011. Tendencias de Mercado Lácteos Campo Real Queso Pera, Tendencias de mercado de
19. Boza, E. Morales, I. Henderson, M. 2010. Desarrollo de un queso maduro con adición del cultivo probiótico *Lactobacillus paracasei* subsp. *Paracasei*. *Revista Chilena Nutrición* volumen 37. Número 2.
20. Huerta, J. 2005. Procedimiento para redactar y validar los cuestionarios para los estudios de investigación y evaluación. Universidad de Puerto Rico.
21. Rivas, M. 2004. Diseño y validación de cuestionarios. Instituto de salud Carlos III. *Matronas profesión* volumen 5. Número 17. Obtenido en la Red Mundial el 13 de marzo de 2012. <http://www.enferpro.com>
22. Codex Alimentarius. FAO/WHO Food Standards. Norma del Codex para la Mozzarella. CODEX STAN 262-2006.
23. ICONTEC. Norma técnica colombiana NTC 750. Bogotá, Colombia. 2009.
24. Artuz, A. (2012, 7 de mayo). Alerta por 110 casos de intoxicación con queso en Barranquilla. *El Tiempo*. Obtenido en la Red Mundial el 10 de mayo de 2012. <http://www.eltiempo.com>

ANEXOS

ANEXO 1. ENCUESTA PERCEPCIÓN DEL QUESO

ENCUESTA PERCEPCIÓN DEL CONSUMO QUESO

Encuesta No.:

Mediante esta encuesta se desea determinar la percepción del consumidor de queso pera y mozzarella marca Campo Real en el almacén principal ubicado en Bogotá, en cuanto a su selección y conocimiento del producto y sus beneficios

Nombre:	Género: F / M
	Edad:
1. ¿Cada cuánto consume queso?	
a) Diario	b) 3 a 4 veces a la semana
c) 1 vez a la semana	d) Otro
2. ¿En qué momento del día consume queso?	
a) Desayuno	b) Refrigerio
c) Comidas principales	d) a y b
e) Todos los tiempos de comida	
3. ¿Revisa la información nutricional del empaque del queso para escogerlo? (Si la respuesta es "No" pase a la pregunta No.5)	
a) Si	b) No
4. ¿En qué característica nutricional se fija más para seleccionar el tipo de queso?	
a) Contenido de calorías	b) Contenido de proteína
c) Contenido de grasa	d) Contenido de Colesterol
e) Contenido de sal	f) Otros
5. En qué característica física se fija más para seleccionar el queso?	
a) Color	b) Textura
c) Sabor	d) Grado de gratinado
6. ¿Sabe usted cuál es la porción recomendada de queso para un adulto?	
a) Si	b) No
¿Si su respuesta es afirmativa, cuál es la porción normal? Cantidad en gramos _____ / Medida casera _____	
7. ¿Qué beneficios cree usted que le aporte el queso? (Escoger la respuesta más completa)	
a) Mantenimiento de salud ósea y dental	b) Interviene en el crecimiento y desarrollo
c) Prevención de osteoporosis	d) Mantenimiento de una alimentación balanceada
8. ¿Algún profesional de la salud le ha recomendado el consumo de queso? (Si la respuesta es "Si" continúe respondiendo la encuesta)	
a) Si	b) No

9. ¿Qué profesional de la salud le recomendó el consumo de queso?	
a) Médico General	b) Nutricionista
c) Médico Cardiólogo	d) Ginecólogo
e) Otros	
10. ¿Qué tipo de queso le recomendó?	
a) Pera	b) Mozzarella
c) Campesino	d) Paipa
e) Otros	

ANEXO 2. ENCUESTA PRUEBA PILOTO

Nombre:
Género: F/M
Ocupación:

Validación encuesta consumo de queso

Para poder realizar la validación de la encuesta adjunta de consumo de queso, es necesario evaluar la claridad de sus preguntas, para verificar que es completamente comprensible para el encuestado.

Califique con puntuación de 1 a 5 las afirmaciones que se presentan a continuación según grado de cumplimiento, siendo 5 cumplimiento total y 1 incumplimiento

		1	2	3	4	5
1	Las preguntas son breves y claras					
2	La información se puede entender fácilmente					
3	Las preguntas están redactadas correctamente					
4	La calidad de la ortografía, puntuación y gramática es adecuada					
5	El tamaño de la letra es adecuada					
6	El lenguaje es apropiado para la población encuestada					
7	No hay preguntas en las que se haga énfasis en una respuesta, que obligue a contestar de una forma específica					
8	La encuesta logra el objetivo del estudio " conocer la percepción de los consumidores de queso pera y mozzarella Campo Real, en cuanto su conocimiento del contenido nutricional, frecuencia y momento de consumo, y si su consumo ha sido influenciado por algún profesional de la salud "					

9. Tiene alguna sugerencia para la encuesta de la percepción del consumo de queso pera y mozzarella Campo Real?