

UNIVERSIDAD HISPANOAMERICANA
CARRERA DE NUTRICIÓN

Tesis para optar por el grado académico de
Licenciatura en Nutrición

“RELACIÓN ENTRE LA COMPRA DE
ALIMENTOS Y LOS HáBITOS
ALIMENTARIOS DE PERSONAS DE
PARRITA, PUNTARENAS, 2023”

YOSELIN MANUELA QUESADA ZÚÑIGA

MAYO, 2023.

TABLA DE CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS	5
ÍNDICE DE FIGURAS	7
RESUMEN	8
ABSTRACT	9
CAPÍTULO I. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	11
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	12
1.1.1. Antecedentes del problema	12
1.1.2. Delimitación del problema	22
1.1.3. Justificación	23
1.2. REDACCIÓN DEL PROBLEMA CENTRAL: PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN	25
1.3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	25
1.3.1. Objetivo general	25
1.3.2. Objetivos específicos	25
1.4. ALCANCES Y LIMITACIONES	26
1.4.1. Alcances de la investigación	26
1.4.2. Limitaciones de la investigación	26
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO- CONCEPTUAL	27
2.1. CONTEXTO TEÓRICO-CONCEPTUAL	28
2.1.1 Compra de alimentos	28
2.1.2 Hábitos de compras	29
2.1.3 Canasta básica Alimentaria	30

2.1.4 Consumo de alimentos	31
2.1.6 Hábitos alimentarios	33
CAPÍTULO III. MARCO METODOLÓGICO	38
3.1. ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN	39
3.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN	39
3.3. UNIDADES DE ANÁLISIS U OBJETOS DE ESTUDIO	39
3.3.1. Área de estudio	39
3.3.2. Población	40
3.3.3. Muestra	40
3.3.4. Criterios de inclusión y exclusión	41
3.4. INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN	42
3.4.1 Validez del cuestionario.....	42
3.4.2 Confiabilidad del cuestionario.....	42
3.5. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	42
3.6. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.....	43
CAPÍTULO IV. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS	53
4.1 DATOS SOCIODEMOGRÁFICOS	54
4.2 CARACTERÍSTICAS SOBRE LA COMPRA DE ALIMENTOS	56
4.3 CARACTERÍSTICAS SOBRE LOS HÁBITOS ALIMENTARIOS.....	64
4.4 EVALUACIÓN DE LOS HÁBITOS ALIMENTARIOS	73
4.5 RELACIÓN DE LA COMPRA DE ALIMENTOS Y LOS HÁBITOS ALIMENTARIOS.	77

CAPÍTULO V: DISCUSIÓN E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS	86
5.1. Discusión e interpretación de los resultados.....	87
5.1.1 Características sociodemográficas.....	87
5.1.2 Compra de alimentos	89
5.1.3 Hábitos alimentarios	95
5.1.4 Relación de las compras de alimentos y los hábitos alimentarios	102
CAPÍTULO VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	111
6.1. Conclusiones.....	112
6.2. Recomendaciones	114
BIBLIOGRAFÍA	115
ANEXOS	125
Anexo 1. Consentimiento informado	126
Anexo 2. Instrumento para la recolección de datos.....	127
Anexo 3. Resultados de plan piloto	141
Anexo 4. Solicitud de aprobación de cambio de tema.....	163
Anexo 5. Declaración jurada	164
Anexo 6. Carta de aprobación de tutor	165
Anexo 7. Carta de aprobación de lector	166
Anexo 8. Autorización de publicación	167

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Criterios de inclusión y exclusión.....	41
Tabla 2. Operacionalización de las variables.....	43
Tabla 3. Datos sociodemográficos de la población encuestada en Parrita.	54
Tabla 4. Frecuencia con la que realizan los siguientes hábitos al comprar alimentos la población de Parrita, 2023.....	58
Tabla 5. Frecuencia en la que en el hogar acostumbran a comprar los alimentos la población de Parrita, 2023.	59
Tabla 6. Lugar donde suelen comprar los alimentos la población encuestada de Parrita, 2023.	60
Tabla 7. Razón principal que mayormente los motiva a elegir el lugar de compra de alimentos a la población de Parrita, 2023.	62
Tabla 8. Frecuencia de compra de los alimentos en la población de Parrita, 2023.....	63
Tabla 9. Frecuencia en la que realizan los diferentes tiempos de comida en el hogar la población de Parrita, 2023.....	65
Tabla 10. Método de cocción más utilizado para preparar los alimentos en la población de Parrita, 2023.	66

Tabla 11. Persona que prepara los alimentos en el hogar la mayoría de las veces.	67
Tabla 12. Tipo de grasa utiliza para la cocción de los alimentos la población encuestada.	68
Tabla 13. Cantidad de endulzante en bebidas calientes y frías que utiliza la población de Parrita.	70
Tabla 14. Frecuencia de consumo de alimentos en la población de parrita, 2023.....	72
Tabla 15. Evaluación de hábitos alimentarios en la población de parrita, 2023.....	74
Tabla 16. Relación del presupuesto para la compra de alimentos y los hábitos alimentarios de la población de Parrita, 2023.....	78
Tabla 17. Relación de los hábitos alimentarios y la persona que realiza las compras en el hogar de la población de Parrita, 2023.	79
Tabla 18. Relación de los hábitos de compra de alimentos y los hábitos alimentarios en la población de Parrita, 2023.....	81
Tabla 19. Relación de la frecuencia en la que suelen comprar alimentos y los hábitos alimentarios en la población de Parrita, 2023.....	82
Tabla 20. Relación del lugar de compra y los hábitos alimentarios en el hogar de la población de Parrita, 2023.....	83
Tabla 21. Relación de la razón que motiva el lugar de compra de los siguientes alimentos y los hábitos alimentarios en el hogar de la población de Parrita, 2023.	84

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Rango de presupuesto asignado a la compra de alimentos de la población encuestada de Parrita, 2023.....	56
Figura 2. Persona que realiza la mayoría de las compras de alimentos en el hogar de la población encuestada de Parrita, 2023.	57
Figura 3. Frecuencia en la que consumen alimentos ya preparados, comprados como, por ejemplo: casados, pizza, hamburguesas, pollo frito, etc., en la población.	68
Figura 4. Producto que se usa mayormente en el hogar para endulzar las bebidas calientes o frías la población de Parrita, 2023	69
Figura 5. Frecuencia en la que se acostumbra a agregar sal a los alimentos ya servidos en la mesa la población de Parrita, 2023.....	71
Figura 6. Evaluación individual de los hábitos alimentarios de la población de Parrita, 2023.	76

RESUMEN

Introducción: La alimentación saludable comienza con las compras de alimentos, pero acertar en lo que se debe comprar no siempre es tan fácil como parece. El objetivo de una compra adecuada es encontrar las mejores ofertas en los alimentos más sanos y sabrosos. Tomar decisiones antes de comprar puede ayudar a concentrarse en comprar alimentos que se ajusten a su plan de alimentación y presupuesto. En relación con esto se obtienen los hábitos de compra, los cuales se refieren a las tendencias de los clientes en la compra de bienes y servicios. Estas tendencias son causadas por varios factores, económicos, sociales, culturales, educativos, entre otros. **Objetivo general:** Relacionar la compra de alimentos y los hábitos alimentarios de personas de Parrita, Puntarenas, 2023. **Metodología:** La investigación es un estudio transversal, cuantitativo de tipo descriptivo. Con una muestra de 95 personas que residen en el cantón de Parrita, de 18 a 64 años. Para la recolección de datos se aplica un cuestionario sobre datos sociodemográficos, compra de alimentos y hábitos alimentarios. **Resultados y discusión:** El sexo femenino predomina, con una edad de los 18 a los 39 años, con un nivel de escolaridad de universidad incompleta y con hogares que estaban compuestos de 3 a 4 personas, similar a como lo muestran los datos de los censos del INEC. Se encuentra un presupuesto de compra variado, donde la persona encargada de realizar las compras y preparar los alimentos es la mujer, teniendo como preferencia los supermercados como lugar de compra, buscando una mejor opción con base al aspecto económico. Los hábitos alimentarios que presenta la población son mayormente regulares, siendo el azúcar y el aceite vegetal los productos más utilizados por la población; además de preferir los métodos de cocción hervido y frito. **Conclusiones:** No se

encuentra una relación estadísticamente significativa cuando tiene hábitos de alimentación buenos o regulares con las características encontradas sobre la compra de alimentos. Sin embargo, si se encuentra que, si existe una relación entre la compra de alimentos y los demás hábitos alimentarios no incluidos en la escala de la evaluación los cuales son producto utilizado para endulzar bebidas, grasa utilizada para cocinar, persona encargada de preparar las comidas y los métodos de cocción más utilizados. **Palabras clave:** Hábitos alimentarios, compra de alimentos, consumo, hábitos de compra.

ABSTRACT

Introduction: Healthy eating starts with grocery shopping, but getting the right foods right isn't always as easy as it seems. The goal of proper shopping is to find the best deals on the healthiest and tastiest foods. Making decisions before you shop can help you focus on buying foods that fit your meal plan and budget. Related to this are shopping habits, which refer to customer trends in purchasing goods and services. These trends are caused by various factors, economic, social, cultural, educational, among others. **Objective:** Relate grocery shopping and the eating habits of people from Parrita, Puntarenas, 2023. **Methodology:** The research is a cross-sectional, quantitative descriptive study. With a sample of 95 people residing in the canton of Parrita, from 18 to 64 years old. For data collection, a questionnaire on sociodemographic data, grocery shopping and eating habits was applied. **Results and discussion:** The female sex predominates, with an age ranging from 18 to 39 years, with a level of schooling of incomplete university and with households that were composed of 3 to 4 people, like what is shown in the INEC census data. There is a varied shopping budget, where the person in charge of shopping and preparing

food is the woman, preferring supermarkets as a place to shop, looking for a better option based on the economic aspect. The eating habits of the population are mostly regular, with sugar and vegetable oil being the products most used by the population, in addition to preferring boiled and fried cooking methods. **Conclusions:** There is no statistically significant relationship between having good or regular eating habits and the characteristics found on grocery shopping. However, it is found that there is a relationship between grocery shopping and the other eating habits not included in the evaluation scale, which are the product used to sweeten drinks, fat used for cooking, the person in charge of preparing the meals and the most used cooking methods. **Keywords:** Eating Habits, grocery shopping, consumption, shopping habits.

CAPÍTULO I. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

En este apartado se presentan los antecedentes del problema, la delimitación del problema y la justificación de la investigación.

1.1.1. Antecedentes del problema

1.1.1.1 Antecedentes a nivel internacional

Se encuentra que la compra de alimentos es una variable vista en muchas poblaciones y que puede verse afectada por factores externos e internos.

En el estudio Present Food Shopping Habits in the Spanish Adult Population: A Cross-Sectional Study que realizaron Achón et al. (2017) se encuentra que las mujeres son las que dedicaron más tiempo que los hombres a hacer las compras. A la hora de analizar los hábitos de compra de comestibles en España, es fundamental destacar la importancia del papel que juegan las mujeres, que siguen siendo las responsables de la mayor parte de las tareas de compra de alimentos. Con base a la edad, en cuanto más joven es la persona, mayor es la probabilidad de dedicar más de 60 min a la compra de alimentos, invirtiendo más tiempo en la selección de los alimentos. Además, se observa que los supermercados fueron el lugar preferido para la compra de alimentos tanto frescos como no perecederos, también fueron la tienda preferida en todos los grupos de edad, especialmente en el grupo más joven.

Otros resultados que obtuvieron fueron los criterios que se tomaron en cuenta para elegir el supermercado a visitar, como la proximidad a casa, precio, conveniencia/entrega a domicilio y variedad. Los mercados tradicionales y las tiendas de barrio como pulperías o abastecedores son

más frecuentados cuando se tienen en cuenta los criterios de calidad de los alimentos, procedencia, confianza o trato personalizado (Achón et al., 2017).

Este estudio también muestra que las actividades como la comparación de precios o la búsqueda de descuentos durante la compra son compartidas por la mayoría de la población. De hecho, parece ser un comportamiento más común, que la búsqueda de alimentos saludables y/o sostenibles, algo que no suele ser considerado habitualmente por los adultos jóvenes. Se reporta una influencia por la publicidad, tanto tradicional como online, en el momento de la compra (Achón et al., 2017)

En otra investigación, el propósito fue examinar la variabilidad en los patrones de compra de alimentos entre las mujeres de bajos recursos en viviendas sociales. Se realizaron encuestas y mediciones corporales, además de análisis descriptivos para comprender la variación en los patrones de compra de alimentos entre las mujeres. Dentro de los resultados se encuentra que hubo una variabilidad considerable en los patrones de compra de alimentos, incluidos los tipos de tiendas de alimentos a las que se accedió, la distancia recorrida, la frecuencia de las compras y las razones detrás de la elección de la tienda. Estos patrones se asociaron con varias características de los participantes, entre ellas la raza/origen étnico, el estado laboral, el acceso a un automóvil, los ingresos y la educación (Shier et al., 2022).

Asimismo, se encuentra que las participantes hispanas tenían menos probabilidades de comprar en un supermercado, viajar distancias más largas para comprar, comprar con más frecuencia y tenían más probabilidades de priorizar el precio en su elección de supermercado principal que las participantes negras no hispanas (Shier et al., 2022).

En otro estudio, se busca examinar la relación entre la frecuencia de compra de comestibles con la calidad de la dieta a nivel individual y del hogar. En este estudio realizaron encuestas, antropometría, inventarios de alimentos en el hogar y recordatorios de dietas de 24 horas. La población de estudio eran padres que se identificaban a sí mismos como afroamericanos/negros o hispanos/latinos que residían en Chicago con un niño de 2 a 5 años que vivía en el mismo hogar, se obtuvo el consentimiento informado por escrito de los participantes al momento de la inscripción en el estudio. Utilizando el Índice de Alimentación Saludable 2010 (HEI-2010) como instrumento de investigación, encontraron que la mayor frecuencia de compra de comestibles se asoció positivamente con las puntuaciones HEI-2010 a nivel del hogar para la dieta total, las calorías vacías y los granos integrales, pero no con otros componentes de la calidad de la dieta a nivel del hogar (Banks et al., 2020).

Relacionado con este mismo estudio, se observa que comprar con menos frecuencia, es decir, una vez al mes, se asoció con una mayor disponibilidad de alimentos poco saludables; sin embargo, no se observó relación con la disponibilidad de frutas y verduras. Este estudio ofrece una visión sobre cómo los comportamientos de compra de comestibles se relacionan con la calidad general de la dieta y sus componentes. Por ejemplo, se encontró que la frecuencia de compra de comestibles se asoció positivamente con la calidad general de la dieta a nivel del hogar y del individuo. Los comportamientos de compra de comestibles podrían ser un objetivo prometedor de intervención (Banks et al., 2020).

Por otro lado, Vanderlee et al. (2018) en su investigación hecha con adolescentes y adultos jóvenes en Canadá demostraron que el aumento de la participación en la compra de comestibles

y la preparación de la cena se asocia con hábitos alimentarios más saludables. Las intervenciones que aumentan estos comportamientos pueden contribuir a mejorar los comportamientos dietéticos entre los adolescentes y adultos jóvenes.

Por otra parte, a medida que avanza la tecnología y con el confinamiento que trajo el COVID-19 se dio un gran impulso en las compras de tiendas en línea, por esto hay estudios que muestran como son las compras de alimentos por un medio digital. Como se menciona en el siguiente estudio, donde mencionan que, ante el persistente crecimiento y la utilización de las compras de comestibles en línea, se presenta una oportunidad única para que varias industrias se asocien en un esfuerzo por mejorar los resultados dietéticos entre los clientes. Por esta razón un estudio piloto realizado en Kentucky, Maryland, y Carolina del Norte con 184 adultos, proporciona hallazgos relacionados con cómo las compras en línea pueden mejorar los hábitos de compra de alimentos. Se encuentra que una experiencia personalizada e información nutricional interactiva mientras los clientes compran en línea puede ayudar a los consumidores a navegar y utilizar mejor los servicios de compra de comestibles en línea. Algunas intervenciones revelaron cómo las compras en línea han ayudado a aumentar la compra de alimentos ricos en fibra y a disminuir la compra de alimentos menos saludables que tienen un alto contenido de grasas saturadas (Gustafson et al., 2022).

En otro contexto, hay un estudio que busca examinar el impacto del cierre de una tienda de comestibles en una comunidad rural sobre los cambios en el comportamiento de compra, ya que muchas investigaciones generalmente evalúan el impacto de la apertura de puntos de venta de alimentos en lugar del cierre. La comunidad en la que se llevó a cabo se encuentra dentro de

una comunidad rural altamente obesa de los Apalaches en la que los puntos de venta de alimentos y el acceso a alimentos saludables son escasos y sufrió el cierre de uno de los únicos supermercados locales (Gillespie et al., 2022).

Su estudio brinda una perspectiva importante al proporcionar evidencia del impacto del cierre de tiendas de comestibles rurales en la ingesta dietética. Además, el entorno alimentario dentro de esta comunidad es escaso y ofrece poco acceso a alimentos saludables. Como metodología se realizan encuestas, este instrumento tuvo como objetivo evaluar la ingesta dietética, los comportamientos de compra de alimentos, los niveles de actividad física y las perspectivas comunitarias entre los residentes de la comunidad; fueron administradas verbalmente por teléfono por investigadores capacitados en el 2020 y 2021 con 74 participantes.

Dentro de los resultados del estudio, se menciona que los hábitos de compra de comestibles indican que los participantes compraron la mayoría de sus comestibles en una tienda de comestibles (63,5 %) o en un supermercado (48,6 %). Las principales razones para comprar en estos lugares fueron la ubicación (41,9 %) y el precio de los alimentos (29,7 %) (Gillespie et al., 2022).

McGuirt et al. (2020) en su investigación encuentran que las personas que viven más cerca de la tienda de alimentos tendían a comprar allí con más frecuencia y compraban la mayor proporción de alimentos de esa tienda en comparación con los clientes que viven más lejos de la tienda. Esta idea es consistente con la teoría del decaimiento de la distancia, que sugiere que la interacción entre dos entidades disminuye a medida que aumenta la distancia. También se sugiere que el lugar de venta minorista de alimentos más cercano (particularmente para los

supermercados) no es necesariamente donde los clientes compran con mayor frecuencia, en parte debido a la complejidad de las decisiones de compra de alimentos, llegando a pensar que la proximidad a las pequeñas tiendas de alimentos, en particular, podría ser un factor influyente en el uso.

Entonces se llega a la conclusión que vivir más cerca de la pequeña tienda de alimentos donde las personas compran se asocia con compras más frecuentes y también puede estar asociado con una dieta de menor calidad, ya que suelen comprar muchos productos poco saludables como las bebidas azucaradas (McGuirt et al., 2020).

Otra investigación muestra una visión más profunda de la distribución sexual actual de las responsabilidades de cocinar y comprar alimentos en los Estados Unidos. Donde se encuentra que la mayoría de las tareas de compras y cocina todavía las realizan las mujeres, el sexo femenino se asoció con probabilidades significativamente más altas de ser el comprador principal y el preparador de comidas en la familia. Además, la cocina casera se ha asociado con patrones de alimentación más saludables y, por lo tanto, puede servir como una estrategia de salud pública relevante para mejorar la ingesta dietética y prevenir la obesidad (Storz et al., 2022).

En otro estudio a nivel de Centroamérica, se puede observar, que el mayor estímulo de compra en todos los países sin excepción es el precio de producto, seguido por la cercanía del establecimiento de venta, ya que, ahorrando en la cantidad de dinero para pagar el precio de producto, los consumidores no están dispuestos a gastar adicionalmente en el transporte. En los países de Centroamérica en la mayoría los niveles de ingreso de la población no son altos. Para

satisfacer sus necesidades básicas el factor más relevante es el precio, ante cualquier otro factor (Golovina & Mosher, 2016)

Los patrones de consumo que se encontraron incluyen la frecuencia de compra, lugar de realización de las compras, frecuencia de comer fuera de su hogar, tipos de establecimientos para comida fuera de hogar, forma de pago, elaboración de lista de compras, comparación de precios unitarios, uso de cupones promocionales, compra en exhibidores cerca de caja, conciencia ecológica y composición de canasta básica alimentaria (Golovina & Mosher, 2016).

1.1.1.2 Antecedentes a nivel nacional

Se encuentra el estudio de Hábitos del Consumidor realizado por la Asociación GS Uno Costa Rica (GS1). Para el 2017, en su edición número 12 muestra que los consumidores costarricenses están dispuestos a desplazarse a los puntos de venta que ofrezcan los precios más bajos para conseguir los productos que se le van agotando. Esto ocasionó una baja importante en las visitas a las pulperías y abastecedores de barrio. Para ese año, un 46% de los consumidores preferían ir hasta los supermercados para comprar tanto su diario principal, como los productos que se le van agotando a lo largo de la semana, esto se debe a los descuentos y ofertas de los supermercados (Ugalde & Porras, 2017).

Por otra parte, la fidelidad hacia las marcas de los productos es cada vez menor. Un 46% de los consumidores que no encuentran el producto que andaban buscando, se llevan a casa el mismo artículo, pero de diferente marca. El estudio también revela a un comprador que está dispuesto a trasladarse a otros comercios que no necesariamente estén próximos a su hogar, ya que busca

obtener los mejores precios. Todo esto impulsa al consumidor a moverse en volúmenes de compra más pequeños, pero de mayor repetición, donde se establece que el 39% de los encuestados hacen sus compras semanalmente y un 35% lo realiza quincenalmente (Ugalde & Porras, 2017).

La feria del agricultor seguía siendo el lugar preferido para comprar frutas y verduras, debido a un asunto de frescura, cercanía y comodidad. Por esta misma razón, los costarricenses siguen acudiendo mayoritariamente a la carnicería a comprar la carne (Ugalde & Porras, 2017).

Para el 2021, donde se realiza otra encuesta sobre los hábitos del consumidor, se encuentra que con el 35% de los encuestados la cercanía a la casa es la principal consideración de los consumidores al momento de escoger su punto de venta. Sin embargo, este rubro estuvo en baja ya que en el 2020 fue de un 46%; los precios y las promociones es la condición que aumenta, alcanzando un 28% (SUMMA, 2021).

El estudio evidencia un incremento en las compras del diario por semana con un 28% de los consumidores y un 37% por quincena. Existe un hábito de fraccionar las compras en 2 supermercados, pero este ha ido en caída, pasando de un 49% en el 2020 a un 39% en el 2021. El 43% de los consumidores manifiestan que su compra se basa en un solo comercio ya que este les brinda todo lo que andan buscando con base a mejores precios, promociones y surtido/variedad de productos. Además, se encuentra como el consumo de golosinas ha incrementado en los hogares costarricenses. Para la compra de frutas y verduras la feria del agricultor es el lugar preferido por el 44% de los consumidores, pero el 50% de ellos prefieren comprar estos productos en un supermercado (SUMMA, 2021).

Dentro de los hábitos de consumo, el comercio digital también cobra mucha importancia. Se evidenció una gran oportunidad para los supermercados que tienen su tienda en línea. Esto ya que un 26% de los encuestados manifiestan que actualmente realizan compras en línea (SUMMA, 2021)

Otro estudio a nivel nacional investiga el efecto de una mala nutrición por diversos factores, como los hábitos de vida, tal y como lo demuestran los datos que proporcionan el Ministerio de Salud y el Ministerio de Educación Pública, con el Censo Escolar de Peso y Talla 2016. Se puede encontrar que Costa Rica enfrenta un problema de malnutrición demostrado con un elevado sobrepeso y obesidad en más del 60 % de la población adulta. Esto se contrasta con la canasta básica, ya que ahí se incluye una variedad limitada de frutas y vegetales. Se encuentra que solo seis tipos de frutas y ocho tipos de vegetales están incluidos; lo que es muy limitado si se toma en cuenta que Costa Rica es un país con una biodiversidad muy variada en cuanto a producción de frutas y vegetales. A su vez, esto hace que la compra de frutas y vegetales en la población costarricense sea menor (Hidalgo et al., 2020).

Otro aspecto para tomar en cuenta a nivel nacional es la pandemia sanitaria causada por la enfermedad COVID-19. Donde estudios demuestran que las variables socioeconómicas que más influyeron por la pandemia sanitaria fueron las percepciones ante la frecuencia de compra de alimentos durante la pandemia, en este caso fue posible evidenciar diferencias en las respuestas para cinco de los siete grupos de alimentos. Además, no se encontraron efectos entre variables como el sexo, la edad y el tamaño del núcleo familiar (Villalobos, 2023).

Siguiendo lo anterior, por grupo de alimentos hubo dos casos en que la percepción de las personas respecto a la compra y consumo de alimentos durante la pandemia mostraron alguna diferencia, una de ellas es la edad en el caso de pan y cereales y la otra es el tamaño del núcleo familiar para el caso de granos. Respecto al consumo de frutas y vegetales, se encuentra que el 40 % de las personas indicaron que su consumo aumentó durante la pandemia. También se encontró que poco más de una cuarta parte de las personas consultadas realizaron cambios en sus hábitos de compra y consumo de alimentos durante la pandemia sanitaria, debido a los cambios normativos generados, mientras que la mayor parte justifica dichos cambios por el temor al contagio y las consecuencias de contraer la enfermedad (Villalobos, 2023).

El impacto de la pandemia en los patrones de compra y consumo de alimentos en la población costarricense ha sido relevante, así como la influencia que en general el comercio electrónico ha provocado, dando un aumento en las compras en línea. Se han generado reflexiones sobre si los hábitos previos de compra y consumo de alimentos volverán de alguna manera a los valores prepandemia, después de haber levantado las restricciones de aislamiento (Villalobos, 2023).

En el caso de Costa Rica, se puede decir que existen resultados similares respecto al aumento en el consumo de alimentos más saludables durante la pandemia por un importante porcentaje de la población. El impacto del COVID-19 provocó cambios en los hábitos de compra por comercio electrónico y el consumo de alimentos en la población costarricense, los cuales se generaron en mayor medida por el temor al contagio, además de la percepción de conveniencia que el comercio electrónico representa para la compra de alimentos (Villalobos, 2023).

Se observa una tendencia a la obesidad que se ha venido dando en la niñez y juventud desde hace algunos años, lo que lleva a involucrar que los jóvenes probablemente no perciban el nivel de afectación en su salud en estas etapas de la vida, sin embargo, en los años posteriores es posible que se vean las consecuencias de no tener una formación sólida en cuanto a buenos hábitos alimentarios, lo que lleva a la obesidad en la población (Pereira & Salas, 2017).

(Pereira-Chaves & Salas-Meléndez, 2017) muestran en su estudio que se evidencia la falta de información de docentes en relación con los buenos hábitos alimenticios y su efecto sobre la salud. También se refleja la necesidad de implementar estrategias efectivas que contribuyan a enraizar en la juventud hábitos alimenticios y de nutrición más sana. Ya que la falta de información conlleva a una población joven obesa y a una futura población adulta con problemas de salud.

1.1.2. Delimitación del problema

La investigación se realiza en el cantón de Parrita en la provincia de Puntarenas. La población que se estudia son personas de ambos géneros, con edades entre 18 y los 65 años, de comunidades del cantón de Parrita. A la muestra se le aplican encuestas para conocer los alimentos que compran, cuál es la elección y selección de estos; además de averiguar los hábitos alimentarios que tiene la población. La investigación se lleva a cabo en el año 2023 con el fin de ver la relación entre la compra de alimentos y los hábitos alimentarios de las personas de Parrita.

1.1.3. Justificación

Se realiza una investigación que consiste en conocer las compras de alimentos que realizan las personas en el cantón de Parrita, además de saber cuáles son sus hábitos alimentarios. Esto con el fin de conocer si la selección o elección de estos alimentos, los hábitos de compra, puede tener una relación o influir en los hábitos alimentarios que están llevando las personas encuestadas. La compra de alimentos comprende una parte importante de las compras de las personas en los supermercados, además de los productos de higiene (Wu et al., 2021).

Mejorar la ingesta dietética entre las poblaciones es una prioridad nacional e internacional. A nivel individual de consumo, una serie de factores externos e internos pueden influir en los hábitos de compra y, por lo tanto, en lo que se consume. Existe evidencia que sugiere que a menudo en comunidades de bajos recursos carecen de acceso a los supermercados, lo que limita la capacidad de compra a alimentos asequibles y más saludables (Gillespie et al., 2022). Por esta razón hay que tomar en cuenta el acceso y disponibilidad a los alimentos, ya que, en muchas comunidades para ir a un supermercado debe viajar una larga distancia, lo que al mismo tiempo limita la elección de alimentos en las compras.

La compra de alimentos puede ser variable según cada individuo o familia, ya que existen muchos factores que pueden afectarlo. Según la Cámara Costarricense de la industria alimentaria (2022), el comprador costarricense se inclina por la compra de marcas económicas, especialmente en el sector de alimentos. También se encuentra, que se eligen más los tamaños pequeños, lo que puede afectar los volúmenes de compra de los productos.

La selección de alimentos, mediada por la influencia de la enseñanza en los hogares, hace que elegir, comprar y preparar los alimentos, se puede cambiar lo que ayudaría a resolver el problema de la obesidad causada por el consumo excesivo de éstos (Arriaga & Cruz, 2019). Si se trabaja desde el hogar, la selección de alimentos se puede modificar de manera que sea más saludable.

En relación con los puntos de compra, los costarricenses optimizan sus gastos buscando la mejor opción al visitar más lugares, pero menos veces cada uno. Se ha visto que la compra es mayor en los minisúper y supermercados grandes, afectando directamente a los supermercados independientes (Cámara Costarricense de la industria alimentaria, 2022).

Según Hidalgo et al. (2020) Costa Rica enfrenta un problema de malnutrición demostrado con un elevado sobrepeso y obesidad en más del 60 % de la población adulta. Esto se debe a varios factores entre ellos, el precio de los alimentos, el acceso y disponibilidad, así como los hábitos de compras y alimentación.

Por lo tanto, como se observa con la canasta básica, uno de los factores es el económico. Ya que, la canasta básica funciona como un indicador económico que puede reflejar el comportamiento de compra o consumo de la población de acuerdo con su poder adquisitivo. Lo anterior quiere decir que las personas no tienden a comprar lo más saludable, sino aquellos alimentos que pueden costear. Estos, por lo general, son los más baratos y altos en grasas, azúcares y colesterol (Hidalgo et al., 2020).

1.2. REDACCIÓN DEL PROBLEMA CENTRAL: PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

A continuación, se presenta la pregunta de investigación, donde se muestra el problema central a investigar:

¿Cuál es la relación entre la compra de alimentos y los hábitos alimentarios de personas de Parrita, Puntarenas, 2023?

1.3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

A continuación, se presenta el objetivo general y los objetivos de la investigación.

1.3.1. Objetivo general

Relacionar la compra de alimentos y los hábitos alimentarios de personas de Parrita, Puntarenas, 2023.

1.3.2. Objetivos específicos

1. Describir las características sociodemográficas de las personas a encuestar de Parrita, mediante un cuestionario.
2. Caracterizar las compras de alimentos que realizan las personas encuestadas, mediante un cuestionario.
3. Determinar los hábitos alimentarios que presentan las personas encuestadas de Parrita, por medio de un cuestionario.
4. Relacionar los hábitos de compras de alimentos y los hábitos alimentarios de las personas encuestadas.

1.4. ALCANCES Y LIMITACIONES

En dicho apartado, se mencionan los alcances y las limitaciones relacionados al proceso de la investigación.

1.4.1. Alcances de la investigación

No se encuentran alcances significativos.

1.4.2. Limitaciones de la investigación

No se encontraron limitaciones que alteren la investigación.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO- CONCEPTUAL

2.1. CONTEXTO TEÓRICO-CONCEPTUAL

En el siguiente apartado se contextualizará el marco teórico-conceptual, donde se abordarán conceptos asociados a la compra de alimentos, hábitos de compras, consumo de alimentos, hábitos alimentarios, frecuencia de consumo.

2.1.1 Compra de alimentos

Según el Centers for Disease Control and Prevention (2020), la alimentación saludable comienza en la tienda de alimentos. Pero poder hacer una compra adecuada no siempre es tan fácil como parece. Su objetivo es que se pueda conseguir la mejor oferta en los alimentos más saludables y sabrosos. Usando una lista de compras que lo ayude a mantener su atención en la compra de alimentos que se ajusten a su plan de comidas y presupuesto.

Algunos consejos que da el Centers for Disease Control and Prevention (2020) sobre la compra de alimentos son:

- Se debe tener un plan de comidas para toda la semana antes de ir a comprar los alimentos.
- Ver su alacena, qué es lo que ya tiene para no comprar cosas que no necesite.
- Hacer una lista de compras basándose en su plan de comidas, ya sea semanal o mensual.
- No realizar las compras cuando tenga hambre, esto para evitar sentir tentación de comprar alimentos que no estén en su lista de compras.
- Recorrer los pasillos del local para buscar frutas, verduras frescas, productos lácteos o productos alternativos a los lácteos, carne, pescado, aves y huevos.

- Caminar en el local para buscar opciones saludables como frijoles, lentejas, vinagres saborizados, especias, atún, aceite de oliva, frutas y verduras.
- Se debe observar las etiquetas de los alimentos, aunque estas digan menor contenido de grasas o menos azúcar; es probable que aún no sean opciones saludables. Lo ideal es leer las etiquetas con la información nutricional para saber qué contiene el alimento.

2.1.2 Hábitos de compras

El comportamiento del consumidor está vinculado con los procesos de toma de decisiones que los consumidores siguen para elegir su compra (López Salazar, 2019).

Este proceso consta de tres etapas: entrada, proceso y salida. La primera etapa se enfoca en los factores externos que pueden influir en las decisiones de compra, como son las estrategias de mercadotecnia y el ambiente sociocultural. La segunda etapa hace referencia a la identificación de una necesidad la cual puede estar influenciada por cuestiones psicológicas del consumidor, tales como la motivación, la percepción, la personalidad y las actitudes. Una vez que reconoce su necesidad, el consumidor busca información sobre las opciones que tiene disponibles para cubrir dicha necesidad, evalúa las alternativas identificadas, y entonces se selecciona el producto. La tercera etapa se concentra en la evaluación de la compra, la cual determina la repetición de la venta y la reputación generada del producto (López Salazar, 2019).

Los motivos de compra pueden describirse como las necesidades y requisitos de los individuos, y esto se relaciona con la elección de la tienda en la que compran, se llega a evaluar los

beneficios que desean, y esta evaluación puede resultar en ciertos motivos de compra (De-Juan et al., 2021).

2.1.3 Canasta básica Alimentaria

La canasta básica alimentaria (CBA) es un conjunto de alimentos que fueron seleccionados de acuerdo con su aporte calórico y a su frecuencia de consumo; expresados en cantidades que permiten satisfacer, por lo menos, las necesidades de calorías de un individuo promedio de una población de referencia. Es un indicador cuyo objetivo inicial de su elaboración, es para la medición de la pobreza mediante la aplicación del método de Línea de Pobreza (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2019).

Se elabora a partir del consumo reportado por los costarricenses en la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares (ENIGH) y toma en cuenta tres criterios fundamentales: universalidad (alimento consumido al menos por el 10 % de la población), aporte energético (al menos el 0,5 % de la energía consumida) y porcentaje del gasto (alimentos que representan el 0,5 % o más del gasto con respecto al gasto total en alimentos). Los alimentos incluidos en la canasta básica deben cumplir siempre con el criterio de universalidad y al menos con uno de los otros dos criterios (Hidalgo et al., 2020).

Por otra parte, en el año 2019, el Instituto de Nutrición de Centroamérica y Panamá (INCAP), publicó la Metodología para la elaboración de una Canasta Básica de Alimentos con enfoque Nutricional (CBAN). Esta tiene como fundamento el derecho a la alimentación adecuada, esto se entiende como el consumo de alimentos que satisfagan las recomendaciones nutricionales de

individuos sanos. Al mismo tiempo, menciona el documento que no se recomienda realizarlas por estratos sociales o geográficos pues toda la población tiene derecho a consumir los elementos propuestos. No obstante, es importante mencionar que esta propuesta busca la conformación del costo de los productos de dicha canasta y representa el mínimo alimentario que debería consumir cada persona (Madrigal & Caravaca, 2020)

2.1.4 Consumo de alimentos

Se ha encontrado que los nuevos estilos de vida han traído un consumo de alimentos no saludables que aumentan el riesgo de desarrollar enfermedades crónico-degenerativas (Muñoz et al., 2017).

Se ha visto que hay un incremento en la ingesta de comida rápida, golosinas y bebidas energéticas durante las comidas y, por otro lado, se disminuye el consumo de productos lácteos, frutas, verduras, legumbres. Este aspecto, más el sedentarismo resulta muy preocupante debido a que ha venido contribuyendo a los riesgos de obesidad y otras enfermedades crónicas (Pereira & Salas, 2017).

Esto puede relacionarse a la influencia de determinados hábitos sociales o culturales, el tener mayor disponibilidad de dinero, la introducción de los snacks, la oferta de restaurantes de comidas rápidas y la disponibilidad de alimentos precocinados para consumir en casa, esto ligado a tener una vida ajetreada que impide dedicarle mucho tiempo a la preparación de alimentos más saludables (Muñoz et al., 2017).

El patrón alimentario de los costarricenses está fundado en el consumo de arroz, azúcar, grasas y frijoles, algún producto cárnico o sus derivados, y un bajo consumo de frutas y vegetales (Tacsan & Murillo, 2003).

También existen diferencias importantes en el consumo de los alimentos según área urbana y rural. En la zona urbana el consumo de panes y galletas, leche fluida, carne de res, frutas y vegetales es mayor que en la zona rural, mientras que el arroz, frijoles y azúcares se consumen mucho más en la zona rural. Esto se debe principalmente al grado de educación, poder adquisitivo, costumbres y disponibilidad de alimentos en la zona. Además, el consumo de la comida rápida ha crecido sobre todo en los grupos de población que laboran y que prefieren esta opción que traer alimentos de la casa (Tacsan & Murillo, 2003). El consumo de alimentos además es afectado por el ingreso de las familias.

En Costa Rica se encuentra que las frutas se consumen más a la hora del desayuno y las más consumidas por los hogares consultados son en primer lugar el banano, en segundo la manzana y en tercero la papaya. Sin embargo, también se ve el consumo de otras frutas nacionales e importadas como fresa, mandarina, uva y pera. Las hortalizas son consumidas principalmente en el almuerzo y las más consumidas por los hogares costarricenses son en primer lugar el tomate, en segundo la papa y en tercero repollo (Programa Integral de Mercadeo Agropecuario, 2016)

Dentro del consumo de alimentos se puede encontrar un método utilizado para analizar cuales son los alimentos más consumidos, esta es la frecuencia de consumo. Como lo mencionan Serna & Esparza (2019) uno de los métodos comúnmente más utilizados para evaluar la dieta es el cuestionario de frecuencia de consumo de alimentos, ya que este es un método económico y fácil de aplicar en poblaciones grandes. Permiten que se evalúe la dieta de la población a largo plazo, generar patrones de alimentación y son la herramienta dietaria más utilizada para el estudio de la relación dieta-enfermedad en estudios epidemiológicos. Una de sus desventajas es que al igual que otros métodos, dependen de la memoria del entrevistado. Hay que tomar en cuenta antes de aplicarse, que una frecuencia de consumo debe adaptarse o diseñarse para la población objetivo.

Cuando el instrumento haya sido diseñado se debe evaluar su validez para garantizar una buena obtención de resultados que sean confiables y que permitan la interpretación correcta (Serna & Esparza, 2019)

2.1.6 Hábitos alimentarios

Los hábitos alimentarios se llegan a definir como aquellas acciones por las cuales se elige lo que se come, llevando a la selección, preparación e ingesta; son comportamientos individuales y grupales, que resultan de prácticas socioculturales (Hernández et al., 2021). Estos hábitos están determinados por patrones y factores en el hogar familiar, la escuela, la comunidad local, los medios de comunicación, etc (Mazurek et al., 2021).

Para la Fundación Española de Nutrición (2014) los hábitos alimentarios son como comportamientos conscientes, colectivos y repetitivos, que llevan a las personas a seleccionar, consumir y utilizar ciertos alimentos o dietas, en respuesta a influencias sociales y culturales.

Se ha observado que puede ocurrir cambios en la alimentación de las personas; estos se atribuyen a la influencia de factores económicos, sociales y familiares, así como al crecimiento demográfico, horarios laborales y académicos los que provocan limitaciones para mantener y adquirir hábitos alimentarios saludables. De igual forma, aspectos como las tradiciones culturales, han infundido el consumo de alimentos altos en grasas saturadas y azúcares refinadas, así como productos no saludables (Hernández-Corona et al., 2021).

Los hábitos alimentarios se forman y desarrollan durante la niñez y la adolescencia y luego se transfieren a la edad adulta. Los adultos jóvenes que abandonan el hogar familiar a menudo no tienen hábitos alimenticios correctos. Además, un ritmo de vida acelerado, el trabajo, los estudios, las limitaciones de tiempo y la falta de recursos económicos, así como el estrés y la angustia son las razones por las que la comida rápida domina la dieta de los adultos jóvenes. Comer fuera significa que las porciones contienen menos fibra y más calorías, grasas saturadas y colesterol, lo que afecta negativamente la composición corporal. Otro problema que se encuentra en los hábitos es saltarse el desayuno o un consumo demasiado bajo de verduras y frutas (Mazurek et al., 2021).

Según Mazurek et al. (2021) entre las motivaciones importantes para adoptar hábitos alimenticios saludables, se encuentran las recomendaciones del médico, la intención de perder peso y vivir un estilo de vida saludable, así como seguir una tendencia. Por otro lado, lo que

impide que se sigan hábitos alimenticios saludables son, las limitaciones de tiempo, la falta de recursos financieros, la incapacidad para preparar comidas y la falta de conocimiento sobre los principios de una alimentación saludable.

Los hábitos alimentarios se aprenden en el ámbito familiar, dentro del hogar y ejercen una influencia muy fuerte en la dieta de toda la familia y por lo tanto también en las conductas vinculadas con la alimentación. Pero los cambios socioeconómicos que surgen llevan a padres e hijos a alimentarse de manera inadecuada. Esto conlleva a que se le dedique más tiempo a la actividad laboral y menos tiempo a la hora de alimentarse, razón por la cual ha aumentado el consumo de alimentos procesados y de comida rápida (Ochoa et al., 2017).

Cuando se habla de hábitos alimenticios es necesario mencionar que se debe observar el panorama completo que conduce a las personas a ingerir una determinada comida. Parte de lo que influye es la enorme cantidad de publicidad que induce a comprar comidas que no son las que realmente el cuerpo necesita. También puede que la publicidad impida considerar la existencia e importancia de una alimentación saludable con tal de promocionar su producto. Además, el contexto cultural tiene una parte de la influencia, gran parte de la cultura costarricense se basa en el consumo de carbohidratos (Pereira & Salas, 2017).

Se puede decir que la ingesta de alimentos y por consiguiente los hábitos alimentarios de una población está muy relacionada con sus costumbres, tradiciones, contexto socioeconómico y familiar. Por lo tanto, se puede decir que este es un proceso voluntario y educable que constituye un factor determinante en su estado de salud que involucra al individuo seleccionando los alimentos que han de configurar su dieta y la preparación para su ingestión (Pereira & Salas, 2017).

Según Pereira & Salas (2017) en los hábitos alimentarios intervienen tres factores principalmente, por ejemplo, si se aborda desde el individuo, todo empieza en el núcleo familiar, donde se influye en gran medida a los niños, niñas y adolescentes para que adquieran conciencia de una buena alimentación; por otra parte, se tiene la escuela o centro educativo, en donde se puede reforzar los buenos hábitos alimenticios a través de la transversalidad del contenido. En Costa Rica se ha normado la venta de alimentos en los centros educativos para prevenir, restringir y disminuir la ingesta poco nutritiva de algunos alimentos y así controlar en el interior de la escuela lo que se come; por otra parte, el tercer influyente en la ingesta de alimentos son los medios de comunicación masiva en la publicidad ejercida por las empresas agroalimentarias.

Por esta razón, las conductas de las personas adultas son observadas por las generaciones de menores, llegando a transmitir el mismo comportamiento y hábitos alimentarios. Puede decirse que la alimentación se deriva de una tradición étnica establecida históricamente entre las diferentes culturas alimentarias (Pereira & Salas, 2017).

También se puede mencionar que hay diversos factores que intervienen en la buena nutrición como la disponibilidad de alimentos elaborados, alimentos ultra procesados, las redes de distribución de los productos frescos, el precio de los alimentos (Pereira & Salas, 2017).

Además, hay que considerar que las reacciones metabólicas que se generan en el organismo están fuertemente determinadas por el tipo de alimentación de cada persona, por lo que la elección de alimentos, la forma de preparación y consumo es la base de una adecuada nutrición (Pereira-Chaves & Salas-Meléndez, 2017).

La formación de buenos hábitos alimentarios es esencial para prevenir enfermedades y promover una mejor salud en la población. Una manera adecuada de llegar a tener un estado nutricional adecuado es incorporar una amplia variedad de alimentos a la dieta diaria. Los hábitos alimentarios de una población determinan la distribución, la cantidad y calidad de la ingesta en las diferentes comidas del día, constituyendo un factor determinante muy importante del estado de salud (Muñoz et al., 2017).

Por otra parte, los hábitos alimentarios considerados erróneos que más comúnmente se pueden encontrar son el frecuente consumo de refrigerios con alta densidad energética, aumento de ingesta de proteínas de origen animal y grasas saturadas, disminución del consumo de fibra, bajo consumo de frutas y verduras, baja ingesta de alimentos ricos en calcio, como quesos y yogures, consumo de bebidas alcohólicas en exceso, abuso de comidas rápidas como pizzas, hamburguesas y bollería industrial, elevado consumo de bebidas azucaradas, carbonatadas y/o embriagantes, entre otros (Muñoz et al., 2017).

CAPÍTULO III. MARCO METODOLÓGICO

3.1. ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación es de carácter cuantitativa, ya que se recolectan datos numéricos por medio de encuestas con preguntas cerradas y abiertas, donde se recopila información sobre la compra de alimentos y los hábitos alimentarios de la población.

3.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN

La investigación es un estudio transversal, cuantitativo de tipo descriptivo porque se busca describir el resultado del estudio de las variables.

3.3. UNIDADES DE ANÁLISIS U OBJETOS DE ESTUDIO

La unidad de análisis de la investigación son los hogares del cantón de Parrita, dentro de cada hogar se entrevistará a la personas o personas que realizan compras de alimentos. La población total del cantón según INEC en el 2021 es de 20,594 habitantes.

3.3.1. Área de estudio

El área de estudio para la investigación abarca todo el cantón de Parrita, distrito Parrita de la provincia de Puntarenas, localizada en el Pacífico Central de Costa Rica. Este comprende varias comunidades como lo son: La Julieta, Pueblo Nuevo, Los Ángeles, La Palma, Urbanización Las Lomas, Loma Abajo, Los Sueños, Bejuco, Esterillos, entre otros.

3.3.2. Población

La población con la que se planea realizar la investigación son los hogares del cantón de Parrita, específicamente las personas que realizan las compras en el hogar, esta población va de los 18 a los 65 años.

3.3.3. Muestra

La muestra es finita, el número de habitantes del cantón, según INEC para el Anuario Estadístico 2020-2021 había 20,594 habitantes (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2022). Para estimar la muestra se utiliza la fórmula

$$n = \frac{NZ^2PQ}{d^2(N-1) + Z^2PQ}$$

$$n = \frac{20,594 (1.96^2 \times 0.5 \times 0.5)}{0.1^2 (20,594 - 1) + 1.96^2 \times 0.5 \times 0.5} = 95,6$$

n= tamaño de la muestra (subconjunto de N)

N= población

Z= factor de confiabilidad, es del 1.96 con una confiabilidad del 95 % **P**= proporción de personas factibles a ser seleccionadas = 0.5

Q= proporción de personas no factibles a ser seleccionadas = 1 - **P** = 0,5

D= es el margen de error permisible = 0.1

Para la recolección de datos se consideran personas de 18 a 65 años que residan en el cantón de Parrita, de acuerdo con los datos del INEC sobre la cantidad de habitantes. Se obtiene una muestra de 95 personas esto con base al resultado de la fórmula de estimación del tamaño de la muestra con un nivel de confianza de 95%.

3.3.4. Criterios de inclusión y exclusión

Tabla 1. Criterios de inclusión y exclusión

Criterios de inclusión	Criterios de exclusión
Adultos entre los 18 y 65 años.	Personas que no acepten el consentimiento informado.
Personas involucradas en la compra de alimentos.	Personas con incapacidad o dificultad para llenar la encuesta.
Ser residentes de alguna comunidad que pertenezca al cantón de Parrita.	Personas que no tengan un medio digital para contestar el cuestionario virtual.
	Personas con problemas mentales o que no tenga independencia para cuidarse.

Fuente: Elaboración propia, 2023.

3.4. INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

Para la recolección de los datos se realiza un cuestionario con preguntas cerradas a la muestra de estudio. Para determinar la situación sociodemográfica de las familias se realiza un cuestionario con preguntas para conocer sexo, edad, estado civil, etc. El método para conocer la compra de alimentos y los hábitos alimentarios es un igualmente un cuestionario, donde se pregunta características asociadas a la compra y los hábitos, así como cuáles productos o alimentos se compran mostrando una lista.

3.4.1 Validez del cuestionario

Se aplica un cuestionario para la recolección de datos de forma virtual, con el objetivo de medir las variables en estudio; el cual consta de tres apartados: datos sociodemográficos, datos sobre la compra de alimentos y datos sobre hábitos alimentarios. Este, a su vez, es validado mediante la aplicación de un plan piloto aplicado en un 10% de la muestra.

3.4.2 Confiabilidad del cuestionario

La confiabilidad del instrumento de la investigación es proporcionada por la aplicación del plan piloto a 10 personas de la comunidad de Parrita.

3.5. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

El estudio tiene un diseño de tipo no experimental, ya que se observan las variables, pero no tienen ningún tipo de manipulación implícita. Además, es de tipo transversal ya que la recolección se realiza solo en un tiempo específico.

3.6. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

A continuación, se presentan las variables de la investigación y su operacionalización.

Tabla 2. Operacionalización de las variables

Objetivo	Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicadores	Instrumento
Describir las características sociodemográficas de las personas a encuestar de Parrita, mediante un cuestionario	Características sociodemográficas	Características sociales de una población en un área determinada en un momento dado	Cuestionario donde se obtiene los datos sociodemográficos de la población.	Edad	Rango de edad en el que se encuentra 18 – 29, 30 – 39, 40 – 49, 50 – 64	Cuestionario virtual
				Sexo	Masculino Femenino	
				Estado civil	Soltero (a), Casado (a), Divorciado (a), Unión libre, Viudo (a)	
				Nivel educativo	Primaria incompleta, Primaria completa, Secundaria incompleta, Secundaria completa, Universidad incompleta, Universidad completa, Técnico, Otro	

Continúa Tabla 2

Continuación *Tabla 2*

Objetivo	Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicadores	Instrumento
Caracterizar las compras de alimentos que realizan las personas encuestadas, mediante un cuestionario	Compra de alimentos	Una compra es una operación en la que se produce un intercambio. El consumidor obtiene un bien o servicio a cambio de una contraprestación monetaria.	Cuestionario sobre la compra de alimentos.	Personas que viven en el hogar	Número de personas que viven en el hogar 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, más de 10	Cuestionario virtual
				Rango de presupuesto asignado a la compra de alimentos	Menos de 30.000 colones De 30,000 a 55,999 colones De 56,000 a 80,999 colones De 81,000 a 106,999 colones De 107,000 a 132,999 colones De 133,000 colones a 158,999 colones De 159,000 colones a 184,999 colones De 185,000 a 210,999 colones Más de 211,000 colones	
				¿Qué persona realiza la mayoría de las compras de alimentos en el hogar?	Padre Madre Ambos padres	

Continúa *Tabla 2*

Continuación *Tabla 2*

Objetivo	Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicadores	Instrumento
					Hijos Otro familiar Otra persona no familiar	
			<p>Frecuencia con la que realiza los siguientes hábitos al comprar alimentos: Antes de comprar, va a su alacena para saber si ya tiene un alimento para no comprarlo. Antes de comprar, hace una lista de los alimentos que va a comprar.</p> <p>Compra alimentos que no estén en su lista de compras.</p> <p>Observa las etiquetas con la información nutricional de los productos.</p> <p>Busca ofertas, promociones, etc</p> <p>Visita el centro de compra de alimentos sin haber planeado previamente que necesita.</p>		Siempre o casi siempre Algunas veces Nunca o casi nunca	
			<p>Frecuencia en la que en su hogar acostumbran a comprar los siguientes alimentos: Frutas y verduras (naranja, manzanas, mangos, ayote, lechuga, tomate, papa, camote etc.)</p>		Diariamente Semanalmente Quincenalmente Mensualmente Otro No compro	

Continúa *Tabla 2*

Continuación *Tabla 2*

Objetivo	Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicadores	Instrumento
				Lácteos (leche, yogurt, queso etc.) Embutidos (mortadela, salchichón, salchicha etc.) Carnes (res, pollo, etc.) Pescado y mariscos frescos (camarones, tilapia, corvina etc.) Abarrotes (productos enlatados, mayonesa, pan empacado etc.) Granos básicos (Arroz, frijoles etc.)	Supermercados Mini- super Pulpería/ Abastecedor Verdulería Feria del agricultor Carnicería Venta ambulante o callejera Otro No compro	
			Lugar dónde suele comprar los alimentos		Cercanía al hogar Aspecto económico (precios, promociones, etc.) Variedad de productos Otros aspectos (publicidad, fama u otros) No compra	
			Razón principal que mayormente los motiva a elegir el lugar de la compra los alimentos		Siempre o casi siempre Algunas veces	

Continúa *Tabla 2*

Continuación *Tabla 2*

Objetivo	Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicadores	Instrumento	
				Frecuencia con la que acostumbran a comprar los siguientes alimentos: Harinas, leguminosas, vegetales harinosos, vegetales no harinosos, frutas, lácteos, huevos, carnes, pescado y mariscos enlatados, pescados y mariscos frescos, embutidos, condimento, alimentos ricos en grasas, bebidas procesadas azucaradas, bebidas alcohólicas, snacks, semillas, dulces.	Nunca o casi nunca		
Determinar los hábitos alimentarios que presentan las personas encuestadas de Parrita,	Hábitos alimentarios	Conjunto de conductas que adquiere una persona, por la repetición de actos en cuanto a la selección, la preparación y el consumo de	Cuestionario sobre los hábitos alimentarios	Frecuencia en la que realiza los tiempos de comida en su hogar, entre semana y fin de semana	Todos los días o casi todos los días Algunas veces a la semana Algunas veces al mes Nunca o casi nunca	Cuestionario virtual	

Continúa *Tabla 2*

Continuación *Tabla 2*

Objetivo	Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicadores	Instrumento
por medio de un cuestionario		alimentos a lo largo de su vida	Métodos de cocción que más utiliza para preparar los siguientes alimentos: Chayote, papa, plátano, pollo, res o cerdo, pescado fresco, huevo.		No lo consumo Hervido Al vapor Asado Frito Al horno (horno, freidora de aire) Microondas Otro	
			¿Quién prepara los alimentos en el hogar la mayoría de las veces?		Yo mismo (a) Alguien de la familia (esposo (a), hijo (a), padres, abuelos, etc) Alguien fuera de la familia Otro	
			¿Qué tipo de grasa utiliza para la cocción de los alimentos?		Aceite vegetal (soya, girasol, maíz, etc.) Manteca vegetal (Clover, Corona, Mazola, etc.) Manteca animal (Cerdo) Mantequilla o margarina	

Continúa *Tabla 2*

Continuación *Tabla 2*

Objetivo	Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicadores	Instrumento
					Aceite en spray (oliva, canola, girasol, etc.) No utiliza	
			Frecuencia que consumen alimentos ya preparados, comprados como, por ejemplo: casados, pizza, hamburguesas, pollo frito, etc.		Todos o casi todos los días Algunas veces a la semana. Algunas veces al mes Nunca o casi nunca	
			¿Cuál es el producto que se usa mayormente en su hogar para endulzar las bebidas ya sean calientes o frías?		Azúcar (azúcar blanco, moreno, etc.) Miel de abeja Tapa de dulce Edulcorante no calórico (Splenda, Stevia, etc) Otros (Fructuosa, jarabe de agave, etc.) Ninguno	
			Cantidad de azúcar (azúcar de mesa, miel de tapa, miel de abeja etc.) que en promedio usan en el hogar para endulzar un vaso o taza de refresco, café, té.		1-2 Cucharaditas. 3-4 Cucharaditas.	

Continúa *Tabla 2*

Continuación *Tabla 2*

Objetivo	Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicadores	Instrumento
				Se acostumbra a agregar sal a los alimentos ya servidos en la mesa	Más de 4 cucharaditas. No endulzo	
				Frecuencia de consumo de los siguientes alimentos: Harinas, leguminosas, vegetales harinosos, vegetales no harinosos, frutas, lácteos, huevos, carnes, pescado y mariscos enlatados, pescados y mariscos frescos, embutidos, condimento, alimentos ricos en grasas, comidas rápidas, bebidas procesadas azucaradas, bebidas alcohólicas, snacks, semillas, dulces	Siempre o casi siempre Algunas veces Nunca o casi nunca Todos los días o casi todos los días Algunas veces a la semana Algunas veces al mes Nunca o casi nunca	
Relacionar entre los hábitos de compras de alimentos y los hábitos alimentarios de las	Hábitos de compras y hábitos alimentarios	Los hábitos de compra son las tendencias que tienen los clientes al comprar productos y servicios. Estas tendencias provienen de una	Cuestionario sobre los hábitos de compras y evaluación de los hábitos alimentarios	Frecuencia con la que realiza los siguientes hábitos al comprar alimentos: Antes de comprar, va a su alacena para saber si ya tiene un alimento para no comprarlo. Antes de comprar, hace una lista de los alimentos que va a comprar. Compra alimentos que no estén en su lista de compras.	Siempre o casi siempre Algunas veces Nunca o casi nunca	Cuestionario virtual

Continúa *Tabla 2*

Continuación *Tabla 2*

Objetivo	Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicadores	Instrumento
personas encuestadas		<p>variedad de factores diferentes.</p> <p>Los hábitos alimentarios se consideran un conjunto de conductas que adquiere una persona, por la repetición de actos en cuanto a la selección, la preparación y el consumo de alimentos a lo largo de su vida.</p>		<p>Observa las etiquetas con la información nutricional de los productos.</p> <p>Busca ofertas, promociones, etc.</p> <p>Visita el centro de compra de alimentos sin haber planeado previamente que necesita.</p> <p>Evaluación de los hábitos alimentarios</p>	<p>Más de 65 puntos = Buenos hábitos alimentarios</p> <p>De 30 a 65 puntos= Hábitos alimentarios regulares</p> <p>Menos de 30 puntos= Malos hábitos alimentarios</p>	

Fuente: Elaboración propia, 2023.

3.7. PLAN PILOTO

El plan piloto se ejecuta para validar el instrumento de recolección de datos y garantizar al mínimo los posibles errores al momento de su ejecución. Se aplica al 10% de la muestra calculada, por lo que se decide encuestar a un total de 10 personas de la población en estudio.

Una vez que se recolectaron los datos, por medio del cuestionario digital, se determina si a la hora de responder las preguntas hay un entendimiento de estas, si existen dudas o preguntas mal planteadas.

De acuerdo con los resultados y el análisis del plan piloto, se decide modificar algunas preguntas, haciendo mejoras para obtener un mejor resultado a la hora de aplicar el instrumento final. En la pregunta número 5, sobre la cantidad de personas que viven en el hogar se agregan más categorías y se cambia el uso de rango por un número entero. Otra pregunta que se modifica es la número 6, en donde se pregunta sobre el rango de presupuesto asignado a la compra de alimentos, se aumentan las opciones de rango, ya que la mayor parte de los encuestados seleccionaron la opción más alta, así que para obtener una mejor información se decide colocar más rangos por arriba de 133,000 colones.

Con base a la ejecución de la encuesta, no se encontró, ni se observó ninguna dificultad, ni dudas a la hora de responder las preguntas, todas las personas encuestadas leyeron y entendieron lo que se preguntaba en el instrumento.

CAPÍTULO IV. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

En este capítulo se presentan los resultados obtenidos después de la aplicación del cuestionario en la población. Se muestran las figuras, tablas y análisis descriptivo de los resultados.

4.1 DATOS SOCIODEMOGRÁFICOS

A continuación, se presentan los datos sociodemográficos de la población de estudio en Parrita.

Tabla 3. Datos sociodemográficos de la población encuestada en Parrita.

Datos sociodemográficos	Femenino n	Masculino n	Cantidad (n)	Total Porcentaje (%)
Sexo	75	20	95	100
Edad				
18-29 años	17	8	25	26.3
30-39 años	34	4	38	40
40-49 años	11	2	13	13.6
50-64 años	13	6	19	20
Escolaridad				
Primaria completa	8	3	11	11.6
Primaria incompleta	3	1	4	4.2
Secundaria completa	18	3	21	22.1
Secundaria incompleta	9	8	17	17.9
Técnico	1		1	1.1
Universidad completa	14	2	16	16.8
Universidad incompleta	22	3	25	26.3
Estado civil				
Casado (a)	30	5	35	36.8
Divorciado (a)	8	2	10	10.5
Soltero (a)	21	7	28	29.5
Unión libre	16	5	21	22.1
Viudo (a)		1	1	1.1
Cantidad de personas que viven en el hogar				
1	1	1	2	2.1
2	15	4	19	20
3	24	10	34	35.8
4	22		22	23.2
5	8	2	10	10.5
6	1	3	4	4.2
7	1		1	1.1
8	1		1	1.1
9	1		1	1.1
10	1		1	1.1

La *Tabla 3* muestra el total de la población encuestada que es de 95 personas, donde predomina el sexo femenino con un 78.9% (n=75), en cuanto a la población masculina, está representada con un 21.1% de la totalidad de los encuestados (n=20).

Las edades en las que se encuentra la población son mayormente entre los 30 a 39 años, siendo un 40% del total (n=38), seguido del grupo etario entre los 18 a 29 con un 26.3% de los encuestados (n=25). El tercer grupo de edad se encuentra entre los 50 a 64 años con un 20% (n=19), además el que presenta una menor cantidad de personas son las edades que encuentran entre los de 40 a 49 años (n=13).

Con base al nivel de escolaridad se tiene que principalmente la población tiene universidad incompleta con 26.3% del total de los encuestados (n=25). Seguido de la secundaria completa con 22.1% (n=21). El nivel que menos representación en la población tienen son la primaria incompleta (n=4) y técnico (n=1).

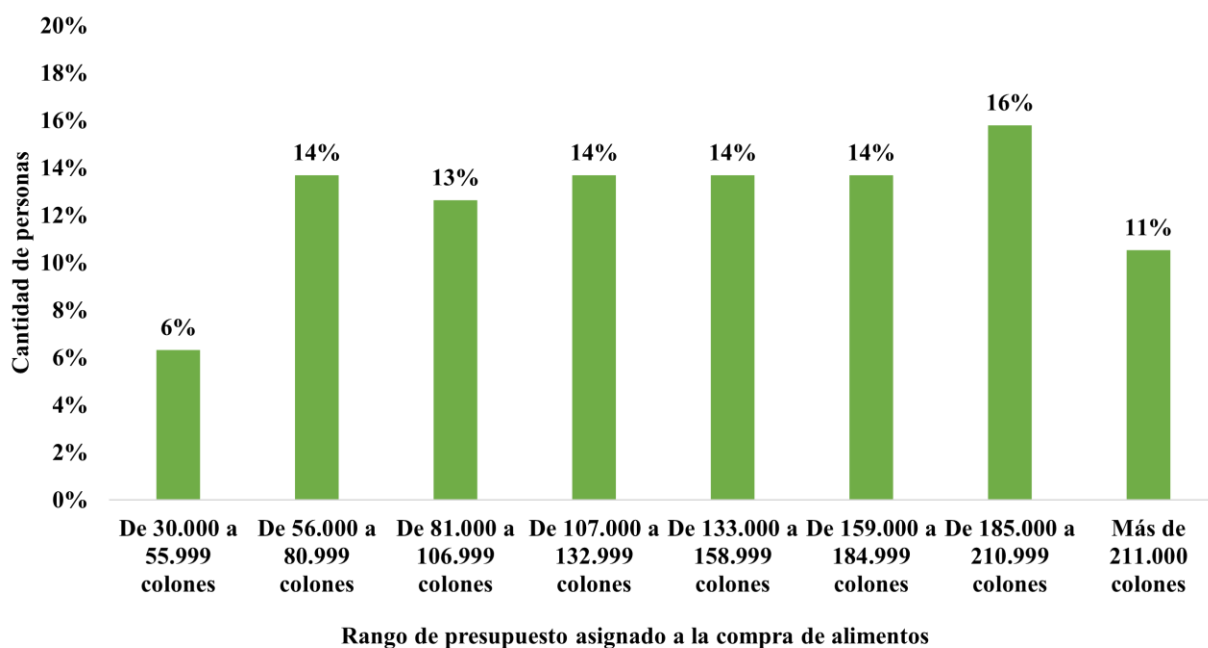
Por parte del estado civil, un 36.8% de la población total está casado (a) (n=35), luego se encuentra la población soltera (o) con 29.5% de los encuestados totales (n=28). En tercer lugar, se encuentra la población que vive en unión libre con un 22.1% (n=21). Por último, en menor proporción se tiene el estado civil de viudo (a) (n=1).

En cuanto a la cantidad de personas que viven en el hogar, la mayoría de los hogares están compuestos por tres personas representado con un 35.8% del total de la población (n=34), seguido de la cantidad de cuatro personas que viven en el hogar con un 23.2 % del total (n=22). En menor proporción se encuentran los hogares compuestos por 7, 8 ,9 y 10 personas (n=1).

4.2 CARACTERISTICAS SOBRE LA COMPRA DE ALIMENTOS

A continuación, se presentan los datos sobre la compra de alimentos y hábitos de compra de la población de estudio.

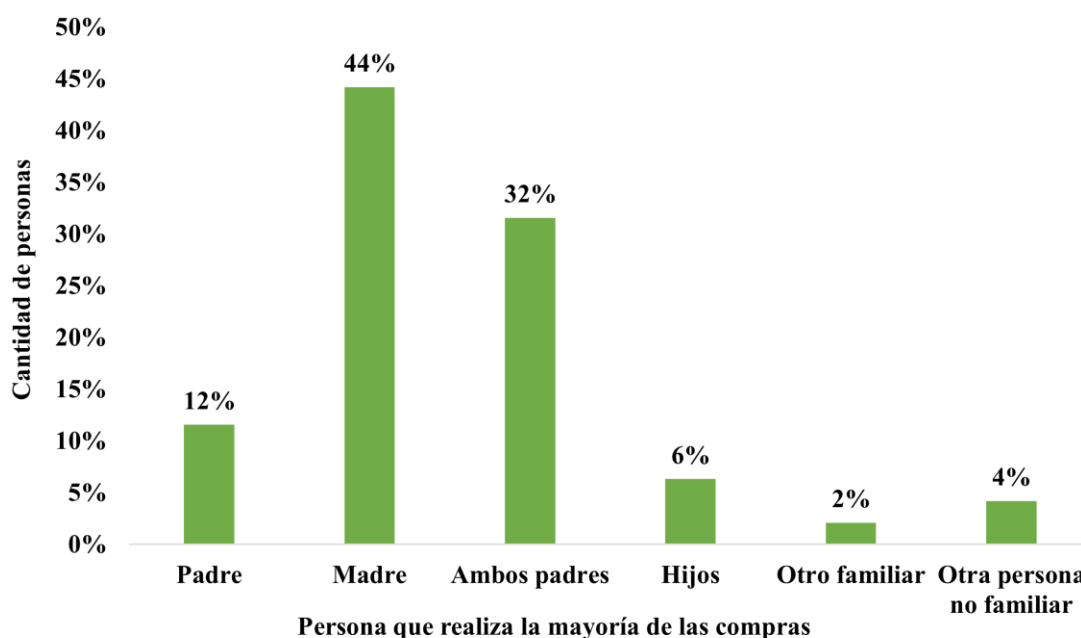
Figura 1. Rango de presupuesto asignado a la compra de alimentos de la población encuestada de Parrita, 2023.



En la *Figura 1* se encuentra el rango de presupuesto que asigna la población para la compra de alimentos, en donde se tiene una distribución muy similar en los diferentes rangos, con un mayor porcentaje está el rango que va de 185.000 a 210.999 colones con un 16% del total de la población (n=15). Seguido de cuatro diferentes rangos con el mismo porcentaje de personas un 14%, los cuales son de 56.000 a 80.999 colones, de 107.000 a 132.999 colones, de 133.000 a 158.999 colones y de 159.000 a 184.999 colones (n=13). Por el contrario, el rango de

presupuesto con menos representación es de 30.000 a 55.999 colones ($n=6$). Ninguna persona asigna menos de 30.000 colones para la compra de alimentos.

Figura 2. Persona que realiza la mayoría de las compras de alimentos en el hogar de la población encuestada de Parrita, 2023.



En cuanto a conocer sobre la persona que realiza la mayoría de las compras de alimentos en el hogar, en la *Figura 2* se observa que la persona encargada en los hogares esta más representada por la madre con un 44% del total ($n=42$). Después se tiene la participación de ambos padres en la compra de alimentos representado con 32% del total de la población ($n=30$). Por otra parte, en menor porcentaje se encuentra que las compras las realizan otra persona no familiar ($n=4$) u otro familiar ($n=2$).

Tabla 4. Frecuencia con la que realizan los siguientes hábitos al comprar alimentos la población de Parrita, 2023.

Hábitos de compra	Frecuencia					
	Siempre o casi siempre		Algunas veces		Nunca o casi nunca	
	n	%	n	%	n	%
Antes de comprar, va a su alacena para saber si ya tiene un alimento para no comprarlo.	69	72.6	21	22.1	5	5.3
Antes de comprar, hace una lista de los alimentos que va a comprar.	47	49.5	23	24.2	25	26.3
Compra alimentos que no estén en su lista de compras.	25	26.3	55	57.9	15	15.8
Observa las etiquetas con la información nutricional de los productos	21	22.1	28	29.5	46	48.4
Busca ofertas, promociones, etc.	68	71.6	25	26.3	2	2.1
Visita el centro de compra de alimentos sin haber planeado previamente que necesita	19	20	34	35.8	42	44.2

Para los hábitos que realiza la población al comprar en la *Tabla 4* se encuentra que más de la mitad de la población siempre o casi siempre antes de comprar, va a su alacena para saber si ya tiene un alimento para no comprarlo (n=69) y busca ofertas, promociones, etc. (n=68) con un 69% y 68% respectivamente, seguido con un 49.5% la población antes de comprar hace una lista de los alimentos que va a comprar (n=47).

Con base a los hábitos que realizan algunas veces están con mayor porcentaje la compra de alimentos que no estén en la lista de compras con un 57.9% (n=55), seguido de visita el centro de compra de alimentos sin haber planeado previamente que necesita con un 35.8% (n=34). Por último, los hábitos de compras que nunca o casi nunca realizan son, con un 48.4% el observar las etiquetas con la información nutricional de los productos (n=46), y con un 44.2% visitar el centro de compra de alimentos sin haber planeado previamente que necesita (n=42).

Tabla 5. Frecuencia en la que en el hogar acostumbran a comprar los alimentos la población de Parrita, 2023.

Alimentos	Frecuencia											
	Diario		Semanal		Quincenal		Mensual		Otro		No compro	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Frutas y verduras (naranja, manzanas, mangos, ayote, lechuga, tomate, papa, camote, etc.)	7	7.4	47	49.5	28	29.5	10	10.5	2	2.1	1	1.1
Lácteos (leche, yogurt, queso etc.)	10	10.5	36	37.9	32	33.7	11	11.6	2	2.1	4	4.2
Embutidos (mortadela, salchichón, salchicha etc.)	6	6.3	39	41.1	27	28.4	14	14.7	1	1.1	8	8.4
Carnes (res, pollo, etc.)	15	15.8	34	35.8	34	35.8	9	9.5	1	1.1	2	2.1
Pescado y mariscos frescos (camarones, tilapia, corvina etc.)	9	9.5	29	30.5	23	24.2	9	9.5	7	7.4	18	18.9
Abarrotes (productos enlatados, mayonesa, pan empacado etc.)	7	7.4	32	33.7	33	34.7	16	16.8	4	4.2	3	3.2
Granos básicos (Arroz, frijoles, etc.)	12	12.6	30	31.6	34	35.8	17	17.9	1	1.1	1	1.1

En cuanto a la *Tabla 5* se muestra la frecuencia en la que en el hogar acostumbran a comprar los alimentos, se encuentra que el alimento que más se compra diariamente son las carnes (res, pollo, etc.) representado con un 15.8% (n=15), seguido de los granos básicos (Arroz, frijoles, etc.) con un 12.6% de la población total (n=12). Semanalmente con casi la mitad de la población total 49.5% se acostumbra a comprar las frutas y verduras (n=47), seguido de los embutidos con un 41.1% del total de las personas encuestadas (n=39). Ahora, los alimentos que compran quincenalmente son los mismos que diariamente, el mayor porcentaje está en la compra de carnes y granos básicos con un 35.8% en ambos alimentos.

Para las compras mensuales la cantidad de personas es menor que las compras semanales o quincenales, el alimento que mayor porcentaje tiene son los granos básicos con 17.9%, seguido

de los abarrotes con un 16.8%. En las categorías de otro y no compro se encuentra que el pescado y mariscos frescos son los que mayor porcentaje tiene con 7.4% (n=7) y 18.9% (n=18) respectivamente. Al final se observa que las compras semanales y mensuales son las que tienen la mayor cantidad de personas.

Tabla 6. Lugar donde suelen comprar los alimentos la población encuestada de Parrita, 2023.

Alimentos	Lugar de compra																	
	Super mercados		Mini-super		Pulpería/ Abastecedor		Verdulería		Feria del agricultor		Carnicería		Venta ambulante o callejera		Otro		No compro	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Frutas y verduras (naranja, manzanas, mangos, ayote, lechuga, tomate, papa, camote, etc.)	67	70.5	4	4.2			20	21.1	2	2.1			2	2.1				
Lácteos (leche, yogurt, queso etc.)	83	87.4	3	3.2	2	2.1			1	1.1			1	1.1	4	4.2	1	1.1
Embutidos (mortadela, salchichón, salchicha etc.)	65	68.4	6	6.3	2	2.1	1	1.1	2	2.1	14	14.7					5	5.3
Carnes (res, pollo, etc.)	59	62.1	6	6.3			1	1.1	1	1.1	26	27.4			1	1.1	1	1.1
Pescado y mariscos frescos (camarones, tilapia, corvina etc.)	44	46.3	6	6.3	1	1.1	1	1.1	1	1.1	10	10.5	2	2.1	13	13.7	17	17.9
Abarrotes (productos enlatados, mayonesa, pan empacado etc.)	87	91.6	2	2.1	2	2.1	1	1.1	1	1.1					1	1.1	1	1.1
Granos básicos (Arroz, frijoles, etc.)	88	92.6	1	1.1	3	3.2			1	1.1					2	2.1		

Acerca del lugar donde suelen comprar los alimentos, en la *Tabla 6* se encuentra que más de la mitad de los encuestados realizan las compras en un supermercado, solo los pescado y mariscos frescos tiene menos de la mitad con un 46.3% del total. La feria del agricultor y la venta ambulante o callejera son los que tienen menos porcentaje de personas.

También se observa que las frutas y verduras además de comprarse en supermercado también tiene un 21.1% que los compran en una verdulería (n=20). Por parte de las carnes la compra en carnicería tiene un 27.4% del total de la población (n=26).

Por último, el alimento que menos se compra son los pescados y mariscos frescos con un 17.9% de la población total (n=17).

Tabla 7. Razón principal que mayormente los motiva a elegir el lugar de compra de alimentos a la población de Parrita, 2023.

Alimentos	Razones que motivan a elegir el lugar de compra									
	Cercanía al hogar		Aspecto económico (precios, promociones, etc.)		Variedad de productos		Otros aspectos (publicidad, fama u otros)		No compra	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Frutas y verduras (naranja, manzanas, mangos, ayote, lechuga, tomate, papa, camote, etc.)	15	15.8	55	57.9	24	25.3	1	1.1		
Lácteos (leche, yogurt, queso etc.)	17	17.9	50	52.6	23	24.2	1	1.1	4	4.2
Embutidos (mortadela, salchichón, salchicha etc.)	16	16.8	49	51.6	22	23.2	1	1.1	7	7.4
Carnes (res, pollo, etc.)	17	17.9	51	53.7	24	25.3	2	2.1	1	1.1
Pescado y mariscos frescos (camarones, tilapia, corvina etc.)	16	16.8	42	44.2	16	16.8	5	5.3	16	16.8
Abarrotes (productos enlatados, mayonesa, pan empacado, etc.)	17	17.9	50	52.6	22	23.2	4	4.2	2	2.1
Granos básicos (Arroz, frijoles etc.)	19	20	52	54.7	20	21.1	3	3.2	1	1.1

Con base a la *Tabla 7* la razón principal que los motiva a elegir el lugar de compra se tiene que más de la mitad de las personas deciden donde comprar basándose en el aspecto económico (precios, promociones, etc.), solo el pescado y mariscos frescos se encuentra con un 44.2% (n=42), sin embargo, hay que ver que es el alimento que tiene un mayor porcentaje que no lo compra con un 16.8% (n=16). Luego se tiene que los granos básicos con un 20% del total de la población son los que más predominan en cuanto a elegir el lugar por la cercanía al hogar

(n=19), asimismo el lugar de compra de las frutas, verduras y carnes (n=24) se elige por la variedad de productos ambos representados con un 25.3%.

Tabla 8. Frecuencia de compra de los alimentos en la población de Parrita, 2023.

Alimento	Frecuencia					
	Siempre o casi siempre		Algunas veces		Nunca o casi nunca	
	n	%	n	%	n	%
Harinas (Arroz, pan, galletas, tortillas etc.)	79	83.2	15	15.8	1	1.1
Leguminosas (frijoles, garbanzos, lentejas, etc.)	67	70.5	26	27.4	2	2.1
Vegetales harinosos (plátano, papa, yuca, banano verde etc.)	60	63.2	33	34.7	2	2.1
Vegetales no harinosos (Tomate, zanahoria, pepino, repollo etc.)	75	78.9	19	20	1	1.1
Frutas (banano, manzana, naranja, etc.)	55	57.9	35	36.8	5	5.3
Lácteos (queso, leche, yogurt etc.)	69	72.6	24	25.3	2	2.1
Huevos	83	87.4	9	9.5	3	3.2
Carnes (pollo, res, cerdo)	81	85.3	13	13.7	1	1.1
Pescado y mariscos enlatados (atún, sardinas, calamares, etc.)	56	58.9	31	32.6	8	8.4
Pescados y mariscos frescos (camarones, tilapia, corvina etc.)	35	36.8	39	41.1	21	22.1
Embutidos (Salchichón, salchicha, chorizo, etc.)	53	55.8	30	31.6	12	12.6
Condimentos (consomé, sazónadores, salsas, etc.)	75	78.9	15	15.8	5	5.3
Alimentos ricos en grasas (mantequilla, margarina, natilla, paté, aderezos, etc.)	63	66.3	25	26.3	7	7.4
Bebidas procesadas azucaradas (Coca Cola, Tropical, Fresco-leche etc.)	37	38.9	36	37.9	22	23.2
Bebidas alcohólicas (cerveza, ron, wiski, etc.)	19	20.0	26	27.4	50	52.6
Snacks (papas fritas, tortillas tostadas)	25	26.3	54	56.8	16	16.8
Semillas (Maní, nueces, almendras, etc.)	24	25.3	51	53.7	20	21.1
Dulces (mermeladas, miel de abeja, confites, chocolates, helados, repostería, galletas dulces etc.)	24	25.3	48	50.5	23	24.2

En cuanto a la frecuencia de compra de alimentos mostrada en la *Tabla 8*, la mayoría de los encuestados los compran siempre o casi siempre, por lo tanto, se encuentra que los alimentos con menor porcentaje de compra siempre o casi siempre son las bebidas procesadas azucaradas (n=37), los pescados y mariscos frescos (n=35), los snacks (n=25), las semillas y dulces (n=24), y por último las bebidas alcohólicas (n=19), los demás alimentos en la lista están representados con más de la mitad de la población total.

Continuando con los alimentos que se compran algunas veces están principalmente los snacks con un 56.8% del total (n=54), seguido de las semillas con un 53.7% del total (n=51), en tercer lugar, están los dulces con un 50.5% del total (n=48), para el resto de los alimentos en la lista tienen menos de la mitad del porcentaje de las personas totales.

Finalmente, los alimentos que nunca o casi nunca se compran son mayormente las bebidas alcohólicas con un 52.6% de la población total (n=50).

4.3 CARACTERÍSTICAS SOBRE LOS HÁBITOS ALIMENTARIOS

A continuación, se presentan los resultados de los datos sobre los hábitos alimentarios de la población de estudio, dentro de estos se encuentra la frecuencia con la que realiza los tiempos de comida, métodos de cocción, frecuencia de consumo, entre otros.

Tabla 9. Frecuencia en la que realizan los diferentes tiempos de comida en el hogar la población de Parrita, 2023.

Tiempo de comida	Entre semana								Fin de semana							
	Todos los días o casi todos los días		Algunas veces a la semana		Algunas veces al mes		Nunca o casi nunca		Todos los días o casi todos los días		Algunas veces a la semana		Algunas veces al mes		Nunca o casi nunca	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Desayuno	84	88.4	8	8.4	1	1.1	2	2.1	88	92.6	5	5.3	1	1.1	1	1.1
Merienda mañana	15	15.8	38	40	12	12.6	30	31.6	17	17.9	30	31.6	19	20	29	30.5
Almuerzo	81	85.2	8	8.4	3	3.2	3	3.2	87	91.5	5	5.3	2	2.1	1	1.1
Merienda tarde	24	25.3	33	34.7	16	16.8	22	23.2	26	27.4	32	33.7	15	15.8	22	23.2
Cena	74	77.9	14	14.7	4	4.2	3	3.2	78	82.1	12	12.6	3	3.2	2	2.1
Merienda nocturna	8	8.4	31	32.6	15	15.8	41	43.2	16	16.8	25	26.3	18	18.9	36	37.9

En relación con la *Tabla 9* se encuentra la frecuencia en la que realizan los tiempos de comida, se observa que entre semana el desayuno con un 88.4% (n=84), el almuerzo con un 85.2% (n=81) y la cena con un 77.9% (n=74) son los que mayormente se realizan todos los días o casi todos los días, con más de la mitad de la población total.

Para las meriendas se encuentra que realizarlas algunas veces por semana tiene un mayor porcentaje con un 40% la merienda de la mañana (n=38), un 34.7% la merienda de la tarde (n=33) y un 32.6% la merienda nocturna (n=31). Sin embargo, la merienda nocturna tiene un mayor porcentaje de personas que dice realizarla nunca o casi nunca con un 43.2% (n=41).

De igual forma, en el fin de semana los tiempos que se realizan siempre o casi siempre son el desayuno con un 92.6% (n=88), el almuerzo con un 91.5% (n=87) y la cena con un 82.1% (n=78). Por parte de las meriendas, se encuentra que al igual que entre semana se realizan mayormente algunas veces a la semana, y el tiempo que nunca o casi nunca se realiza mayormente es la merienda nocturna con un 37.9% del total (n=36).

Tabla 10. Método de cocción más utilizado para preparar los alimentos en la población de Parrita, 2023.

Alimento	Método de cocción													
	No lo consumo		Hervido		Al vapor		Asado		Frito		Al horno (horno, freidora de aire)		Otro	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Chayote	16	16.8	63	66.3	8	8.4			1	1.1	1	1.1	6	6.3
Papa	1	1.1	61	64.2	7	7.4	1	1.1	8	8.4	5	5.3	12	12.6
Plátano	3	3.2	37	38.9	5	5.3	1	1.1	46	48.4	1	1.1	2	2.1
Pollo	2	2.1	29	30.5	7	7.4	9	9.5	25	26.3	9	9.5	14	14.7
Res o cerdo	2	2.1	20	21.1	4	4.2	9	9.5	39	41.1	6	6.3	15	15.8
Pescado fresco	10	10.5	11	11.6	4	4.2	10	10.5	42	44.2	4	4.2	14	14.7
Huevo	1	1.1	26	27.4	2	2.1	4	4.2	52	54.7	1	1.1	9	9.5

En cuanto al método de cocción más utilizado para la preparación de los alimentos en la *Tabla 10*, la población utiliza más hervido para alimentos como el chayote y la papa con un 66.3% (n=63) y un 64.2% (n=61) respectivamente. Posteriormente el otro método utilizado es el frito,

el cual se emplea en alimentos como el huevo con un 54.7% (n=52), plátano con un 48.4% (n=46) y el pescado fresco con un 44.2% (n=42).

Para cocinar el pollo los métodos de cocción utilizados son hervido con un 30.5% de la población total (n=29) y frito con un 26.3% del total (n=25), de igual manera son los dos métodos utilizados para la preparación de res o cerdo, siendo que frito está representado con un 41.1% del total (n=39) y hervido con 21.1% (n=20). Los métodos menos utilizados son al vapor y al horno, además la cocción por medio de microondas no es utilizada por nadie.

Tabla 11. Persona que prepara los alimentos en el hogar la mayoría de las veces.

Persona que prepara los alimentos	Cantidad de personas	
	n	%
Yo mismo (a)	63	66.3
Alguien de la familia (esposo (a), hijo (a), padres, abuelos, etc)	31	32.6
Alguien fuera de la familia	1	1.1

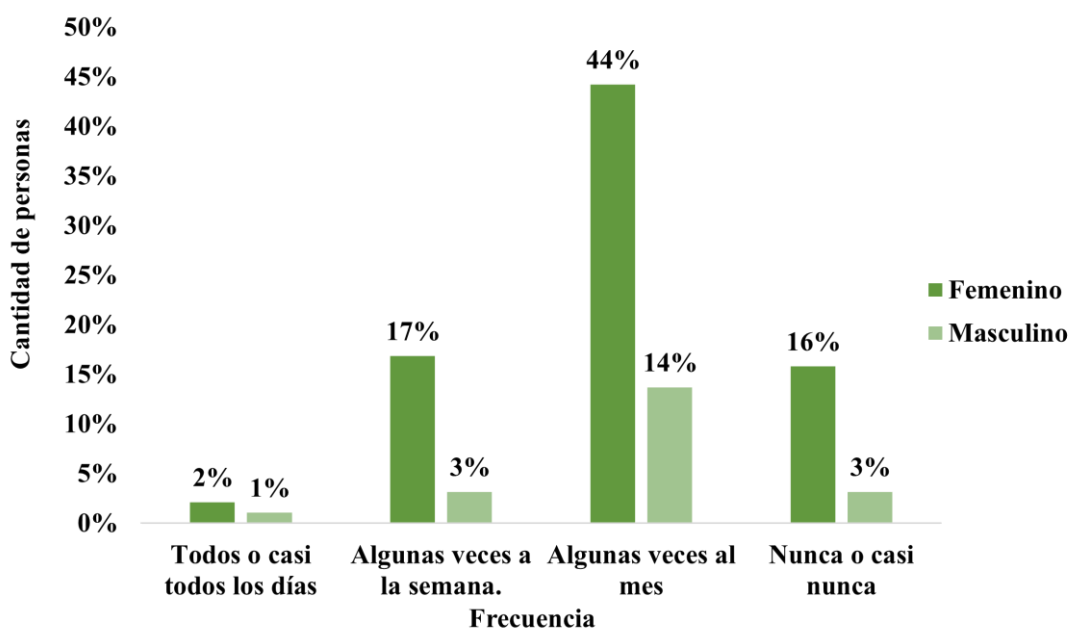
Con base a la *Tabla 11* sobre la persona que prepara los alimentos en el hogar la mayoría de las veces se muestra que en más de la mitad de la población encuestada ellos mismo realizan su propia comida, el 66.3% de la población total lo preparan por sí mismos (n=63). Solo un 32.6% los realiza alguien de la familia (n=31) y una persona menciona que la preparación de los alimentos la realiza alguien fuera de la familia. Por otra parte, ninguna persona menciona que otro prepare las comidas.

Tabla 12. Tipo de grasa utiliza para la cocción de los alimentos la población encuestada.

Tipo de grasa	Cantidad de personas	
	n	%
Aceite vegetal (soya, girasol, maíz, etc.)	80	84.2
Manteca vegetal (Clover, Corona, Mazola, etc.)	9	9.5
Manteca animal (Cerdo)	1	1.1
Mantequilla o margarina	2	2.1
Aceite en spray (oliva, canola, girasol, etc.)	3	3.2

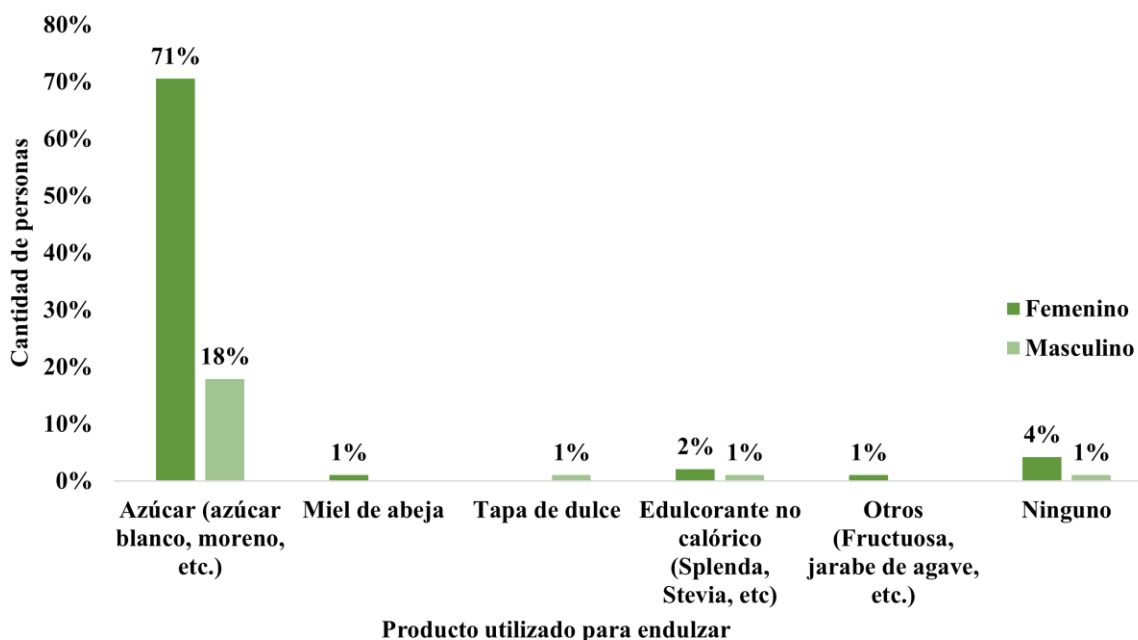
En cuanto a la *Tabla 12* el tipo de grasa utilizada para la cocción, el aceite vegetal es el más utilizado con la mayor parte de los encuestados un 84.2% de la población total (n=80). La manteca vegetal es el que le sigue con 9.5% (n=9). Los menos utilizados son el aceite en spray (n=3), la mantequilla o margarina (n=2) y la manteca animal (n=1), además nadie menciona no utilizar algún tipo de grasa para cocinar.

Figura 3. Frecuencia en la que consumen alimentos ya preparados, comprados como, por ejemplo: casados, pizza, hamburguesas, pollo frito, etc., en la población.



En la *Figura 3* se observa la frecuencia en la que consumen alimentos ya preparados, comprados como, por ejemplo: casados, pizza, hamburguesas, pollo frito, etc, en la cual la mayor parte de la población la consume algunas veces al mes con un 44% de mujeres (n=42) y un 14% de los hombres (n=13). Seguidamente está el consumo algunas veces a la semana con un 20% entre hombres y mujeres (n=19). Y en tercer lugar esta la población que nunca o casi nunca lo consumen con 19% del total de las personas (n=18). Por lo tanto, sea mujer o hombre la mayor frecuencia es algunas veces al mes.

Figura 4. Producto que se usa mayormente en el hogar para endulzar las bebidas calientes o frías la población de Parrita, 2023.



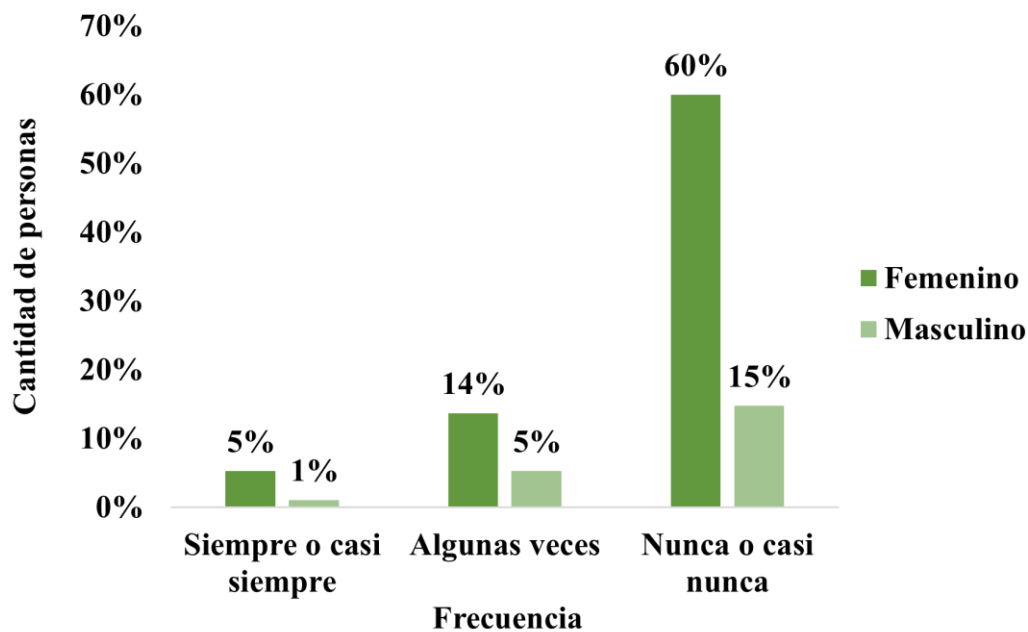
Para mostrar el producto que se usa mayormente en el hogar a la hora de endulzar las bebidas calientes o frías, se observa que en la *Figura 4* el mayor producto utilizado en ambos sexos es el azúcar con un 71% de las mujeres (n=67) y un 18% de hombres (n=17). Además, solo un 5% de la población total dice no utilizar ningún producto (n=5).

Tabla 13. Cantidad de endulzante en bebidas calientes y frías que utiliza la población de Parrita.

Bebida	Cantidad de cucharaditas							
	1-2		3-4		Más de 4		No	
	cucharaditas	%	cucharaditas	%	cucharaditas	%	endulzo	%
Bebidas calientes (te, café, infusiones)	76	80	9	9.5			10	10.5
Bebidas frías (refrescos, batidos, etc.)	66	69.5	14	14.7	1	1.1	14	14.7

En relación con la cantidad de endulzante utilizado en bebidas calientes y frías, la población mayormente endulza con 1-2 cucharaditas tanto en bebidas calientes como frías, siendo un 80% en bebidas calientes (n=76) y un 69.5% en bebidas frías (n=66). El porcentaje de personas que no utiliza ningún endulzante es 10.5% para bebidas calientes (n=10) y un 14.7% para bebidas frías (n=14).

Figura 5. Frecuencia en la que se acostumbra a agregar sal a los alimentos ya servidos en la mesa la población de Parrita, 2023.



Como se observa en la *Figura 5*, la mayor parte de la población de ambos sexos con un 60% en mujeres ($n=57$) y un 15% en hombres ($n=14$) nunca o casi nunca acostumbran a agregar sal a los alimentos ya servidos en la mesa. Sin embargo, hay un 19% de la población total ($n=18$) que le agrega sal algunas veces.

Tabla 14. Frecuencia de consumo de alimentos en la población de parrita, 2023.

Alimento	Frecuencia							
	Todos los días o casi todos los días		Algunas veces a la semana		Algunas veces al mes		Nunca o casi nunca	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Harinas (Arroz, pan, galletas, tortillas etc.)	76	80	16	16.8	3	3.2		
Leguminosas (frijoles, garbanzos, lentejas, etc.)	54	56.8	32	33.7	8	8.4	1	1.1
Vegetales harinosos (plátano, papa, yuca, banano verde etc.)	32	33.6	49	51.6	13	13.7	1	1.1
Vegetales no harinosos (Tomate, zanahoria, pepino, repollo etc.)	35	36.8	49	51.6	10	10.5	1	1.1
Frutas (banano, manzana, naranja, etc.)	36	37.9	41	43.2	17	17.9	1	1.1
Lácteos (queso, leche, yogurt etc.)	30	31.6	53	55.8	11	11.6	1	1.1
Huevos	64	67.3	25	26.3	5	5.3	1	1.1
Carnes (pollo, res, cerdo)	65	68.4	26	27.4	4	4.2		
Pescado y mariscos enlatados (atún, sardinas, calamares, etc.)	26	27.4	41	43.2	22	23.2	6	6.3
Pescados y mariscos frescos (camarones, tilapia, corvina etc.)	18	18.9	34	35.8	24	25.3	19	20
Embutidos (Salchichón, salchicha, chorizo, etc.)	27	28.4	46	48.4	12	12.6	10	10.5
Condimentos (consomé, sazónadores, salsas, etc.)	60	63.1	26	27.4	4	4.2	5	5.3
Alimentos ricos en grasas (mantequilla, margarina, natilla, paté, aderezos, etc.)	27	28.4	49	51.6	13	13.7	6	6.3
Comidas rápidas (pizza, hamburguesa, pollo frito, tacos etc.)	8	8.4	32	33.7	36	37.9	19	20
Bebidas procesadas azucaradas (Coca Cola, Tropical, Fresco-leche etc.)	25	26.3	31	32.6	20	21.1	19	20
Bebidas alcohólicas (cerveza, ron, wiski, etc.)	7	7.4	23	24.2	26	27.4	39	41.1
Snacks (papas fritas, tortillas tostadas)	11	11.6	30	31.6	38	40	16	16.8
Semillas (Maní, nueces, almendras, etc.)	15	15.8	30	31.6	32	33.7	18	18.9
Dulces (mermeladas, miel de abeja, confites, chocolates, helados, repostería, galletas dulces etc.)	13	13.7	35	36.8	31	32.6	16	16.8

En cuanto a la frecuencia de consumo los alimentos en la *Tabla 14* se observa que se consumen todos o casi todos los días son las harinas con un 80% de la población total (n=76), las carnes con un 68.4% del total (n=65), los huevos con un 67.3% del total (n=64), los condimentos con un 63.1% del total (n=60), por último, las leguminosas con un 56.8% de la población total (n=54).

Por otro lado, los alimentos con mayor porcentaje que se consumen algunas veces a la semana son los vegetales harinosos, los vegetales no harinosos y los alimentos ricos en grasa con un 51.6% cada uno (n=49). Por parte de los que se consumen algunas veces al mes se tiene que los snacks con un 40% del total (n=38), las comidas rápidas con un 37.9 % del total (n=36) y los dulces con un 32.6% del total (n=31) son los que presentan un mayor porcentaje de consumo.

Finalmente, los alimentos que nunca o casi nunca se consumen son mayoritariamente las bebidas alcohólicas con un 41.1% de la población total (n=39). Seguido de los pescados y mariscos, las comidas rápidas y las bebidas procesadas azucaradas con un 20% de la población total cada alimento (n=19).

4.4 EVALUACIÓN DE LOS HÁBITOS ALIMENTARIOS

A continuación, se presentan los resultados de la evaluación de los hábitos alimentarios de la población de estudio, estos se califican de 1 a 3. Siendo 3 bueno, 2 regular y 1 malo, se evalúa las actividades relacionadas con los hábitos alimentarios. Además, se realiza una calificación final en donde se suman los puntos totales obtenidos de cada persona, de acuerdo con ese total se define si tienen buenos, regulares o malos hábitos alimentarios.

Tabla 15. Evaluación de hábitos alimentarios en la población de parrita, 2023.

Actividad para evaluar		Malo (1)		Regular (2)		Bueno (3)	
		n	%	n	%	n	%
Tiempos de comida	Cantidad	15	16	58	61	22	23
	Frecuencia			53	56	42	44
Consumo de alimentos comprados ya preparados	Cantidad	3	3	19	20	73	77
Consumo de azúcar	Bebidas calientes			9	9	86	91
	Bebidas frías	1	1	14	15	80	84
Consumo de sal	Frecuencia	6	6	18	19	71	75
Frecuencia de consumo	Harinas			3	3	92	97
	Leguminosas	1	1	8	8	86	91
	Vegetales harinosos	1	1	13	14	81	85
	Vegetales no harinosos	1	1	60	63	34	36
	Frutas	1	1	58	61	36	38
	Lácteos	1	1	11	12	83	87
	Huevos	1	1	30	32	64	67
	Carnes			4	4	91	96
	Pescado y mariscos enlatados	6	6	22	23	67	71
	Pescados y mariscos frescos	19	20	24	25	52	55
	Embutidos	27	28	46	48	22	23
	Condimentos			26	27	69	73
	Alimentos ricos en grasas	27	28	49	52	19	20
	Comidas rápidas	8	8	32	34	55	58
	Bebidas procesadas azucaradas	25	26	31	33	39	41
	Bebidas alcohólicas	7	7	23	24	65	68
Snacks	11	12	30	32	54	57	
Semillas	18	19	32	34	45	47	
Dulces	13	14	35	37	47	49	

En relación con la evaluación de los hábitos alimentarios presentes en la *Tabla 15*, se tiene que para la cantidad de tiempos de comida que realiza la mayor parte de la población presenta una

calificación regular con 61% del total (n=58), lo que quiere decir que esta población realiza de 3 a 4 tiempos de comida. Igualmente, la frecuencia con la que realizan los tiempos de comida es en su mayoría regular con un 56% de la población total (n=53), lo que quiere decir es que los tiempos de comida que realizan no los hacen todos o casi todos los días.

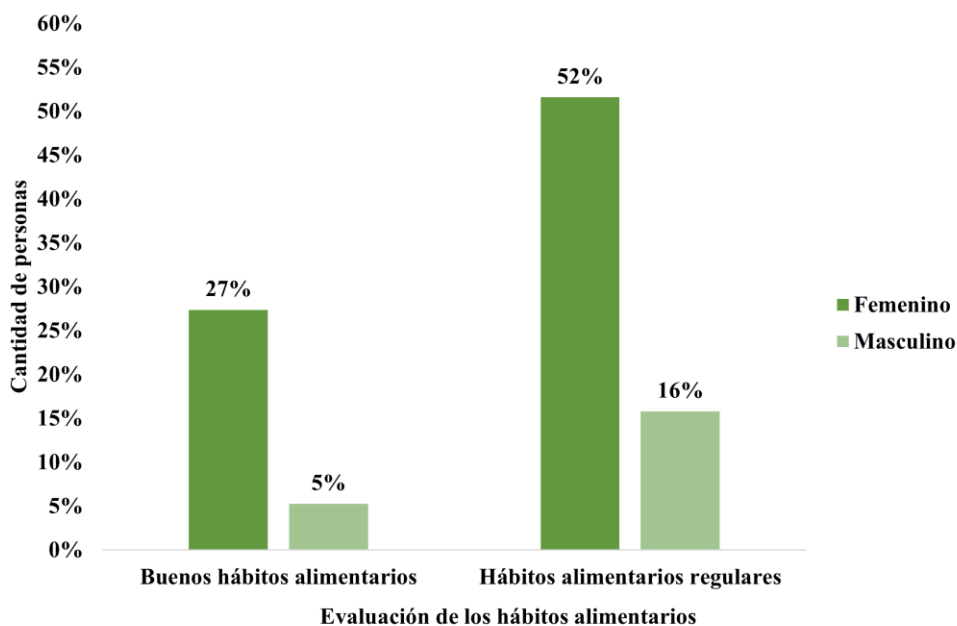
Seguidamente, se encuentra el consumo de alimentos comprados ya preparados el cual obtiene una calificación de bueno con un 77% del total (n=73), lo que quiere decir que la frecuencia con la que consumen estos alimentos es algunas veces al mes, nunca o casi nunca.

Luego se presenta el consumo de azúcar en bebidas, esta indica una evaluación de bueno tanto en bebidas calientes representado con un 91% de la población total (n=86) y en bebidas frías con 84% del total (n=80). Respecto al consumo de sal se tienen que el 75% de la población (n=71) tiene una evaluación de buena, estas personas son las que nunca o casi nunca agregan sal adicional a sus comidas ya preparadas.

Posteriormente, con respecto a la frecuencia de consumo se encuentra que la evaluación es regular y bueno dependiendo del alimento. Las harinas con un 97% del total (n=92), las carnes con un 96% del total (n=91), las leguminosas con un 91% del total (n=86) y los lácteos con un 87% del total (n=83) son los que tiene un mayor porcentaje de población en la categoría de bueno, porque se consumen todos los días, casi todos los días o algunas veces a la semana.

Para la valoración de una frecuencia de consumo regular los alimentos que principalmente se encuentran son los vegetales harinosos con un 63% del total (n=60), las frutas con un 61% del total (n=58) los cuales se consumen algunas veces al mes y los alimentos ricos en grasa con un 52% del total (n=49) ya que se suelen consumir algunas veces a la semana.

Figura 6. Evaluación individual de los hábitos alimentarios de la población de Parrita, 2023.



Con respecto a la evaluación de los hábitos alimentarios de la población, esta se divide en buenos hábitos alimentarios, hábitos alimentarios regulares y malos hábitos alimentarios. Esta evaluación es individual y se obtiene con la suma de puntos de las características evaluadas en la *Tabla 15*. Con base a esto, en la *Figura 6* se observa que más de la mitad de los encuestados un 68% de la población total, con un 52% de mujeres (n=49) y un 16% de hombres (n=15) tienen hábitos alimentarios regulares, ya que estos tuvieron de 30 a 65 puntos.

Por otro lado, un 32% de la población total, con un 27% de mujeres (n=26) y un 5% de hombres (n=5) tienen buenos hábitos alimentarios, ya que en la evaluación individual obtuvieron más de 65 puntos.

Esta evaluación no incluye los hábitos alimentarios sobre el producto que se usa mayormente en el hogar para endulzar las bebidas calientes o frías, el tipo de grasa utilizada para la cocción de los alimentos, el método de cocción más utilizado para preparar los alimentos y la persona que prepara los alimentos en el hogar.

4.5 RELACIÓN DE LA COMPRA DE ALIMENTOS Y LOS HáBITOS ALIMENTARIOS.

Para determinar la relación estadística de las variables se aplica la Prueba exacta de Fisher en donde se pueden obtener dos hipótesis. De acuerdo con el grado de significancia del 5%, se tiene que la primera hipótesis es cuando el valor p es mayor a 0.05 en este caso se dice que no se puede rechazar la hipótesis nula y las variables son independientes porque no hay suficiente evidencia para concluir que las variables están asociadas. Por otro lado, si el valor p es menor a 0.05 las variables son dependientes entre sí por lo que hay una asociación estadísticamente significativa entre las variables y se rechaza la hipótesis nula, por lo tanto, se obtiene la hipótesis alternativa.

En este caso la hipótesis nula se presenta cuando no hay una relación entre los hábitos alimentarios y los datos sobre de la compra de alimentos. Del otro lado, la hipótesis alternativa quiere decir que existe una correlación significativa entre que entre los hábitos alimentarios y los datos sobre de la compra de alimentos.

A continuación, se presentan los datos más relevantes de las relaciones de las variables compra de alimentos, hábitos alimentarios y la escala de evaluación de los hábitos alimentarios. Dentro de la evaluación de los hábitos alimentarios solo se toma en cuenta los buenos hábitos

alimentarios y los hábitos alimentarios regulares, ya que ningún encuestado presenta malos hábitos alimentarios.

Tabla 16. Relación del presupuesto para la compra de alimentos y los hábitos alimentarios de la población de Parrita, 2023.

Hábitos alimentarios	Presupuesto (Valor p)							
	30,000 a 55,999 colones	56,000 a 80,999 colones	81,000 a 106,999 colones	107,000 a 132,999 colones	133,000 a 158,999 colones	159,000 a 184,999 colones	185,000 a 210,999 colones	Más de 211,000 colones
Escala de evaluación de los hábitos alimentarios								
Hábitos alimentarios regulares o buenos	0.66	0.53	0.32	0.75	0.34	0.75	0.24	0.71
Producto utilizado para endulzar								
Azúcar, edulcorante no calórico, miel de abeja, tapa de dulce u otros.	0.80	0.58	0.87	0.82	0.83	0.99	0.83	0.86
Ninguno	0.03	0.53	0.99	0.53	0.99	0.99	0.99	0.99
Grasa utilizada para cocción de los alimentos								
Aceite en spray, manteca animal, manteca vegetal, mantequilla o margarina.	0.54	0.65	0.34	0.90	0.56	0.90	0.69	0.90
Aceite vegetal	0.048	0.69	0.99	0.99	0.21	0.99	0.45	0.36
Persona que prepara los alimentos	0.77	0.37	0.55	0.63	0.56	0.56	0.99	0.38
Métodos de cocción	0.50	0.78	0.70	0.72	0.84	0.48	0.64	0.61

En la *Tabla 16* se observa la relación de los hábitos alimentarios y el presupuesto para la compra de alimentos de la población, se muestra que existe una correlación de las variables significativa con el producto utilizado para endulzar por lo tanto se especifica con cual categoría es con la que se encuentra una dependencia de las variables, en este caso cuando hay un presupuesto de 30,000 a 55,999 colones y no utiliza ningún endulzante ($p=0.03$) hay una correlación significativa ya que presenta un valor menor a 0.05 y se rechaza la hipótesis nula.

Otra relación es con la grasa utilizada para la cocción de los alimentos ya que se encuentra que el uso de aceite vegetal y tener un presupuesto de 30,000 a 55,999 colones tienen una correlación significativa ($p=0.048$).

En relación con los demás hábitos alimentarios y su relación con el presupuesto de compra se obtiene que presentan valores mayores a 0.05 por lo que no se rechaza la hipótesis nula ya que no hay suficiente evidencia para concluir que las variables están asociadas.

Tabla 17. Relación de los hábitos alimentarios y la persona que realiza las compras en el hogar de la población de Parrita, 2023.

Hábitos alimentarios	Persona que realiza las compras (Valor p)					
	Padre	Madre	Ambos padres	Hijos	Otro familiar	Otra persona no familiar
Escala de valuación de los hábitos alimentarios						
Hábitos alimentarios regulares o buenos	0.50	0.66	0.35	0.66	0.99	0.99
Producto utilizado para endulzar	0.70	0.79	0.85	0.77	0.71	0.89
Grasa utilizada para cocción de los alimentos	0.42	0.92	0.43	0.77	0.99	0.79
Persona que prepara los alimentos						
Yo mismo (a)	0.75	0.030	0.035	0.40	0.55	0.60
Alguien de la familia	0.99	0.048	0.019	0.388	0.99	0.99
Alguien fuera de la familia	0.99	0.99	0.99	0.99	0.99	0.042
Métodos de cocción	0.88	0.76	0.66	0.63	0.99	0.85

En cuanto a la relación de los hábitos alimentarios y la persona que realiza las compras en el hogar en la *Tabla 17* se muestra que existe una correlación de las variables significativa con base a la persona que realiza las compras y la persona que prepara los alimentos, por lo tanto, se especifica cada categoría para determinar los puntos de relación más significativos.

De eso se dependen los siguientes resultados estadísticos, primero cuando la persona que realiza las compras es la madre hay una correlación significativa con que la persona que cocina sea él o ella misma ($p=0.030$) o que sea alguien de la familia ($p=0.048$). Así pues, cuando las compras las realizan ambos padres hay una relación significativa con que la persona que cocina sea él o ella misma ($p=0.035$) o que sea alguien de la familia ($p=0.019$). Por último, cuando el que realiza las compras es una persona no familiar tiene una correlación significativa con que una persona fuera de la familia sea la que prepara los alimentos ($p=0.042$), todos los datos anteriores presentan un valor menor a 0.05, así que las variables son dependientes y se rechaza la hipótesis nula.

Con base a los demás hábitos alimentarios y su relación con quién realiza las compras se obtiene que presentan valores mayores a 0.05 por lo que no se rechaza la hipótesis nula, ya que no hay suficiente evidencia para concluir que las variables están asociadas.

Tabla 18. Relación de los hábitos de compra de alimentos y los hábitos alimentarios en la población de Parrita, 2023.

Hábitos alimentarios	Hábitos de compra (Valor p)					
	Antes de comprar, va a su alacena para saber si ya tiene un alimento para no comprarlo	Antes de comprar, hace una lista de los alimentos que va a comprar	Compra alimentos que no esté en su lista de compras	Observa las etiquetas con la información nutricional de los productos	Busca ofertas, promociones, etc.	Visita el centro de compra de alimentos sin haber planeado previamente que necesita
Hábitos alimentarios regulares o buenos	0.39	0.88	0.42	0.71	0.66	0.85
Producto utilizado para endulzar	0.20	0.19	0.23	0.050	0.030	0.97
Grasa utilizada para la cocción de los alimentos	0.76	0.209	0.34	0.39	0.31	0.17
Persona que prepara los alimentos	0.15	0.38	0.14	0.11	0.61	0.17
Métodos de cocción	0.79	0.40	0.18	0.52	0.90	0.40

En el caso de la *Tabla 18* se observa la relación de hábitos de compra de alimentos y los hábitos alimentarios donde el producto utilizado para endulzar presenta una correlación significativa con el observar las etiquetas con la información nutricional de los productos ($p=0.050$) y también se correlaciona con la búsqueda de ofertas, promociones, etc., por lo tanto se encuentra una hipótesis alternativa donde las variables son dependientes, por lo que existe una correlación estadística significativa. No se presentan las categorías el producto utilizado para endulzar ya

que los resultados no presentan ningún valor significativo, lo mismo ocurre para los demás hábitos alimentarios.

Agregando a lo anterior, los demás hábitos alimentarios y su correlación con los hábitos de compras, se encuentra que todos tiene un valor mayor a 0.05 por lo que no se rechaza la hipótesis nula y de este modo las variables son independientes.

Tabla 19. Relación de la frecuencia en la que suelen comprar alimentos y los hábitos alimentarios en la población de Parrita, 2023.

Hábitos alimentarios	Valor p
Hábitos alimentarios regulares o buenos	0.51
Producto utilizado para endulzar	0.61
Grasa utilizada para la cocción de los alimentos	0.56
Persona que prepara los alimentos	0.99
Métodos de cocción	0.033

En cuanto a frecuencia en la que suelen comprar alimentos y los hábitos alimentarios que se presentan en la *Tabla 19* se realiza un análisis estadístico general de las variables, por lo que no se especifica cada categoría de frecuencia de compra si no como un conjunto, ya que presenta ningún valor significativo si se presentan por categorías.

De acuerdo con los resultados obtenidos se muestran que la frecuencia en la que se compran los alimentos y los métodos de cocción que utilizan para cocinar presentan una correlación significativa ya que su valor p es menor a 0.05 ($p=0.033$).

Para el resto de los casos sobre los hábitos alimentarios al tener un valor mayor a 0.05 no se rechaza la hipótesis nula y las variables son independientes.

Tabla 20. Relación del lugar de compra y los hábitos alimentarios en el hogar de la población de Parrita, 2023.

Hábitos alimentarios	Valor p
Hábitos alimentarios regulares o buenos	0.72
Producto utilizado para endulzar	0.57
Grasa utilizada para la cocción de los alimentos	0.99
Persona que prepara los alimentos	0.78
Métodos de cocción	0.26

Con respecto a la *Tabla 20* los valores en muestran en conjunto ya que por categoría de lugar de compra no se encuentra ningún resultado significativo. Con base a los resultados estadísticos obtenidos no se encuentra correlación significativa entre los hábitos alimentarios y el lugar donde se realizan las compras, esto porque todos los valores muestran ser mayores a 0.05, por lo tanto, no se rechaza la hipótesis nula y así que se demuestra que las variables son independientes.

Tabla 21. Relación de la razón que motiva el lugar de compra de los siguientes alimentos y los hábitos alimentarios en el hogar de la población de Parrita, 2023.

Hábitos alimentarios	Razón que motiva el lugar de compra (Valor p)			
	Cercanía al hogar	Aspecto económico (precios, promociones, etc.)	Variedad de productos	Otros aspectos (publicidad, fama u otros)
Hábitos alimentarios regulares o buenos	0.57	0.99	0.62	0.99
Producto utilizado para endulzar				
Azúcar	0.003	0.001	0.46	0.99
Edulcorante no calórico, miel de abeja, tapa de dulce, otros o ninguno.	0.32	0.31	0.82	0.99
Grasa utilizada para la cocción de los alimentos	0.62	0.53	0.69	0.99
Persona que prepara los alimentos	0.99	0.94	0.81	0.99
Métodos de cocción				
Frito	0.044	0.40	0.33	0.99
Hervido	0.000	0.41	0.014	0.39
Al horno, al vapor, asado u otro	0.78	0.48	0.21	0.99

Se encuentra que en la *Tabla 21* sobre la relación de la razón que motiva el lugar de compra de los alimentos y los hábitos alimentarios se muestran las categorías del producto utilizado para endulzar y el método de cocción, esto para poder visualizar de mejor manera las relaciones de cada uno. De esta manera se puede ver que los datos arrojan que dentro de las relaciones más representativas están la cercanía al hogar como razón para elegir donde comprar y el azúcar como producto utilizado para endulzar teniendo una correlación significativa ($p=0.003$), de igual manera el aspecto económico tiene una correlación significativa con el uso de azúcar como endulzante ($p=0.001$), así que sus variables son dependientes.

Del mismo modo los métodos de cocción tienen una relación significativa con la cercanía al hogar como razón para elegir donde comprar, específicamente el método de cocción frito ($p=0.044$) y el método hervido ($p=0.000$) teniendo valores menores a 0.05. Además, el método de cocción hervido también tiene una correlación significativa ($p=0.014$) con la variedad de productos como razón para elegir donde comprar.

Por otro lado, para los demás hábitos alimentarios y su relación con la razón para elegir el lugar de compra se obtienen valores mayores a 0.05 lo que quiere decir que no se rechaza la hipótesis nula y las variables son independientes porque no hay suficiente evidencia para concluir que las variables están asociadas.

**CAPÍTULO V: DISCUSIÓN E INTERPRETACIÓN DE LOS
RESULTADOS**

5.1. DISCUSIÓN E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

En este capítulo se realiza la discusión e interpretación de los resultados obtenidos en la investigación.

5.1.1 Características sociodemográficas

Dentro de las características sociodemográficas encontradas en la investigación realizada en hogares del cantón de Parrita, se tiene que tiende a predominar la población de sexo femenino. Si lo relacionamos con base a la estimación de población y de vivienda 2022 del (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2023) se encuentra que la cantidad de población según el sexo es a la inversa, ya que la cantidad total de hombres es mayor que la cantidad de mujeres en el cantón de Parrita, sin embargo, su diferencia es muy poca, para ese momento las personas de sexo masculino eran 10.093 y las del sexo femenino eran 9975.

Por otra parte, las edades en las que se encuentra la población son mayormente entre los 18 a 39 años, además el que presenta una menor cantidad de personas son las edades mayores a 40 años. Como lo respalda el Anuario Estadístico 2020-2021 del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2022) la mayor población está entre edades de 25 a 34. Para Parrita se encuentra que el grupo de edad con más población va desde los 25 hasta los 39 años. Disminuyendo la cantidad de población entre más alta sea la edad, a partir de los 40 años la población general va descendiendo. Además, hay un 6.1% de población adulta mayor de 65 años.

Con base al nivel de escolaridad se tiene que principalmente la población tiene universidad incompleta, seguido de la secundaria completa. En el último Censo Nacional de Población

realizado y publicado en 2011 hay un 41.7% de la población con secundaria y más. De la misma forma de acuerdo con la base de datos Encuesta de Hogares Costa Rica 2014 del Centro Centroamericano de Población según el nivel de escolaridad de la población con edades de los 18 a los 65 años la mayoría tiene secundaria técnica completa o universidad incompleta. Sin embargo, para el último Censo Nacional de Población y Vivienda que se realizó en el 2011, para la población de Parrita la mayor parte de la población solo cuenta con primaria completa, con un alfabetismo del 95% de la población (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2011). Hay que tomar en cuenta que estos datos probablemente hayan variado en los últimos años desde que se realizó este censo.

Por parte del estado civil, la mayoría se encuentra en un estado civil de casado (a). En Costa Rica se encuentra que para la Encuesta de Hogares Costa Rica 2014 la mayor parte de la población se encuentra casada o soltera, esto también se demuestra para el rango de edad que va de los 18 a los 40 años, sin embargo en estos rangos de edad también se encuentra una gran cantidad de personas en unión libre, lo que también se encuentra en los resultados de la investigación como uno de los estados civiles que presenta la población de Parrita (Centro Centroamericano de Población, 2014). De igual manera el Censo Nacional del 2011 muestra que un 55.3% de la población del cantón de Parrita se encuentra casada o en unión libre (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2011).

En cuanto a la cantidad de personas que viven en el hogar, la mayoría de los hogares están compuestos por tres o cuatro personas. Como lo afirma el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2022) en el Cantón de Parrita para el 2022 hay un total de 9897 viviendas, dando un

promedio de ocupantes en viviendas de casa independientes de 3.1 personas por hogar. De igual manera lo rectifica el Censo Nacional del 2011 donde el promedio de personas por vivienda era de 3.3 personas.

5.1.2 Compra de alimentos

Como parte de las necesidades básicas de todo ser humano está la alimentación y para poder solventar esta necesidad hay que realizar una selección de los alimentos, por lo tanto, con base a esto se genera la compra de los alimentos. Esta acción conlleva varias características las cuales se van a discutir a continuación.

Como primer punto para realizar una compra de alimentos se tiene el rango de presupuesto que asigna la población, para el cantón de Parrita en estudio se obtiene un amplio rango que va desde los 56,000 a los 210,999 colones, sin embargo, el mayor porcentaje se obtiene en el rango que va de los 185,000 a los 210,999 colones. Según la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares 2018 el promedio de gasto total por hogar en Costa Rica fue de 998,792 colones mensuales. De estos el gasto de consumo el cual se refiere a la adquisición de bienes y servicios para atender las necesidades y gustos, este representa el peso más importante, con un valor promedio mensual de 579,148 colones por hogar (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2019).

Vinculado a lo anterior se desprende el gasto por alimentos y bebidas no alcohólicas de 138,098 colones mensuales los cuales se encuentran dentro del rango de presupuesto general que se obtiene de los resultados, aunque este gasto puede haber aumentado con los años. Ahora el gasto

per cápita es de 48,840. De esta manera se puede ver que dependiendo de la cantidad de personas en el hogar este presupuesto puede variar, por esta misma razón es que el rango se amplía.

Al mismo tiempo si se centra en el Pacífico Central el gasto sería en promedio de 119,857 en alimentos y bebidas no alcohólicas (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2019)

Aunado a esto se encuentra la canasta básica de los alimentos, ya que de acuerdo con la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares y otros parámetros es que se realiza el ajuste a la canasta básica. Para el 2023 según la Secretaría Ejecutiva de Planificación Sectorial Agropecuaria (2023) el costo mensual de la CBA en julio 2023 alcanzó los 58,390 colones per cápita, así que como se mencionó anteriormente el presupuesto asignado también varía dependiendo de la cantidad de personas que vivan en el hogar.

Además, cabe resaltar que CID Gallup realizó una encuesta de opinión pública en Latinoamérica donde se obtuvo que Costa Rica es el país con un mayor porcentaje de hogares (64%) que reportaron siempre tener dinero para comprar comida a su familia (CID Gallup, 2022).

Por otro lado, como otro punto a discutir está la persona que realiza la mayoría de las compras de alimentos en el hogar, en donde se encuentra que la persona encargada de las compras está mayormente representada por la madre, seguido de ambos padres. En Costa Rica los hogares mayormente tienen a un hombre como jefe de hogar, para Parrita el 77% los jefes de hogar son hombres (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2011). Si bien es cierto que el encargado del hogar es un hombre, esto no quiere decir que este sea el que realice las compras en el hogar.

Dentro de este marco Van Droogenbroeck & Van Hove (2020) realizaron un estudio sobre la asignación de tareas dentro del hogar en las compras de alimentos en donde concluyeron que efectivamente las compras siguen siendo un mundo de mujeres, en estos hogares se percibe al papel de la mujer como el principal responsable en la compra de los alimentos. De igual manera Bergel Sanchís et al. (2017) encontraron en su investigación que el miembro de la familia que se encargaba de la compra de alimentos, la que presentó mayor porcentaje fue la madre. Confirmando así que el papel de la mujer, la madre en la familia es la que en la mayor parte de los hogares se encarga de las compras de alimentos. Por otra parte, cuando las compras las realiza otra persona no familiar el porcentaje se reduce sustancialmente.

El siguiente punto que se abarca son los hábitos que realiza la población al comprar alimentos. De las evidencias encontradas se obtiene que los hábitos que mayormente realiza la población al realizar compras son ir a la alacena para saber si ya tiene un alimento para no comprarlo, buscar ofertas, promociones, etc. y antes de comprar hace una lista de los alimentos que va a comprar.

Se ha encontrado que los consumidores buscan más las ofertas, todo esto para evitar el cambio en los productos que consume y reducir el gasto en alimentación. El aumento en la búsqueda de ofertas muestra una estrategia para el ahorro y adaptación a las condiciones económicas actuales. Esta tendencia puede tener un impacto en cómo las empresas y los comerciantes ofrecen productos y servicios para satisfacer las necesidades y prioridades cambiantes de los consumidores (Mesa Participación Asociaciones de Consumidores, 2023).

Todo lo contrario, el observar las etiquetas con la información nutricional de los productos es un hábito que la población de Parrita no suele realizar. Aunque no en todos los estudios son

estos los resultados que se obtiene, ya que una encuesta sobre hábitos de compra y consumo realizado en España dice lo contrario acerca del etiquetado ya que sus resultados apuntan a que las personas han recuperado el interés por el etiquetado, dado que el 85% de los encuestados asegura leerlo y de ellos casi la mitad dice hacerlo habitualmente, en su gran mayoría por considerar útil la información (Mesa Participación Asociaciones de Consumidores, 2023).

En cuanto a la frecuencia en la que en el hogar acostumbran a comprar los alimentos, se encuentra que en general la población suele compra semanal o quincenalmente, esto también dependiendo el tipo de alimento que deseen comprar. La Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares 2013 afirma que el 80% de los hogares realiza compras grandes, de estos 22,7% compra semanalmente, 41.6% compra quincenalmente, 31.3% lo hace mensualmente y 4.4% lo hace en otra frecuencia (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2013).

Acercas del lugar donde realizan las compras, la mayoría se realizan en supermercados. Tal como lo muestra la Mesa Participación Asociaciones de Consumidores (2023) el supermercado sigue siendo el lugar preferente de compra para la mayoría de los consumidores. Al igual que Criollo et al. (2022) lo afirma, la mayoría de las familias adquieren sus alimentos en supermercados o mercados.

Otro punto por aparte es la razón principal que los motiva a elegir el lugar de compra, en donde el aspecto económico y la variedad de productos son los dos aspectos más relevantes. Así como lo muestra Bergel Sanchís et al. (2017) el criterio que predominó en relación con la elección de los alimentos fue el precio, seguido de la marca. En las decisiones de compra, el factor precio

aparece por encima de la calidad, algo que no sucedía en años anteriores, al igual que la cercanía ha sido fundamental a la hora de elegir establecimiento.

La situación económica ha llevado a la población a plantear buscar establecimientos que ofrezcan precios más bajos. El aspecto económico es especialmente importante en el entorno rural por la existencia de un colectivo vulnerable, como el de los mayores que necesitan de una alimentación lo más saludable posible. También lo es para los jóvenes y los hogares donde solo habita una persona que deben afrontar la situación con un solo salario. (Mesa Participación Asociaciones de Consumidores, 2023). Si el presupuesto asignado a la alimentación disminuye, el factor económico se vuelve uno de los más determinantes para la adquisición de alimentos (Criollo et al., 2022).

En cuanto a la frecuencia de compra en la que se compran algunos alimentos se encuentra que la mayoría de estos se compran siempre o casi siempre. Los que son comprados con menos frecuencia son las bebidas procesadas azucaradas, los pescados y mariscos frescos, los snacks, las semillas, los dulces, y por último las bebidas alcohólicas sin embargo esto no quiere decir que no se compren solo que no lo hacen tan seguido.

Los consumidores o las personas que compran consideran que los tres hábitos más importantes para cuidar su dieta son los de beber agua, consumir fruta y verdura diariamente o reducir la cantidad de sal, azúcar y grasas saturadas, por esta razón en algunos casos disminuye la compra de alimentos dulces o con un alto contenido de grasa. Además, hay una cierta reducción en la adquisición de productos frescos, principalmente en pescado (Mesa Participación Asociaciones de Consumidores, 2023), en el caso de la población de Parrita el pescado y los mariscos frescos

son los que menos se consumen en relación a las proteínas, esto en parte es por el precio de este producto.

Según la Mesa Participación Asociaciones de Consumidores, (2023) los alimentos que se consumen en mayor cantidad son los carbohidratos como cereales, leguminosas y tubérculos. Con base a la proteína es el pollo, la carne de res, los huevos, etc. y los embutidos son consumidos porque les agrada su sabor y son fáciles de preparar. La calidad y las preferencias personales siguen teniendo un peso importante a la hora de elegir un producto de alimentación.

Como punto relevante dentro de las compras está el hecho de que los consumidores han seguido adaptándose a las nuevas tendencias, en parte por el cambio que se dio a raíz del COVID y las restricciones de la pandemia, dando paso a una nueva manera en que se realizan las compras y que cada vez son más los que valoran positivamente este método; de esta forma llega la compra en línea de productos de alimentación, hay quienes aseguran que utilizan o utilizarán este canal, que les atrae, principalmente, por su comodidad y, nuevamente, por las ofertas y el precio que en él encuentran (Mesa Participación Asociaciones de Consumidores, 2023).

A pesar de que las restricciones de la pandemia ya se eliminaron, aún quedan algunos hábitos de compra que se tuvieron que adaptar para ese momento, por esta razón hay una parte de la población que sigue utilizando las compras en línea. La población cada vez se siente más comfortable con las nuevas tecnologías porque cree que facilitan el acto de compra y que también se sienten influidos, tanto para comprar un producto concreto en un local como para dejar de hacerlo, por la información que recibe de las redes sociales. La evolución de las tendencias en las preferencias hacia las compras en línea puede atribuirse a una combinación de factores

económicos, sociales, tecnológicos y sostenibles. Las personas están buscando experiencias de compra más personalizadas, convenientes y alineadas con sus valores, y estas tendencias continuarán siendo moldeadas por la evolución de la tecnología y las condiciones socioeconómicas (Mesa Participación Asociaciones de Consumidores, 2023).

5.1.3 Hábitos alimentarios

Es fundamental que cada país o región conozca los hábitos alimentarios de su población. Estos abarcan los alimentos frecuentemente consumidos, las preferencias, los patrones alimentarios y las prácticas culinarias propias de cada grupo (Guevara Villalobos et al., 2019). Para el 2019 hay muy pocos estudios sobre los hábitos alimentarios de la población costarricense en general, más allá de lo arrojado en la Encuesta Nacional de Nutrición del año 1996 y de la última Encuesta Nacional de Nutrición (2008-2009) realizada en el país, en la que solo se publicaron los datos referentes al estado nutricional según antropometría y macronutrientes, por lo que existe un vacío de información sobre el consumo habitual de alimentos de la población costarricense (Guevara Villalobos et al., 2019).

Entonces para conocer un poco acerca de los hábitos alimentarios, enfocados principalmente en la población del cantón de Parrita, se abordan diversas características, dentro de las cuales la primera son los tiempos de comida.

Los tiempos de comida que realizan entre semana y los fines de semana son principalmente el desayuno, el almuerzo y la cena en este orden de importancia. Las meriendas son las que menos se realizan, habiendo personas que incluso no las realizan. De acuerdo con Criollo et al. (2022) las personas que permanecen más tiempo en el hogar su número de tiempos de comida son

mayores, teniendo de 4 a 6 tiempos. Así mismo Guevara Villalobos et al. (2019) reportan los mismos resultados, mostrando que el desayuno, almuerzo y cena son los más consumidos, las meriendas son las que menor porcentaje presentan. Además, se encuentra que el desayuno se realizó con más frecuencia a mayor edad y la merienda de la tarde fue realizada con más frecuencia por las mujeres.

En cuanto al método de cocción más utilizado para la preparación de los alimentos el hervido y el frito son los métodos con mayor uso. Para alimentos como el chayote y la papa se utiliza hervido; el huevo, plátano y el pescado utilizan el frito. De igual manera son los dos métodos utilizados para la preparación de res o cerdo. Según Criollo et al. (2022) en su investigación se encuentra que su principal método para preparar alimentos es el cocido o hervido porque lo perciben como más natural y agradable. Para evitar problemas de salud se debe limitar el consumo de alimentos horneados o fritos, así como de aperitivos y alimentos envasados como rosquillas, tortas, tartas, galletas, bizcochos y barquillos que contengan grasas trans de producción industrial (Organización Mundial de la Salud, 2018).

Con base a la persona que prepara los alimentos en el hogar la mayoría de la población, preparan ellos mismos su propia comida, si lo relacionamos con el sexo de los encuestados se obtiene que la mujer es la que prepara los alimentos en el hogar. Al igual que lo muestra Bergel Sanchís et al. (2017) en relación con el miembro de la familia encargado de la preparación de las comidas, la madre presentó la mayor frecuencia, seguida del padre y otros miembros de la familia.

Por otro lado, el aceite vegetal es la grasa más utilizada para preparar las comidas. Según la Organización Mundial de la Salud el consumo de grasas debe ser menos del 30% de la ingesta calórica diaria. Las grasas no saturadas como lo son las presentes en pescados, aguacates, frutos secos y en los aceites de girasol, soja, canola y oliva son una mejor opción de consumo. Por el contrario, las grasas saturadas que están presentes en la carne grasa, la mantequilla, el aceite de palma y de coco, la nata, el queso, la mantequilla clarificada y la manteca de cerdo; y las grasas trans de todos los tipos, en particular las producidas industrialmente que se pueden encontrar en pizzas congeladas, repostería, aceites de cocina son las que se deben restringir su consumo. Por lo tanto, se sugiere reducir la ingesta de grasas saturadas a menos del 10% de la ingesta total de calorías (Organización Mundial de la Salud, 2018).

Aunado a esto si el consumo de grasa se controla puede contribuir a prevenir el aumento insalubre de peso entre la población adulta. De esta manera para reducir la ingesta de grasas se puede realizar algunos hábitos como cocinar al vapor o hervir, en vez de freír. Como se vio anteriormente la población suele utilizar el método de cocción frito y hervido principalmente lo que lo relaciona con el consumo de grasas (Organización Mundial de la Salud, 2018).

También se puede reemplazar algunos tipos de grasa como la mantequilla, la manteca de cerdo y la mantequilla clarificada por aceites ricos en grasas poliinsaturadas, como los de soja, canola, maíz, cártamo y girasol (Organización Mundial de la Salud, 2018)

Mientras tanto el consumo de alimentos ya preparados, comprados como lo son casados, pizza, hamburguesas, pollo frito, etc, que se suelen pedir a domicilio o consumir fuera de casa se suelen consumir algunas veces al mes, lo que demuestra que no es tan concurrente. En tal sentido se

encuentra que las personas tienen problemas económicos que pueden afectar a su nutrición o sus hábitos de consumo de alimentación, en este caso en las comidas fuera del hogar. La población ha tenido que realizar ajustes en su economía por diferentes situaciones económicas, teniendo que prescindir de comidas fuera de su casa, sustituyéndolas por comida llevada desde el hogar en caso del entorno laboral (Mesa Participación Asociaciones de Consumidores, 2023).

Con base al consumo de productos para endulzar las bebidas, el mayor producto utilizado es el azúcar, utilizando de 1-2 cucharaditas. Se entiende por azúcares libres todos aquellos que los fabricantes, cocineros o consumidores añaden a los alimentos o las bebidas, así como los azúcares naturalmente presentes en la miel, los jarabes, los zumos y concentrados de frutas. De acuerdo con el Organización Mundial de la Salud (2018) se debe limitar el consumo de azúcar libre a menos del 10% de la ingesta calórica total, para obtener mayores beneficios se recomienda reducir su consumo a menos del 5%. Esto equivale a 60 gramos o unas 12 cucharaditas rasas en el caso de una persona con un peso corporal saludable que consuma aproximadamente 2000 calorías al día.

El exceso de alimentos y bebidas con un alto contenido en azúcares también contribuye al aumento insalubre de peso, que puede dar lugar a sobrepeso y obesidad. Algunas pruebas científicas revelan que los azúcares influyen en la tensión arterial y los lípidos séricos, y sugieren que una disminución de su ingesta reduce los factores de riesgo de enfermedades cardiovasculares (Organización Mundial de la Salud, 2018).

Algunos cambios que se deben hacer para reducir la ingesta de azúcar son limitar el consumo de alimentos y bebidas con alto contenido de azúcares, como lo son los aperitivos, bebidas

azucarados y golosinas. También se debe comer, como tentempiés, frutas y verduras crudas en vez de productos azucarados (Organización Mundial de la Salud, 2018).

Por otra parte, el uso de sal demás a los alimentos ya servidos en la mesa es muy bajo, la población no suele agregar sal a las comidas después de servidas. Del mismo modo la Organización Mundial de la Salud (2018) declara que se tiene que mantener el consumo de sal por debajo de 5 gramos o una cucharadita diarios que son equivalentes a menos de 2 g de sodio por día, esto ayuda a prevenir la hipertensión y reduce el riesgo de cardiopatías y accidente cerebrovascular entre la población adulta.

Se conoce que la mayoría de la gente consume demasiado sodio a través de la sal y no consume suficiente potasio. Un consumo elevado de sal e insuficiente de potasio contribuye que se den los riesgos mencionados anteriormente (Organización Mundial de la Salud, 2018).

Agregando a lo anterior la Organización Mundial de la Salud (2018) menciona que muchas veces la gente no sabe cuánta sal consume. En muchos países, la mayor parte del consumo de sal proviene de alimentos procesados como los platos preparados, carnes procesadas tales como tocino, jamón, salame, queso, sin embargo, según con los hábitos de la población encuestada estos alimentos no son elevados. La sal también se añade a los alimentos cuando se cocinan como los caldos, concentrados de caldo de distinto tipo, salsa de soja y salsa de pescado o en el lugar en que se los consume como la sal de mesa.

Para reducir el consumo de sal se recomienda que limite la sal y los condimentos con alto contenido de sodio como salsa de soja, salsa de pescado y caldo al cocinar y preparar alimentos; además no se debe poner en la mesa sal ni salsas ricas en sodio; también se tiene que limitar el

consumo de snacks salados; y elegir productos con menor contenido de sodio es una mejor opción (Organización Mundial de la Salud, 2018).

Ahora, siguiendo con la línea de los hábitos alimentarios, está la frecuencia de consumo la cual está relacionada con el estilo de vida, las costumbres, la disponibilidad de horarios y la disponibilidad de lugares para comprar, en los que debemos trabajar si queremos promover la transición hacia hábitos más saludables (Mesa Participación Asociaciones de Consumidores, 2023). En cuanto a los alimentos que consumen la población de Parrita con más frecuencia son las harinas, las carnes, los huevos, los condimentos y las leguminosas. Otros consumidos con menos frecuencia son los vegetales harinosos, los vegetales no harinosos y los alimentos ricos en grasa. Por último, los menos consumidos son los snacks, las comidas rápidas, los dulces, bebidas alcohólicas, bebidas procesadas azucaradas y pescado.

De acuerdo con la Mesa Participación Asociaciones de Consumidores (2023) el consumo diario de carne está aumentando, se mantuvo la ingesta diaria de pescado, pero se redujo a 2-3 veces por semana, el consumo diario de verduras se da 2-3 veces por semana. Se observa un incremento de ingesta diaria de frutas, legumbres y productos lácteos, además de un mayor consumo de alimentos procesados y bebidas bajas en alcohol.

En un estudio sobre los hábitos alimentarios de la población urbana costarricense encontraron que el consumo diario promedio de los grupos de alimentos de la población de estudio por sexo, las mujeres tuvieron únicamente un consumo diario promedio mayor de vegetales no harinosos, té y agua dulce. Para la cena los grupos de alimentos más consumidos fueron similares a los del almuerzo tales como el arroz blanco, las bebidas con azúcar y las leguminosas. Los hombres

consumieron más arroz blanco y leguminosas en comparación con las mujeres. Asimismo, el arroz blanco fue más consumido por los participantes de nivel socioeconómico bajo (Guevara Villalobos et al., 2019).

En ese mismo estudio se pudo observar que el patrón alimentario de la población era un poco variado. Los componentes del plato típico llamado “casado” siguen siendo los más consumidos en el almuerzo y en la cena, pero no se consumían suficientes leguminosas, frutas, verduras y pescado, y en cada comida había bebidas azucaradas. En relación con las leguminosas, el consumo diario promedio fue inferior a la media taza recomendada en las Guías Alimentarias para Costa Rica. Además, se reportó un consumo diario promedio insuficiente de frutas y vegetales no harinosos en comparación con la recomendación de las Guías Alimentarias para Costa Rica (Guevara Villalobos et al., 2019).

Con respecto a los pescados y mariscos, se tuvo un consumo promedio diario menor a lo recomendado por la Asociación Americana del Corazón para la prevención de las enfermedades crónicas, especialmente las cardiovasculares. Este resultado respalda las observaciones del 2015, cuando la mayoría de los hogares costarricenses reportaron consumir pescado solamente una vez al mes. El motivo principal de su bajo contenido en la dieta es el elevado coste económico (Guevara Villalobos et al., 2019). Sin embargo, el Ministerio de Salud Pública (2013) observó prevalencias más altas de consumo de gaseosas y otras bebidas, comida rápida y snacks.

Se ha encontrado en algunos estudios que presentar un consumo excesivo de carbohidratos que supera la recomendación máxima establecida puede llevar a la obesidad y padecer enfermedades cardiovasculares (Ministerio de Salud Pública, 2013).

Como último punto sobre los hábitos alimentarios esta la escala de evaluación realizada a la población donde se obtiene que las personas entrevistadas tienen hábitos alimentarios regulares. Según Guevara Villalobos et al. (2019) diversas organizaciones mundiales coinciden en que los principales factores que promueven el exceso de peso y la aparición de las enfermedades crónicas son el sedentarismo y los malos hábitos alimentarios. En los últimos años, la estructura dietética de muchos países, especialmente los de ingresos bajos y medios, ha cambiado significativamente hacia una dieta rica en carbohidratos refinados, azúcares, grasas y alimentos de origen animal y baja en ácidos grasos poliinsaturados y fibra. Sin embargo, esta transición es diferente para cada grupo poblacional, ya que está determinada por una serie de factores relacionados con el entorno social y físico, la cultura, la religión, el nivel socioeconómico, la edad y el género.

5.1.4 Relación de las compras de alimentos y los hábitos alimentarios

Por lo que se refiere a la relación estadística obtenida de los resultados, con base a las compras de alimentos y los diferentes hábitos alimentarios, se encuentra que en general el tener buenos o regulares hábitos alimentarios no se relaciona con la adquisición de los alimentos. Sin embargo, es necesario mencionar que si se determinaron algunas relaciones entre otros hábitos alimentarios no incluidos en la escala de evaluación y la compra de alimentos. Dado esto se mostrará a continuación las relaciones que se descubrieron.

Para iniciar se muestra una relación entre el no utilizar ningún endulzante para las bebidas y el presupuesto de 30,000 a 55,999 colones para la compra de alimentos en el hogar. Como se mencionó en el análisis del presupuesto los rangos pueden ser similares al que se reporta como costo de la canasta básica, además dentro de los alimentos incluidos hay varios relacionados con endulzantes como azúcar blanco, miel de abeja, tapa de dulce, etc. Otra relación vinculada al presupuesto anterior es el uso de aceite vegetal para cocinar.

Con relación a lo anterior se puede deducir que el presupuesto se relaciona también al nivel socioeconómico que se tenga y esto puede implicar el consumir o no un producto. En relación con el azúcar en esta investigación el no uso de producto para endulzar se relaciona a un bajo presupuesto o nivel socioeconómico. Sin embargo muchas investigaciones muestran lo contrario, Gómez-Salas et al. (2019) en su investigación encontraron que el consumo de azúcar no se asoció con el nivel socioeconómico ni educativo, aunque otras investigaciones reportan direcciones tanto inversas como directas entre esos. Se encontró que las mujeres, las personas de bajo nivel socioeconómico y el grupo de 50 a 65 años, el café, el té y las infusiones son su principal fuente de azúcares añadidos (Gómez-Salas et al., 2019).

Otro estudio demostró que el azúcar añadido a las bebidas fue mayor en el estrato socioeconómico medio-bajo que en el alto (Cárdenas Sánchez et al., 2019). Mostrando así que el aspecto económico si se relaciona con el consumo de azúcares. De igual manera en un estudio realizado en Argentina se aprecia un consumo superior de bebidas azucaradas, de origen comercial o casero en la población con un nivel socioeconómico bajo (Kovalskys et al., 2020). El azúcar es más consumido entre los niveles socioeconómicos más bajos y en edades más jóvenes (Wallinger et al., 2023).

Además, en México con base al caso de los azúcares y las grasas, que contienen un alto contenido energético y un valor nutricional mínimo, los patrones de consumo son muy similares en todos los niveles socioeconómicos bajo-medio y nivel de escolaridad. Estos alimentos tienen la característica de ser muy utilizados en preparaciones, su consumo no es dosificado y se consumen en grandes cantidades, lo que los convierte en un alimento de gran demanda en la población de bajos recursos. Este no es el caso de las personas de estatus social más alto, el cual tienen un mejor nivel económico, estos adquieren o consumen menor cantidad de azúcar. Esto puede estar influenciado por el conocimiento adquirido sobre los efectos de comer grandes cantidades de estos alimentos (Carrasco-Quintero et al., 2023).

Cabe señalar que esta diferencia puede explicarse por la influencia de factores socioeconómicos, culturales y antropológicos (Gómez-Salas et al., 2019) educacionales y de acceso económico que influyen en el comportamiento alimentario de la región (Kovalskys et al., 2020). Por lo que, aunque muchos estudios demuestran que cuando una población es de bajos recursos, con un presupuesto de compra bajo es más común que consuma más azúcar, puede haber excepciones. Algunas de estas excepciones son padecer de diabetes tipo 2, no agregar azúcar a las bebidas, pero si consumir productos con contenido alto de azúcares o priorizar la compra de otros alimentos con el poco presupuesto asignado. En Argentina la población con mayor vulnerabilidad social evaluada por nivel socioeconómico presenta un menor consumo de frutas, vegetales y lácteos, y un mayor consumo de bebidas con azúcar, pan y productos de bollería en comparación con los individuos de nivel social más privilegiado, esto por tener un menor costo (Kovalskys et al., 2020).

Por esta razón Guevara Villalobos et al. (2019) determina que, a juzgar por las diferencias de nivel socioeconómico, las personas con niveles socioeconómicos más bajos consumen más café en el desayuno y más arroz blanco en la cena. Esto podría deberse al limitado acceso a los alimentos disponibles para estos participantes, lo que afecta la variedad de productos consumidos en casa, lo mismo ocurre con el consumo de azúcares y grasas.

Según la última Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares, el gasto de consumo mensual per cápita en alimentación de los hogares de mayores ingresos fue casi tres veces al de los hogares de menores ingresos. Como resultado, los hogares más pobres suelen consumir alimentos baratos como pan y cereales, principalmente arroz, pasta y galletas saladas, pero con menor frecuencia frutas, verduras, legumbres y pescado. Otros factores que afectan el consumo de alimentos entre las personas de bajos ingresos incluyen la falta de conocimientos sobre cuestiones nutricionales, la apatía hacia la información sobre prevención nutricional y el tiempo limitado para comprar y cocinar (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2019, Guevara Villalobos et al., 2019).

Por otro lado, existe una relación cuando la persona que realiza las compras es la madre con que la persona encuestada sea la que prepara los alimentos o que sea alguien de la familia. Lo mismo sucede cuando las compras las realizan ambos padres. También se debe incluir que cuando el que realiza las compras es una persona no familiar la persona que prepara los alimentos es alguien fuera de la familia, estos casos normalmente ocurren cuando se tiene un empleado que se encarga de estas actividades.

Considerando que la población en la investigación es mayormente del sexo femenino y la persona que cocina en el hogar es la persona encuestada, esto quiere decir que la mujer es la encargada de hacer las compras y cocinar, incluso si las compras las realizan ambos padres el hombre se dedica a proporcionar el dinero y la mujer es la que selecciona los productos. Así como lo demuestra Bergel Sanchís et al. (2017) en cuanto a la participación de diversos integrantes en actividades relacionadas con la alimentación, se observó que las madres son las principales responsables de comprar y preparar los alimentos, lo que demuestra que, si bien las mujeres han ingresado al espacio público en busca de trabajo, siguen siendo principalmente responsable de las tareas de cuidado del hogar.

Con respecto a observar las etiquetas con la información nutricional de los productos y la búsqueda de ofertas, promociones, etc., parece relacionarse con el consumo de azúcar. Lo que quiere decir que las personas que normalmente observan las etiquetas nutricionales y busca ofertas, utilizan azúcar ya que este es el endulzante que utiliza la mayor parte de la población.

En México un porcentaje de la población no lee la información nutricional (44.1%) y la otra parte no lo usa al momento de elegir los alimentos (66.4%), a pesar de estar entre los más conocidos. Aunado a esto, se torna preocupante que, como en otras problemáticas de salud, los grupos más vulnerables y de menores recursos sean los más afectados (Tolentino-Mayo et al., 2018).

Se ha llegado a encontrar que esto se debe a que el etiquetado no ayuda a las personas a tomar decisiones más saludables, principalmente porque es un esquema complejo que requiere habilidades de alfabetización y matemáticas para lograr entenderlo. Las personas también

necesitan ser capaces de aplicar comprensión de lectura y resolver operaciones matemáticas para saber si superaron las recomendaciones y, por tanto, si su consumo es saludable o no (Tolentino-Mayo et al., 2018). Si la persona tiene un nivel educativo bajo y presenta un bajo presupuesto no va a tomarse el tiempo de leer o no puede entender la información descrita en la etiqueta nutricional; por lo que su búsqueda de productos se basa en el precio.

En otros países del mundo con niveles educativos superiores se han introducido etiquetas más fáciles de entender para las personas basadas en esquemas más simples para determinar el valor nutricional de los productos. El más utilizado es el sistema de etiquetado frontal de advertencia (la etiqueta octágono), que permite a los consumidores identificar alimentos con alto contenido energético, azúcar, grasa y sal de una manera muy sencilla en cuestión de segundos (Tolentino-Mayo et al., 2018).

Una manera de consumir azúcares está relacionada con el consumo de bebidas con alto contenido de azúcar las cuales se encuentran de manera sencilla y con gran variedad en el país. Al comparar el contenido de azúcares de diferentes bebidas no alcohólicas comercializadas en Argentina y Costa Rica se encontró que en Costa Rica predominaron las bebidas azucaradas, de las cuales la mayoría tuvo contenidos de azúcares por encima del valor diario recomendado por la OMS (Guevara Villalobos et al., 2019). Si estas bebidas están en oferta y la población no se interesa por revisar la etiqueta del producto se da un gran consumo de azúcares.

El exceso de azúcar el cuerpo hace que se acumule en forma de grasa y entre al torrente sanguíneo, donde puede provocar afecciones como diabetes y trastornos neurológicos (Pereira-Chaves & Salas-Meléndez, 2017). El consumo elevado de azúcar se asocia con una menor

ingesta de micronutrientes esenciales y una menor calidad nutricional. Además, se asocia con un mayor riesgo de aumento de peso y el desarrollo de enfermedades secundarias, incluida la diabetes tipo 2 y las enfermedades cardiovasculares (Gómez-Salas et al., 2019).

Bergel Sanchís et al. (2017) encontraron que a la hora de comprar alimentos el aspecto precio es el más significativo, lo que lleva a las personas a buscar mejores ofertas o promociones y no basarse tanto en la calidad o aporte nutricional que pueda proporcionar.

Por lo que se refiere a la cercanía al hogar y el aspecto económico como razón para elegir donde comprar se encuentra una relación con el uso de azúcar. Asimismo, se presenta una relación de la cercanía al hogar con los métodos de cocción hervido y frito.

Para Kovalskys et al. (2020) el costo del alimento no es la única limitante de la calidad de la dieta en las poblaciones más vulnerables: el nivel educativo de la población, sus costumbres y tradiciones, y el acceso físico a los alimentos más saludables son factores determinantes. Así pues, se deduce que no solo el aspecto económico, sino también el cómo trasladarse al lugar de compra pueden ser parte de las decisiones que se toman a la hora de la compra.

La población de bajos recursos, no solo presenta un bajo presupuesto de compra, tampoco suele tener un medio para poder movilizarse a un lugar más lejano para comprar sus alimentos, por lo que presentan preferencia en la cercanía al hogar para elegir el lugar de compra. Además, suelen ser poblaciones con un bajo nivel educativo lo que lleva a tener menos conocimiento sobre elecciones de alimentación saludable, por lo tanto, suelen elegir preparaciones fritas o hervidas. De acuerdo a Fontes et al. (2020) las personas de mayor nivel socioeconómico tienen

conocimientos nutricionales adicionales e información sobre prevención en nutrición, y esto favorece a la elección de alimentos saludables en comparación a las personas de bajos recursos.

Relacionado con lo anterior también se encuentra un relación entre los métodos de cocción y los que realizan las compras semanal y quincenalmente. Esto se debe a que depende de cuando se obtenga el dinero para la compra de alimentos y el presupuesto asignado. Las personas de bajos recursos no obtienen dinero fácil o frecuentemente por lo que no puede realizar compras tan concurrentes, además al no tener conocimiento sobre la alimentación prefieren cocinar frituras o hervidos siendo estos los métodos más sencillos de utilizar. Según el Instituto Nacional de Estadística y Censos (2013) depende del tipo de alimento es la frecuencia de compra como ejemplo el pan es un producto que se suele comprar a diario; las grasas, aceites, azúcares, arroz, sal y especias suelen comprarse quincenalmente.

En economías de altos ingresos como Estados Unidos, España y Australia, existe una falta de acceso a alimentos saludables debido a su alto precio, ya que es menos probable que los hogares de bajos ingresos tengan vehículos para comprar comestibles y hay una falta de grandes comercios donde haya productos frescos disponibles en los vecindarios de bajo nivel socioeconómico (Williamson et al., 2020).

En encuestas realizadas sobre las motivaciones para las compras, los consumidores indicaron que, además del sabor, acceso y la conveniencia, el precio de los alimentos es uno de los factores más importantes que influyen en su elección de alimentos. Esto es especialmente cierto para las familias de bajos ingresos. Varios estudios socio antropológicos han demostrado que los precios

de los alimentos tienen una mayor influencia en las decisiones de compra de los grupos de bajos ingresos (Darmon & Drewnowski, 2015).

Los resultados de un estudio muestran que los hábitos alimentarios de la población costarricense entre los 15 y 65 años de edad se caracterizan por un alto consumo de café, panes, arroz blanco y bebidas con azúcar y un consumo insuficiente de leguminosas, frutas, vegetales no harinosos y pescados (Guevara Villalobos et al., 2019).

Del mismo modo en el marco del Día Mundial de la Alimentación, la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), la Organización Panamericana de la Salud/Organización Mundial de la Salud (OPS/OMS) y el Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF), hacen un llamado a la sociedad costarricense para desarrollar y apoyar iniciativas orientadas a mejorar los hábitos alimenticios de la población y facilitar la toma de decisiones informadas por parte de las personas consumidoras (Organización Panamericana de la Salud, 2021). Esto va de la mano con la educación y la proyección del etiquetado nutricional, las ofertas y promociones ofrecidas por los comercios, los alimentos incluidos en la canasta básica, el presupuesto asignado a la alimentación, el ingreso económico de los hogares, si la persona que realiza las compras y la que las prepara conoce sobre una alimentación adecuada, etc.

Promover buenos hábitos alimentarios y analizar sus posibles consecuencias es una excelente oportunidad para la prevención de enfermedades y la promoción de la salud de la población. La mejor forma de conseguir un estado nutricional adecuado es incluir una amplia variedad de alimentos en nuestra dieta diaria y semanal (Pereira-Chaves & Salas-Meléndez, 2017).

CAPÍTULO VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. CONCLUSIONES

Se concluye que no existe una relación estadísticamente significativa entre la compra de alimentos y la escala de evaluación de los hábitos alimentarios. Esto quiere decir que no hay relación si tiene hábitos de alimentación buenos o regulares con las características encontradas sobre la compra de alimentos. Sin embargo, si se encuentra que, si existe una relación entre la compra de alimentos y los demás hábitos alimentarios no incluidos en la escala de la evaluación los cuales son producto utilizado para endulzar bebidas, grasa utilizada para cocinar, persona encargada de preparar las comidas y los métodos de cocción más utilizados.

En relación con las características sociodemográficas, se obtiene una muestra de 95 personas que viven en el cantón de Parrita, representada principalmente por el sexo femenino, casada (o) o soltera (o), con un rango de edad principalmente entre los 18 a los 39 años, con un nivel de escolaridad de universidad incompleta y con hogares que estaban compuestos de 3 a 4 personas.

En lo que corresponde a la compra de alimentos el rango de presupuesto asignado para este fin es variado ya que va desde los 56,000 hasta los 210,000 colones, esto dependiendo de la cantidad de miembros que vivan en el hogar; la persona encargada de realizar las compras está representada por el sexo femenino, siendo en muchos casos la madre la que realiza esta actividad junto con la preparación de los alimentos. Por parte de los hábitos de compra lo que más se destaca es que van a la alacena para saber si ya tiene un alimento para no comprarlo y buscan ofertas. Todo lo contrario, cuando se trata de observar las etiquetas ya que este es el hábito de compra menos realizado, lo que conlleva al consumo de alimentos procesados, altos en azúcares y grasas. Añadiendo a lo anterior la población realiza sus compras semanal o quincenalmente en supermercados, buscando un lugar que ofrezca un mejor precio y variedad de productos.

Por lo que se refiere a los hábitos alimentarios se llega a concluir que se realizan mayormente el desayuno, almuerzo y cena, en el mismo orden de importancia. En cambio, las meriendas son muy poco realizadas, lo puede llevar a un consumo medio-bajo de frutas, vegetales y leguminosas, además de un alto consumo de carbohidratos como las harinas y panes. Los métodos de cocción utilizados son hervido y frito, siendo la mujer encargada de preparar las comidas. La grasa utilizada para cocción es el aceite vegetal y el producto mayormente utilizado para endulzar es el azúcar de 1 a 2 cucharaditas. El uso de sal extra en alimentos servidos en la mesa es mínimo ya que está representado solo con el 6% de los encuestados, esto no quiere decir que no consuman alimentos que tengan un alto contenido de sodio.

La población no suele realizar comidas fuera de casa tan seguido, como se demuestra con los alimentos como los casados, pizza, hamburguesas, pollo frito, etc los cuales se consumen algunas veces al mes. Además de acuerdo con la frecuencia de consumo los alimentos más consumidos son harinas, carnes, huevos, los condimentos y leguminosas. Por el contrario, los menos consumidos son las bebidas alcohólicas y los pescados. Con el fin de obtener un mejor análisis sobre los hábitos alimentarios, se realiza la escala de evaluación en donde se llega a determinar que la mayor parte de los encuestados presentan hábitos de alimentación regulares. Finalmente se encuentra una relación cuando se observa o no las etiquetas con la información nutricional y buscar ofertas con el uso de azúcar. Los dos hábitos de compra mencionados se contraponen ya que nunca o casi nunca se observan las etiquetas de información nutricional y la búsqueda de oferta casi siempre se hace; entonces si un producto está en oferta y no se observa la etiqueta se puede llegar a tomar la decisión de comprarlo, lo que con lleva a consumir productos altos en azúcares y grasas.

6.2. RECOMENDACIONES

- Indagar en próximas investigaciones una comparación con una comunidad más urbanizada con el fin de observar las diferencias en los hábitos de compras en lugares con más opciones de comercios.
- Tomar en cuenta los cambios que se dieron en el consumo por la pandemia, por lo tanto, es necesario ver cuáles son los hábitos de compras y alimentarios que se dieron antes, durante y después de pandemia, esto para conocer si se mantuvo, mejoró o empeoró la alimentación de la población.
- Realizar estudios similares, pero incluyendo otras variables como estado nutricional, estilo de vida y enfermedades crónicas no transmisibles, con el objetivo de lograr resultados más amplios sobre el tema.
- Incluir la variable de las compras en línea, a raíz de la pandemia se dio un auge en las compras por internet, una característica que sigue dándose en el país, esto puede llevar a que se den diferentes hábitos de compra y consumo. Para el caso de Parrita los lugares de compra no ofrecen estos servicios, por lo que no se torna relevante evaluarlo.
- Contemplar el estudio desde la perspectiva antropológica, conociendo la cultura y costumbres relacionadas a la compra y consumo de alimentos, por medio de una observación participante. De esta manera se lograría abordar la parte de relaciones sociales involucradas en las actividades de compra.

BIBLIOGRAFÍA

- Achón, M., Serrano, M., García-González, Á., Alonso-Apperte, E., & Varela-Moreiras, G. (2017). Present Food Shopping Habits in the Spanish Adult Population: A Cross-Sectional Study. *Nutrients*, 9(5), Article 5. <https://doi.org/10.3390/nu9050508>
- Arriaga, J. C. P., & Cruz, S. E. (2019). La obesidad desde la perspectiva de la selección de alimentos. *Revista Salud Pública y Nutrición*, 18(1), 25-32.
- Banks, J., Fitzgibbon, M. L., Schiffer, L. A., Campbell, R. T., Antonic, M. A., Braunschweig, C. L., Odoms-Young, A. M., & Kong, A. (2020). Relationship between Grocery Shopping Frequency and Home- and Individual-level Diet Quality among Low-income Racial/Ethnic Minority Households with Preschool-age Children. *Journal of the Academy of Nutrition and Dietetics*, 120(10), 1706-1714.e1. <https://doi.org/10.1016/j.jand.2020.06.017>
- Bergel Sanchís, M. L., Cesani, M. F., & Oyhenart, E. E. (2017). Prácticas y representaciones en torno a la alimentación familiar en distintos ambientes socio-económicos (Villaguay, Argentina, 2010-2012). *Población y Salud en Mesoamérica*, 15(1). <https://doi.org/10.15517/psm.v15i1.28272>
- Cámara Costarricense de la industria alimentaria. (2022, agosto 5). Los costarricenses y su comportamiento de compra en la canasta de consumo masivo [Revista Digital]. *Revista Alimentaria*. <https://alimentaria.cacia.org/digital/los-costarricenses-y-su-comportamiento-de-compra-en-la-canasta-de-consumo-masivo/>
- Cárdenas Sánchez, D., Calvo Betancur, V. D., Flórez Gil, S., Sepúlveda Herrera, D. M., Manjarrés Correa, L. M., Cárdenas Sánchez, D., Calvo Betancur, V. D., Flórez Gil, S.,

- Sepúlveda Herrera, D. M., & Manjarrés Correa, L. M. (2019). Consumo de bebidas azucaradas y con azúcar añadida y su asociación con indicadores antropométricos en jóvenes de Medellín (Colombia). *Nutrición Hospitalaria*, 36(6), 1346-1353. <https://doi.org/10.20960/nh.02671>
- Carrasco-Quintero, M. del R., Ramírez-Sánchez, E., Álvarez-Izazaga, M., Chávez-Villasana, A., Roldán-Amaro, J. A., Cortés-Pérez, T., Carrasco-Quintero, M. del R., Ramírez-Sánchez, E., Álvarez-Izazaga, M., Chávez-Villasana, A., Roldán-Amaro, J. A., & Cortés-Pérez, T. (2023). Diferencias por nivel socioeconómico y escolar en la adquisición de alimentos de la población mexicana. *Nutrición Hospitalaria*, 40(3), 591-596. <https://doi.org/10.20960/nh.04396>
- Centers for Disease Control and Prevention. (2020, septiembre 27). *Compra de alimentos*. Centers for Disease Control and Prevention. <https://www.cdc.gov/diabetes/spanish/living/grocery-shopping.html>
- Centro Centroamericano de Población, (CCP). (2014). *Zona por estado conyugal según edad. Base de datos Encuesta de Hogares Costa Rica 2014*. https://censos.ccp.ucr.ac.cr/index.php/encuestasHogares_c/procesarConsulta?dataset=%2Fusr%2Fstata%2Fdata%2Fcrh14&codigo=&run=tabulate&nombre=Encuesta+de+Hogares+Costa+Rica+2014&codigo=YoselinQZ&recrow=&reccol=&recfor=&recsum=&repon=&labrow=&labcol=&labfor=&select=zona&row=a5&col=a6&foreach=&sumario=&weight=factor&title=&percent=&label=&missing=&chkFreq=freq&chkMedia=means&chkDesv=standard&eHogares=

- CID Gallup. (2022). *Seguridad Alimentaria en América Latina*.
[https://www.cidgallup.com/blog-
details.php?publication=MjMyTVIfU0VDUkVUX1NUVUZG](https://www.cidgallup.com/blog-details.php?publication=MjMyTVIfU0VDUkVUX1NUVUZG)
- Criollo, M. E. M., Pillco, C. M., Mejía, M. E., & Ulloa, V. A. (2022). Compra y consumo de alimentos después del confinamiento por la pandemia de COVID-19: Percepciones de adultos en Cuenca, Ecuador. *La Ciencia al Servicio de la Salud y la Nutrición*, 13(Ed. Esp.), Article Ed. Esp. <https://doi.org/10.47244/cssn.Vol13.IssEd>
- Darmon, N., & Drewnowski, A. (2015). Contribution of food prices and diet cost to socioeconomic disparities in diet quality and health: A systematic review and analysis. *Nutrition Reviews*, 73(10), 643-660. <https://doi.org/10.1093/nutrit/nuv027>
- De-Juan-Vigaray, M. D., Garau-Vadell, J. B., & Sesé, A. (2021). Acculturation, shopping acculturation, and shopping motives of International Residential Tourists. *Tourism Management*, 83, 104229. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104229>
- Fontes, A. S., Pallottini, A. C., Vieira, D. A. dos S., Fontanelli, M. de M., Marchioni, D. M., Cesar, C. L. G., Alves, M. C. G. P., Goldbaum, M., & Fisberg, R. M. (2020). Demographic, socioeconomic and lifestyle factors associated with sugar-sweetened beverage intake: A population-based study. *Revista Brasileira de Epidemiologia*, 23, e200003. <https://doi.org/10.1590/1980-549720200003>
- Fundación Española de Nutrición, F. (2014, octubre 1). *Hábitos alimentarios*. <https://www.fen.org.es/blog/habitos-alimentarios/>
- Gillespie, R., DeWitt, E., Slone, S., Cardarelli, K., & Gustafson, A. (2022). The Impact of a Grocery Store Closure in One Rural Highly Obese Appalachian Community on

- Shopping Behavior and Dietary Intake. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(6), 3506. <https://doi.org/10.3390/ijerph19063506>
- Golovina, N., & Mosher, E. (2016). Los estímulos de mayor frecuencia en la compra de los consumidores de Centroamérica. *REICE: Revista Electrónica de Investigación en Ciencias Económicas*, 4, 43. <https://doi.org/10.5377/reice.v4i7.2820>
- Gómez-Salas, G., Quesada-Quesada, D., Chinnock, A., Nogueira-Previdelli, A., Grupo ELANS, Gómez-Salas, G., Quesada-Quesada, D., Chinnock, A., Nogueira-Previdelli, A., & Grupo ELANS. (2019). Consumo de azúcar añadido en la población urbana costarricense: Estudio latinoamericano de nutrición y salud ELANS-Costa Rica. *Acta Médica Costarricense*, 61(3), 111-118.
- Guevara Villalobos, D., Céspedes Vindas, C., Flores Soto, N., Ubeda Carrasquilla, L., Chinnock Mc'Neil, A. E., & Gómez Salas, G. (2019). Hábitos alimentarios de la población urbana costarricense. *Acta Médica Costarricense* 61(4), 152-159. <https://kerwa.ucr.ac.cr/handle/10669/81351>
- Gustafson, A., Gillespie, R., DeWitt, E., Cox, B., Dunaway, B., Haynes-Maslow, L., Steeves, E. A., & Trude, A. C. B. (2022). Online Pilot Grocery Intervention among Rural and Urban Residents Aimed to Improve Purchasing Habits. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(2), Article 2. <https://doi.org/10.3390/ijerph19020871>
- Hernández-Corona, D. M., Ángel-González, M., Vázquez-Colunga, J. C., Lima-Colunga, A. B., Vázquez-Juárez, C. L., & Colunga-Rodríguez, C. (2021). HÁBITOS DE ALIMENTACIÓN ASOCIADOS A SOBREPESO Y OBESIDAD EN ADULTOS

- MEXICANOS: UNA REVISIÓN INTEGRATIVA. *Ciencia y Enfermería*, 27.
<https://doi.org/10.29393/CE27-7HADH60007>
- Hidalgo, C. M., Andrade, L., Rodríguez, S., Dumani Echandi, M., Alvarado Molina, N., Cerdas Núñez, M., & Quirós Blanco, G. (2020). Análisis de la canasta básica alimentaria de Costa Rica: Oportunidades desde la alimentación y nutrición. *Población y Salud en Mesoamérica*. <https://doi.org/10.15517/psm.v18i1.40822>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2013). *Gasto de los hogares: Qué, cuánto, dónde y cuándo*. *Boletín ENIGH* 2013.
https://inec.cr/wwwisis/documentos/INEC/ENIGH/ENIGH_2013/Gasto_de_los_Hogares_Que_Cuanto_Donde_Cuando_ENIGH_2013.pdf
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2019). *Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares 2018*. INEC. <https://inec.cr/estadisticas-fuentes/encuestas/encuesta-nacional-ingresos-gastos-los-hogares>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos, I. (2023). *Estimación de población y vivienda 2022: Resultados generales*. https://admin.inec.cr/sites/default/files/2023-07/rePoblacResultadosGenerales_Estimacion_poblacion_vivienda_2022.pdf
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2011). *X Censo Nacional de Población y VI de Vivienda, 2011*. INEC. <https://inec.cr/estadisticas-fuentes/censos/censo-2011>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, (INEC). (2022). *Anuario Estadístico 2020—2021: Compendio de Estadísticas Nacionales*. <https://admin.inec.cr/sites/default/files/2022-10/reanuario2020-2021.pdf>

- Kovalskys, I., Cavagnari, B. M., Zonis, L., Favieri, A., Guajardo, V., Gerardi, A., Fisberg, M., Kovalskys, I., Cavagnari, B. M., Zonis, L., Favieri, A., Guajardo, V., Gerardi, A., & Fisberg, M. (2020). La pobreza como determinante de la calidad alimentaria en Argentina. Resultados del Estudio Argentino de Nutrición y Salud (EANS). *Nutrición Hospitalaria*, 37(1), 114-122. <https://doi.org/10.20960/nh.02828>
- López Salazar, G. L. (2019). *Factores que influyen en la compra de alimentos orgánicos en México. Un análisis mixto*. <https://doi.org/10.26784/sbir.v3i2.210>
- Madrigal, M., & Caravaca, I. (2020). Canasta básica tributaria como alimentos seleccionados por consumo y elementos nutricionales. *Ministerio de Salud. Costa Rica*. <https://www.ministeriodesalud.go.cr/index.php/biblioteca-de-archivos-left/documentos-ministerio-de-salud/vigilancia-de-la-salud/normas-protocolos-guias-y-lineamientos/vigilancia-nutricional/canasta-basica/6008-canasta-basica-tributaria-con-alimentos-seleccionados-por-consumo-y-elementos-nutricionales-diagramado/file>
- Mazurek-Kusiak, A. K., Kobyłka, A., Korcz, N., & Sosnowska, M. (2021). Analysis of Eating Habits and Body Composition of Young Adult Poles. *Nutrients*, 13(11), 4083. <https://doi.org/10.3390/nu13114083>
- McGuirt, J. T., Wu, Q., Laska, M. N., Truesdale, K. P., Rafferty, A. P., Bell, R. A., Ammerman, A. S., & Jilcott Pitts, S. B. (2020). Associations between shopping patterns, dietary behaviours and geographic information system-assessed store accessibility among small food store customers. *Public Health Nutrition*, 25(5), 1255-1264. <https://doi.org/10.1017/S1368980020005017>

- Mesa Participación Asociaciones de Consumidores. (2023). *Encuesta de Hábitos de Compra y Consumo 2023*. <https://mesaparticipacion.com/encuestas/>
- Ministerio de Salud Pública. (2013). Encuesta Nacional de Salud y Nutrición. *ENCUESTAS*. <https://ensanut.insp.mx/index.php>
- Muñoz De Mier, G., Lozano Estevan, M. D. C., Romero Magdalena, C. S., Pérez De Diego, J., & Veiga Herreros, P. (2017). Evaluación del consumo de alimentos de una población de estudiantes universitarios y su relación con el perfil académico. *Nutrición Hospitalaria*, 34(1), 134. <https://doi.org/10.20960/nh.989>
- Ochoa, R. I. Á., Cordero, G. del R. C., Calle, M. A. V., Cordero, L. C. A., & Lema, M. C. G. (2017). Hábitos alimentarios, su relación con el estado nutricional en escolares de la ciudad de Azogues. *Revista de Ciencias Médicas de Pinar del Río*, 21(6), 852-859.
- Organización Mundial de la Salud. (2018). *Alimentación sana*. <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/healthy-diet>
- Organización Panamericana de la Salud. (2021). *ONU hace llamado a Costa Rica para impulsar acciones que mejoren hábitos alimenticios de sus habitantes*. <https://www.paho.org/es/noticias/22-10-2021-onu-hace-llamado-costa-rica-para-impulsar-acciones-que-mejoren-habitos>
- Pereira-Chaves, J. M., & Salas-Meléndez, M. D. L. Á. (2017). Análisis de los hábitos alimenticios con estudiantes de décimo año de un Colegio Técnico en Pérez Zeledón basados en los temas transversales del programa de tercer ciclo de educación general básica de Costa Rica. *Revista Electrónica Educare*, 21(3), 1. <https://doi.org/10.15359/ree.21-3.12>

- Secretaría Ejecutiva de Planificación Sectorial Agropecuaria. (2023). *Costo de la Canasta Básica Alimentaria (CBA) Julio, 2023*.
<http://www.infoagro.go.cr/EstadisticasAgropecuarias/CBA/202307-CBA.pdf>
- Serna Gutiérrez, A., & Esparza-Romero, J. (2019). Diseño y validación de un cuestionario de frecuencia de consumo de alimentos para evaluar la dieta en indígenas yaquis de Sonora, México. *Acta Universitaria*, 29, 1-16. <https://doi.org/10.15174/au.2019.2248>
- Shier, V., Miller, S., & Datar, A. (2022). Heterogeneity in grocery shopping patterns among low-income minority women in public housing. *BMC Public Health*, 22, 1612. <https://doi.org/10.1186/s12889-022-14003-0>
- Storz, M. A., Beckschulte, K., Brommer, M., & Lombardo, M. (2022). Current Sex Distribution of Cooking and Food Shopping Responsibilities in the United States: A Cross-Sectional Study. *Foods*, 11(18), 2840. <https://doi.org/10.3390/foods11182840>
- SUMMA, R. (2021, noviembre 25). ¿Cuáles son los hábitos de consumo de los costarricenses? *Revista Summa*. <https://revistasumma.com/cuales-son-los-habitos-de-consumo-de-los-costarricenses/>
- Tacsan, L., & Murillo, S. (2003). Situación del estado nutricional y alimentario de Costa Rica. *Organización Panamericana de la Salud. Ministerio de Salud*.
- Tolentino-Mayo, L., Rincón-Gallardo Patiño, S., Bahena-Espina, L., Ríos, V., Barquera, S., Tolentino-Mayo, L., Rincón-Gallardo Patiño, S., Bahena-Espina, L., Ríos, V., & Barquera, S. (2018). Conocimiento y uso del etiquetado nutrimental de alimentos y bebidas industrializados en México. *Salud Pública de México*, 60(3), 328-337. <https://doi.org/10.21149/8825>

- Ugalde, J., & Porras, J. (2017). *Encuesta Hábitos Del Consumidor—Estudio Nacional—GSI Costa Rica*. GSI. <https://www.gs1cr.org/news/encuesta-habitos-del-consumidor-2017/>
- Van Droogenbroeck, E., & Van Hove, L. (2020). Intra-household task allocation in online grocery shopping: Together alone. *Journal of Retailing and Consumer Services*, *56*, 102153. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102153>
- Vanderlee, L., Hobin, E. P., White, C. M., & Hammond, D. (2018). Grocery Shopping, Dinner Preparation, and Dietary Habits among Adolescents and Young Adults in Canada. *Canadian Journal of Dietetic Practice and Research*, *79*(4), 157-163. <https://doi.org/10.3148/cjdpr-2018-025>
- Villalobos Monge, A. (2023). Compra por comercio electrónico de alimentos en Costa Rica durante el COVID-19. *Agronomía Mesoamericana*, *34*(1). <https://doi.org/10.15517/am.v34i1.50438>
- Wallinger, M. L., Díaz, F. M., Cabello, E. L., Yedvab, M., Colombo, M. E., Guerero, G. A., Pisarra, F. M., Moreno, A. V., & Pelatelli, L. (2023). Hábitos y percepciones sobre alimentación y consumo de endulzantes en población universitaria. *RESPYN Revista Salud Pública y Nutrición*, *22*(1), 19-28. <https://doi.org/10.29105/respyn22.1-697>
- Williamson, V. G., Dilip, A., Dillard, J. R., Morgan-Daniel, J., Lee, A. M., & Cardel, M. I. (2020). The Influence of Socioeconomic Status on Snacking and Weight among Adolescents: A Scoping Review. *Nutrients*, *12*(1), 167. <https://doi.org/10.3390/nu12010167>

Wu, J., Fuchs, K., Lian, J., Haldimann, M. L., Schneider, T., Mayer, S., Byun, J., Gassmann, R., Brombach, C., & Fleisch, E. (2021). Estimating Dietary Intake from Grocery Shopping Data—A Comparative Validation of Relevant Indicators in Switzerland. *Nutrients*, *14*(1), 159. <https://doi.org/10.3390/nu14010159>

ANEXOS

ANEXO 1. CONSENTIMIENTO INFORMADO

Relación entre la compra de alimentos y los hábitos alimentarios de personas de Parrita, Puntarenas, 2023.

Yoselin Quesada Zúñiga

Consentimiento informado

Mi nombre es Yoselin Quesada Zúñiga, estudiante de la carrera de Nutrición en la Universidad Hispanoamericana. Como parte del proceso para optar por el grado de Licenciatura en Nutrición me encuentro realizando la tesis, donde se realiza una serie de preguntas con población del cantón de Parrita, para relacionar las compras de alimentos y los hábitos alimentarios.

Como parte de la tesis se realizará el siguiente cuestionario virtual en donde se busca su participación contestando la encuesta, con el fin de conocer datos socioeconómicos, hábitos de compra de alimentos y los hábitos alimentarios, en la población de la zona de Parrita. Su participación debe ser de forma voluntaria y la información brindada es de carácter confidencial, solo con el fin de aportar a la investigación.

Riesgos y beneficios

La siguiente investigación no presenta ningún riesgo o molestia a su persona. Como participante no obtiene ningún beneficio directo, sin embargo, aporta información que ayudara a conocer los hábitos de compras de las personas en Parrita.

Al dar su consentimiento está de acuerdo en que se utilice la información recolectada.

En función de lo leído anteriormente, da su consentimiento:

Si

No

ANEXO 2. INSTRUMENTO PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS***DATOS SOCIODEMOGRAFICOS*****Conteste seleccionando la respuesta**

1. Indique su sexo
 - Masculino
 - Femenino

2. Indique el rango de edad en el que se encuentra
 - 18 – 29
 - 30 – 39
 - 40 – 49
 - 50 – 64

3. Indique su nivel de escolaridad
 - Primaria incompleta
 - Primaria completa
 - Secundaria incompleta
 - Secundaria completa
 - Universidad incompleta
 - Universidad completa
 - Técnico
 - Otro

4. Indique su estado civil
 - Soltero (a)
 - Casado (a)
 - Divorciado (a)
 - Unión libre (a)
 - Viudo (a)

5. Indique la cantidad de personas en total que viven en el hogar (Incluyendo adultos y niños)
 - 1
 - 2
 - 3
 - 4
 - 5
 - 6

- 7
- 8
- 9
- 10
- Más de 10

COMPRA DE ALIMENTOS

A continuación, se presenta una serie de preguntas para conocer la compra de alimentos.

Conteste seleccionando la respuesta

6. Rango de presupuesto asignado a la compra de alimentos (Sume el dinero aportado por todos los miembros del hogar que contribuyen a la compra de alimentos por mes)
- Menos de 30.000 colones
 - De 30,000 a 55,999 colones
 - De 56,000 a 80,999 colones
 - De 81,000 a 106,999 colones
 - De 107,000 a 132,999 colones
 - De 133,000 colones a 158,999 colones
 - De 159,000 colones a 184,999 colones
 - Más de 185,000 colones
7. ¿Qué persona realiza la mayoría de las compras de alimentos en el hogar?
- Padre
 - Madre
 - Ambos padres
 - Hijos
 - Otro familiar
 - Otra persona no familiar

8. En la siguiente tabla, marque la frecuencia con la que realiza los siguientes hábitos al comprar alimentos:

Hábitos de compra	Frecuencia		
	Siempre o casi siempre	Algunas veces	Nunca o casi nunca
Antes de comprar, va a su alacena para saber si ya tiene un alimento para no comprarlo.			
Antes de comprar, hace una lista de los alimentos que va a comprar.			
Compra alimentos que no estén en su lista de compras.			
Observa las etiquetas con la información nutricional de los productos			
Busca ofertas, promociones, etc.			
Visita el centro de compra de alimentos sin haber planeado previamente que necesita			

9. En la siguiente tabla, marque la frecuencia en la que en su hogar acostumbran a comprar los siguientes alimentos:

Alimentos	Diariamente	Semanalmente	Quincenalmente	Mensualmente	Otro	No compro
Frutas y verduras (naranja, manzanas, mangos, ayote, lechuga, tomate, papa, camote etc.)						
Lácteos (leche,						

Alimentos	Diariamente	Semanalmente	Quincenalmente	Mensualmente	Otro	No compro
yogurt, queso etc.)						
Embutidos (mortadela, salchichón, salchicha etc.)						
Carnes (res, pollo, etc.)						
Pescado y mariscos frescos (camarones, tilapia, corvina etc.)						
Abarrotes (productos enlatados, mayonesa, pan empacado etc.)						
Granos básicos (Arroz, frijoles etc.)						

11. Marque cuál es la razón principal que mayormente los motiva a elegir el lugar de la compra para las siguientes categorías de alimentos

Alimentos	Cercanía al hogar	Aspecto económico (precios, promociones, etc.)	Variedad de productos	Otros aspectos (publicidad, fama u otros)	No compra
Frutas y verduras (naranja, manzanas, mangos, ayote, lechuga, tomate etc.)					
Lácteos (leche, yogurt, queso etc.)					
Embutidos (mortadela, salchichón, salchicha etc.)					
Carnes (res, pollo, pescado etc.)					
Pescado y mariscos frescos (camarones, tilapia, corvina etc.)					
Abarrotes (productos enlatados, mayonesa, pan empacado etc.)					
Granos básicos (Arroz, frijoles etc.)					

12. Marque la frecuencia con la que acostumbran a comprar los siguientes alimentos

Alimento	Frecuencia		
	Siempre o casi siempre	Algunas veces	Nunca o casi nunca
Harinas (Arroz, pan, galletas, tortillas etc.)			
Leguminosas (frijoles, garbanzos, lentejas, etc.)			
Vegetales harinosos (plátano, papa, yuca, banano verde etc.)			
Vegetales no harinosos (Tomate, zanahoria, pepino, repollo etc.)			
Frutas (banano, manzana, naranja, etc.)			
Lácteos (queso, leche, yogurt etc.)			
Huevos			
Carnes (pollo, res, cerdo)			
Pescado y mariscos enlatados (atún, sardinas, calamares, etc.)			
Pescados y mariscos frescos (camarones, tilapia, corvina etc.)			
Embutidos (Salchichón, salchicha, chorizo, etc.)			
Condimentos (consomé, sazónadores, salsas, etc.)			
Alimentos ricos en grasas (mantequilla, margarina, natilla, paté, aderezos, etc.)			
Bebidas procesadas azucaradas (Coca Cola, Tropical, Fresco-leche etc.)			
Bebidas alcohólicas (cerveza, ron, wiski, etc.)			
Snacks (papas fritas, tortillas tostadas)			

15. ¿Quién prepara los alimentos en el hogar la mayoría de las veces?

- Yo mismo (a)
- Alguien de la familia (esposo (a), hijo (a), padres, abuelos, etc)
- Alguien fuera de la familia
- Otro

16. ¿Qué tipo de grasa utiliza para la cocción de los alimentos? (Marque solamente el que utiliza con más frecuentemente)

- Aceite vegetal (soya, girasol, maíz, etc.)
- Manteca vegetal (Clover, Corona, Mazola, etc.)
- Manteca animal (Cerdo)
- Mantequilla o margarina
- Aceite en spray (oliva, canola, girasol, etc.)
- No utiliza

17. Con qué frecuencia consumen alimentos ya preparados, comprados como, por ejemplo: casados, pizza, hamburguesas, pollo frito, etc.

- Todos o casi todos los días
- Algunas veces a la semana.
- Algunas veces al mes
- Nunca o casi nunca

18. ¿Cuál es el producto que se usa mayormente en su hogar para endulzar las bebidas ya sean calientes o frías?

- Azúcar (azúcar blanco, moreno, etc.)
- Miel de abeja
- Tapa de dulce
- Edulcorante no calórico (Splenda, Stevia, etc)
- Otros (Fructuosa, jarabe de agave, etc.)
- Ninguno

19. Indique la cantidad de azúcar (azúcar de mesa, miel de tapa, miel de abeja etc.) que en promedio usan en el hogar para endulzar un vaso o taza de refresco, café, té.

Tipo de bebida	1-2 cucharaditas	3-4 cucharaditas	Más de 4 cucharaditas	No endulzo
----------------	---------------------	---------------------	--------------------------	------------

Bebidas calientes (te, café, infusiones)				
Bebidas frías (refrescos, batidos, etc.)				

20. En la familia se acostumbra a agregar sal a los alimentos ya servidos en la mesa

- () Siempre o casi siempre
 () Algunas veces
 () Nunca o casi nunca

21. A continuación, entre los siguientes grupos de alimentos, marque con qué frecuencia los consume

Alimento	Frecuencia			
	Todos los días o casi todos los días	Algunas veces a la semana	Algunas veces al mes	Nunca o casi nunca
Harinas (Arroz, pan, galletas, tortillas etc.)				
Leguminosas (frijoles, garbanzos, lentejas, etc.)				
Vegetales harinosos (plátano, papa, yuca, banano verde etc.)				
Vegetales no harinosos (Tomate, zanahoria, pepino, repollo etc.)				
Frutas (banano, manzana, naranja, etc.)				
Lácteos (queso, leche, yogurt etc.)				
Huevos				
Carnes (pollo, res, cerdo)				
Pescado y mariscos enlatados (atún, sardinas, calamares, etc.)				

Alimento	Frecuencia			
	Todos los días o casi todos los días	Algunas veces a la semana	Algunas veces al mes	Nunca o casi nunca
Pescados y mariscos frescos (camarones, tilapia, corvina etc.)				
Embutidos (Salchichón, salchicha, chorizo, etc.)				
Condimentos (consomé, sazónadores, salsas, etc.)				
Alimentos ricos en grasas (mantequilla, margarina, natilla, paté aderezos, etc.)				
Comidas rápidas (pizza, hamburguesa, pollo frito, tacos etc.)				
Bebidas procesadas azucaradas (Coca Cola, Tropical, Fresco-leche etc.)				
Bebidas alcohólicas (cerveza, ron, wiski, etc.)				
Snacks (papas fritas, tortillas tostadas)				
Semillas (Maní, nueces, almendras, etc.)				
Dulces (mermeladas, miel de abeja, confites, chocolates, helados, repostería, galletas dulces etc.)				

EVALUACIÓN HÁBITOS ALIMENTARIOS

Actividad para evaluar		1	2	3
Tiempos de comida	Cantidad	Realiza de 1 a 2 tiempos de comida	Realiza de 3 a 4 tiempos de comida	Realiza 5 o más tiempos de comida
	Frecuencia	Nunca o casi nunca	Algunas veces a la semana. Algunas veces al mes.	Todos o casi todos los días
Consumo de alimentos comprados ya preparados	Frecuencia	Todos o casi todos los días	Algunas veces a la semana.	Algunas veces al mes. Nunca o casi nunca
Consumo de azúcar	Bebidas calientes (te, café, infusiones)	Más de 4 cucharaditas	3-4 cucharaditas	No endulza o de 1-2 cucharaditas
	Bebidas frías (refrescos, batidos, etc.)	Más de 4 cucharaditas	3-4 cucharaditas	No endulza o de 1-2 cucharaditas
Consumo de sal	Frecuencia	Siempre o casi siempre	Algunas veces	Nunca o casi nunca
Frecuencia de consumo de alimentos	Frecuencia			
	Harinas (Arroz, pan, galletas, tortillas etc.)	Nunca o casi nunca	Algunas veces al mes	Todos o casi todos los días. Algunas veces a la semana
	Leguminosas (frijoles, garbanzos, lentejas, etc.)	Nunca o casi nunca	Algunas veces al mes	Todos o casi todos los días. algunas veces a la semana
	Vegetales harinosos (plátano, papa, yuca, banano verde etc.)	Nunca o casi nunca	Algunas veces al mes	Todos o casi todos los días. Algunas veces a la semana
	Vegetales no harinosos (Tomate, zanahoria, pepino, repollo etc.)	Nunca o casi nunca	Algunas veces al mes o algunas veces a la semana	Todos o casi todos los días.
	Frutas (banano, manzana, naranja, etc.)	Nunca o casi nunca	Algunas veces al mes o algunas veces a la semana	Todos o casi todos los días.
	Lácteos (queso, leche, yogurt etc.)	Nunca o casi nunca	Algunas veces al mes	Todos o casi todos los días. Algunas veces a la semana
	Huevos	Nunca o casi nunca	Algunas veces al mes o	Todos o casi todos los días.

Actividad para evaluar	1	2	3
		algunas veces a la semana	
Carnes (pollo, res, cerdo)	Nunca o casi nunca	Algunas veces al mes	Todos o casi todos los días. Algunas veces a la semana
Pescado y mariscos enlatados (atún, sardinas, calamares, etc.)	Nunca o casi nunca	Algunas veces al mes	Todos o casi todos los días. Algunas veces a la semana
Pescados y mariscos frescos (camarones, tilapia, corvina etc.)	Nunca o casi nunca	Algunas veces al mes	Todos o casi todos los días. Algunas veces a la semana
Embutidos (Salchichón, salchicha, chorizo, etc.)	Todos o casi todos los días.	Algunas veces a la semana	Nunca o casi nunca. Algunas veces al mes
Condimentos (consomé, sazónadores, salsas, etc.)	Todos o casi todos los días.	Algunas veces a la semana	Nunca o casi nunca. Algunas veces al mes
Alimentos ricos en grasas (mantequilla, margarina, natilla, paté aderezos, etc.)	Todos o casi todos los días.	Algunas veces a la semana	Nunca o casi nunca. Algunas veces al mes
Comidas rápidas (pizza, hamburguesa, pollo frito, tacos etc.)	Todos o casi todos los días.	Algunas veces a la semana	Nunca o casi nunca. Algunas veces al mes
Bebidas procesadas azucaradas (Coca Cola, Tropical, Fresco-leche etc.)	Todos o casi todos los días.	Algunas veces a la semana	Nunca o casi nunca. Algunas veces al mes
Bebidas alcohólicas (cerveza, ron, wiski, etc.)	Todos o casi todos los días.	Algunas veces a la semana	Nunca o casi nunca. Algunas veces al mes
Snacks (papas fritas, tortillas tostadas)	Todos o casi todos los días.	Algunas veces a la semana	Nunca o casi nunca. Algunas veces al mes

Actividad para evaluar		1	2	3
	Semillas (Maní, nueces, almendras, etc.)	Nunca o casi nunca	Algunas veces al mes	Todos o casi todos los días. Algunas veces a la semana
	Dulces (mermeladas, miel de abeja, confites, chocolates, helados, repostería, galletas dulces etc.)	Todos o casi todos los días.	Algunas veces a la semana	Nunca o casi nunca. Algunas veces al mes

De acuerdo con estos rangos si obtiene:

Más de 65 puntos = Buenos hábitos alimentarios

De 30 a 65 puntos= Hábitos alimentarios regulares

Menos de 30 puntos= Malos hábitos alimentarios

ANEXO 3. RESULTADOS DE PLAN PILOTO

A continuación, se muestran los resultados obtenidos de la aplicación del plan piloto. Estos se dividen en tres secciones, datos sociodemográficos, compras de alimentos y hábitos alimentarios.

2.1 DATOS SOCIODEMOGRÁFICOS

A continuación, se presentan los resultados de los datos sociodemográficos de la población de estudio.

Tabla 1. Sexo de la población encuestada en la prueba piloto

Edad	Cantidad de personas
Femenino	5
Masculino	5

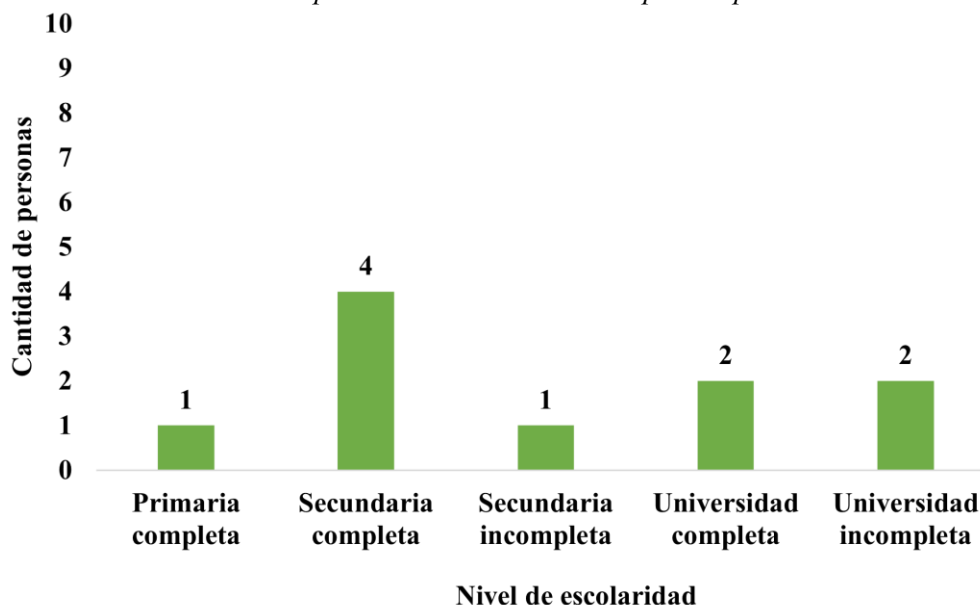
En la *Tabla 1* se muestra que cinco de las personas encuestadas son del sexo femenino y cinco son del sexo masculino.

Tabla 2. Edad de la población encuestada en la prueba piloto según sexo.

Edad	Sexo		Total
	Femenino	Masculino	
18 – 29	2	2	4
30 – 39	1	2	3
40 – 49	1	1	2
50 – 64	1	0	1

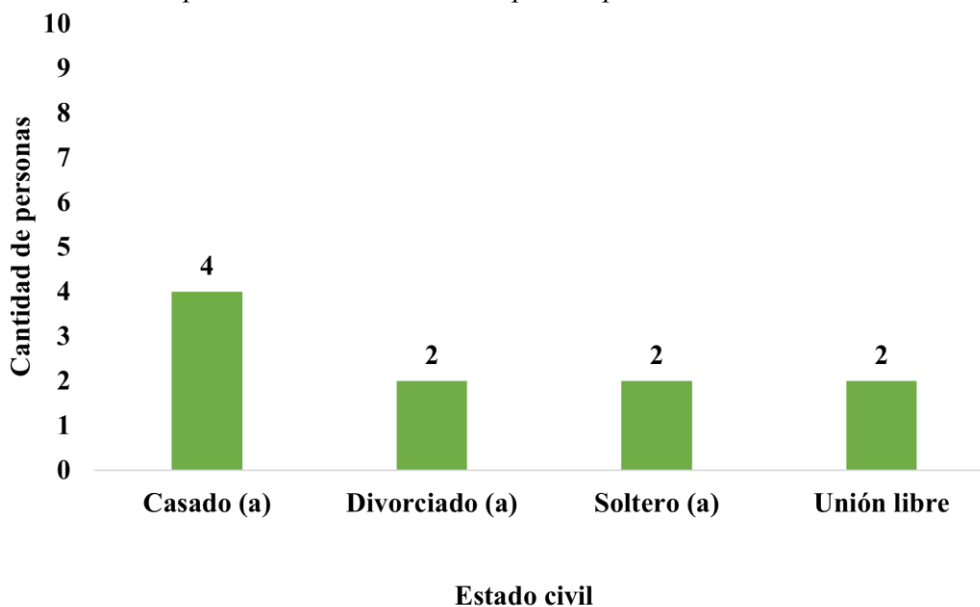
En la *Tabla 2* se encuentra que en total se tiene que cuatro personas se encuentran entre los 18 y 29 años, tres personas entre los 30 y 39 años, dos personas entre los 40 y 49 años, por último, una persona entre los 50 y 64 años.

Figura 1. Nivel de escolaridad de la población encuestada en la prueba piloto.



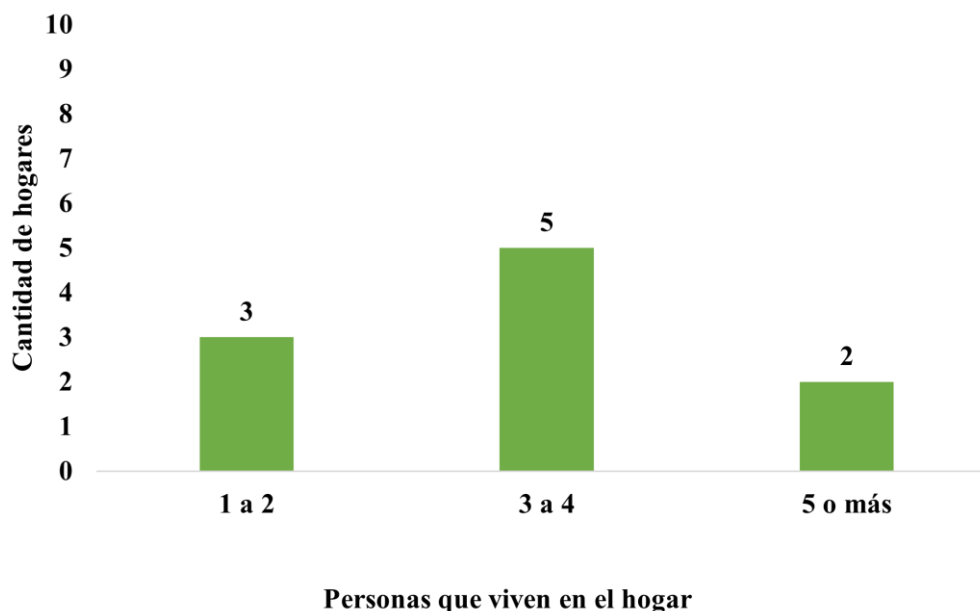
En la *Figura 1* se muestra que el nivel de escolaridad de la población encuestada tiene con una persona a nivel de primaria completa y una con secundaria incompleta. Además, dos personas se tiene universidad completa, igualmente dos personas mencionan tener universidad incompleta. Por último, cuatro personas tienen secundaria completa. Ninguna persona se encuentra con un nivel de primaria completa, técnico u otro.

Figura 2. Estado civil de la población encuestada en la prueba piloto.



En la *Figura 2* se observa que el estado civil de divorciado (a), soltero (a) y unión libre presentan dos personas cada uno. Teniendo que cuatro personas tienen un estado civil de casado (a). Ninguna persona menciona ser viudo (a).

Figura 3. Número de personas en total que viven en el hogar (Incluyendo adultos y niños) de la población encuestada en la prueba piloto.

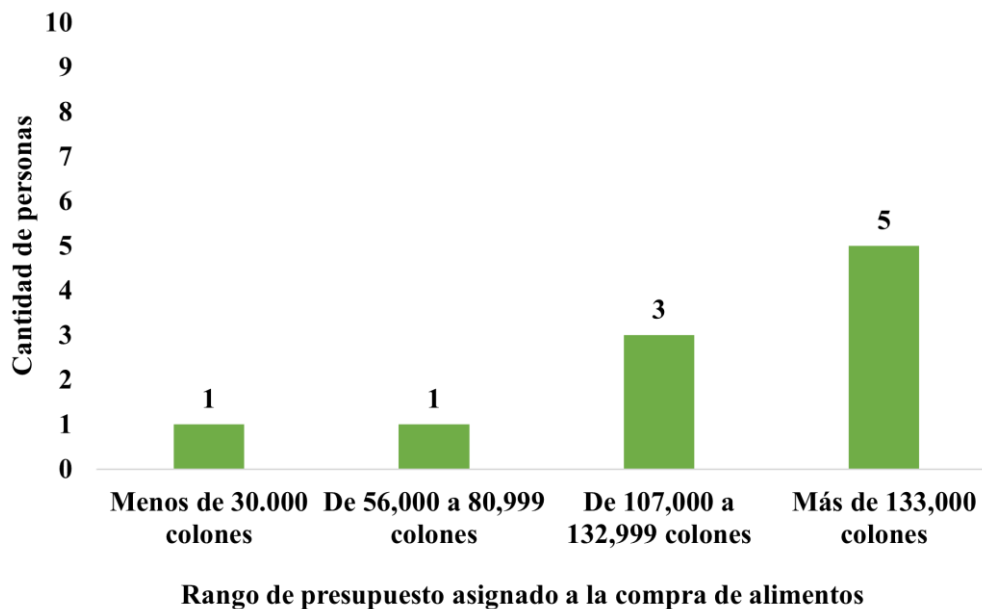


Para la *Figura 3* se encuentra que en la mitad de los hogares de los encuestados viven de 3 a 4 personas, seguido de tres hogares donde viven de 1 a 2 personas y finalmente dos hogares en donde viven 5 o más personas.

2.2 DATOS SOBRE LA COMPRA DE ALIMENTOS

A continuación, se presentan los resultados de la encuesta con base a la compra de alimentos de la población de estudio.

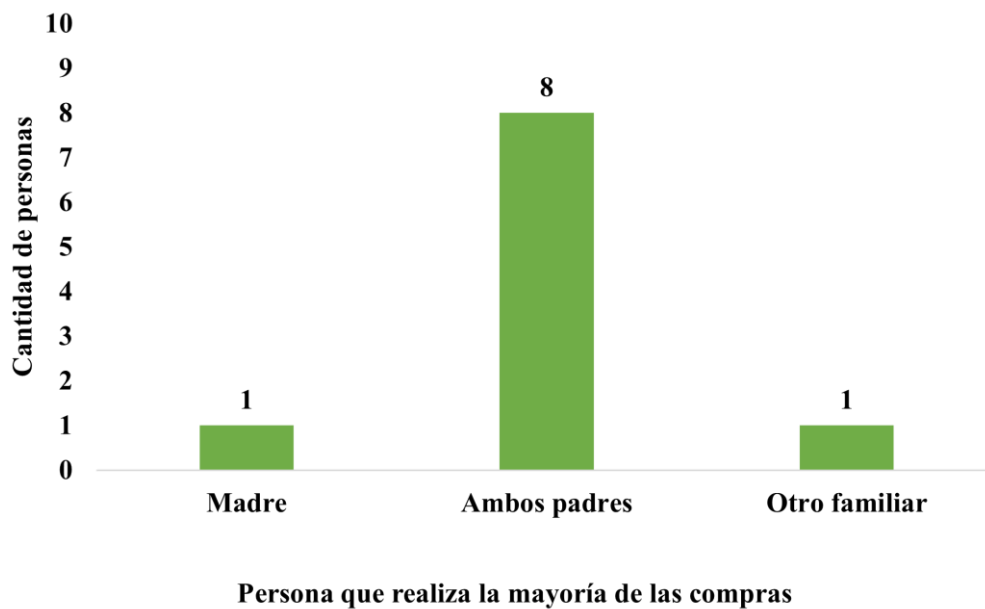
Figura 4. Rango de presupuesto asignado a la compra de alimentos de la población encuestada en la prueba piloto.



En la *Figura 4* se muestra el rango de presupuesto que asigna la población encuestada para la compra de alimentos, tomando en cuenta el aporte de todos los miembros que pueden hacerlo. La mitad de la población dice presupuestar más de 133.000 colones por mes para la compra de alimentos con cinco personas, tres personas asignan de 107.000 a 132.999 colones.

Por último, en los rangos de menos de 30.000 colones y de 56.000 a 80.999 colones tiene una persona cada categoría. Nadie menciona asignar un presupuesto de 30,000 a 55,999 colones y de 81,000 a 106,999 colones.

Figura 5. Persona que realiza la mayoría de las compras de alimentos en el hogar de la población encuestada en la prueba piloto.



Con base a la persona que realiza la mayoría de las compras de alimentos en el hogar, en la Figura 5 la mayor parte de la población encuestada con ocho personas menciona que las compras las realizan ambos padres. En cambio, solo una persona menciona que las realiza otro familiar y la última persona menciona que las compras las realiza la madre. Ninguna persona menciona que las compras las realizan hijos, padre u otra persona no familiar.

Tabla 3. Frecuencia con la que realiza los siguientes hábitos al comprar alimentos la población encuestada en la prueba piloto.

Hábitos de compra	Frecuencia		
	Siempre o casi siempre	Algunas veces	Nunca o casi nunca
Antes de comprar, va a su alacena para saber si ya tiene un alimento para no comprarlo.	7	3	
Antes de comprar, hace una lista de los alimentos que va a comprar.	4	4	2
Compra alimentos que no estén en su lista de compras.	1	9	
Observa las etiquetas con la información nutricional de los productos	2	4	4
Busca ofertas, promociones, etc.	7	2	1
Visita el centro de compra de alimentos sin haber planeado previamente que necesita	2	6	2

En la *Tabla 3* se indican los hábitos que realizan las personas al comprar alimentos. Entre los resultados más destacados se observa que siete personas antes de comprar, va a su alacena para saber si ya tiene un alimento para no comprarlo y busca ofertas, promociones, etc. Luego con cuatro personas hacen una lista de los alimentos que va a comprar. Por otro lado, nueve personas mencionan que algunas veces compran alimentos que no estén en su lista de compras y seis personas algunas veces visita el centro de compra de alimentos sin haber planeado previamente que necesitaba. Finalmente, cuatro personas nunca o casi nunca observa las etiquetas con la información nutricional de los productos.

Tabla 4. Frecuencia en la que en el hogar acostumbran a comprar los alimentos la población encuestada en la prueba piloto.

Alimentos	Frecuencia				
	Diario	Semanal	Quincenal	Mensual	No compro
Frutas y verduras (naranja, manzanas, mangos, ayote, lechuga, tomate, papa, camote, etc.)		2	4	4	
Lácteos (leche, yogurt, queso etc.)		2	4	4	
Embutidos (mortadela, salchichón, salchicha etc.)		2	5	3	
Carnes (res, pollo, etc.)	1	2	4	3	
Pescado y mariscos frescos (camarones, tilapia, corvina etc.)	1	1	3	3	2
Abarrotes (productos enlatados, mayonesa, pan empacado etc.)	1	1	3	4	1
Granos básicos (Arroz, frijoles, etc.)		3	4	3	

En la *Tabla 4* se observa la frecuencia en la que en el hogar acostumbran a comprar las diferentes categorías de alimentos. Se encuentra que una persona compra carnes, pescado y mariscos frescos y abarrotes diariamente. Se tiene que semanalmente tres personas compran los granos básicos, para las categorías de frutas y verduras, lácteos, embutidos y carnes hay dos personas en cada una que las compras semanalmente.

En cambio, quincenalmente, la mayoría de las personas compra son los embutidos con cinco encuestados, seguido con cuatro personas en cada categoría: frutas y verduras, lácteos, carnes y granos básicos. Para las compras que se realizan mensualmente se encuentra que las categorías

de frutas y verduras, lácteos y abarrotes tiene cuatro personas cada una, y el resto de las categorías tienen tres personas cada una. Por último, dos personas no compran pescado y mariscos frescos y una persona no compra abarrotes. En la categoría de otro no hubo respuestas.

Tabla 5. Lugar donde suelen comprar los alimentos la población encuestada.

Alimentos	Lugar de compra						
	Super mercados	Mini- super	Pulpería/ Abastecedor	Verduler ía	Carnic ería	Otro	No compro
Frutas y verduras (naranja, manzanas, mangos, ayote, lechuga, tomate, papa, camote, etc.)	7			3			
Lácteos (leche, yogurt, queso etc.)	9	1					
Embutidos (mortadela, salchichón, salchicha etc.)	7	1	1		1		
Carnes (res, pollo, etc.)	7	1			2		
Pescado y mariscos frescos (camarones, tilapia, corvina etc.)	4	1			1	2	2
Abarrotes (productos enlatados, mayonesa, pan empacado etc.)	8	1	1				
Granos básicos (Arroz, frijoles, etc.)	9	1					

En la *Tabla 5* se muestran los lugares en donde suelen realizar las compras de alimentos la población encuestada. Se divide en diferentes categorías de alimentos donde hay nueve personas, los lácteos y granos básicos son los que se compran mayormente en supermercados, seguido con ocho personas los abarrotes y siete personas que compran frutas y verduras, embutidos y carnes en supermercados.

Por otra parte, la compra en minisúper es mucho menor con una persona en cada categoría de alimentos excepto en frutas y verduras que no presenta ninguna persona.

Luego en pulperías y abastecedores, solo hay una persona que compra alimentos como embutidos y abarrotes. Con base a la verdulería solo tres personas mencionan compras las frutas y vegetales en este lugar. La carnicería presenta poca población que la visita con solo una persona que compra embutidos y pescado y mariscos frescos mientras que dos personas compran carnes en este lugar.

Por último, los pescado y mariscos frescos es el alimento que se divide en más lugares de búsqueda, teniendo dos personas que lo compran en otro lugar de los que no son mencionados y dos personas que no lo compran. Ninguna persona compra en venta ambulante o callejera, ni en feria del agricultor.

Tabla 6. Razón principal por la que mayormente los motiva a elegir el lugar de compra de los alimentos de la población encuestada en la prueba piloto.

Alimentos	Razones que motivan a elegir el lugar de compra				
	Cercanía al hogar	Aspecto económico (precios, promociones, etc.)	Variedad de productos	Otros aspectos (publicidad, fama u otros)	No compra
Frutas y verduras (naranja, manzanas, mangos, ayote, lechuga, tomate, papa, camote, etc.)	4	3	3		
Lácteos (leche, yogurt, queso etc.)	1	5	4		
Embutidos (mortadela, salchichón, salchicha etc.)	2	3	5		
Carnes (res, pollo, etc.)	3	2	5		
Pescado y mariscos frescos (camarones, tilapia, corvina etc.)	2	2	3	1	2
Abarrotes (productos enlatados, mayonesa, pan empacado, etc.)	2	2	5		1
Granos básicos (Arroz, frijoles etc.)	2	3	5		

Para conocer la razón principal por la que mayormente eligen el lugar de compra de los alimentos se proporciona una lista de categorías de alimentos y una serie de razones. En la *Tabla 6* se demuestra que el lugar para comprar las frutas y verduras se escoge mayormente por la cercanía al hogar con cuatro respuestas, seguido del aspecto económico con 3 respuestas y la variedad de productos con tres personas.

El lugar de compra de los lácteos se elige principalmente por el aspecto económico con la mitad de la población escogiéndolo, seguido por la variedad de productos con cuatro personas. Para el lugar de compra de los embutidos se tiene que cinco personas lo prefieren por la variedad de productos y tres personas por el aspecto económico. En la compra de carnes se tiene que la búsqueda del lugar se debe principalmente al aspecto económico con cinco respuestas y por la cercanía al hogar con tres respuestas.

Ahora con base a los pescado y mariscos frescos dos personas no lo compran, tres personas eligen el lugar de compra por su variedad de productos, dos por el aspecto económico, dos por la cercanía al hogar y una persona lo eligen por otros aspectos.

Por último, el lugar de compra de los abarrotos y los granos básicos se eligen principalmente por la variedad de productos.

Tabla 7. Frecuencia de compra de los alimentos en la población encuestada en la prueba piloto.

Alimento	Frecuencia		
	Siempre o casi siempre	Algunas veces	Nunca o casi nunca
Harinas (Arroz, pan, galletas, tortillas etc.)	10		
Leguminosas (frijoles, garbanzos, lentejas, etc.)	8	2	
Vegetales harinosos (plátano, papa, yuca, banano verde etc.)	8	2	
Vegetales no harinosos (Tomate, zanahoria, pepino, repollo etc.)	8	1	1
Frutas (banano, manzana, naranja, etc.)	6	4	
Lácteos (queso, leche, yogurt etc.)	8	1	1
Huevos	9	1	
Carnes (pollo, res, cerdo)	9	1	
Pescado y mariscos enlatados (atún, sardinas, calamares, etc.)	6	2	2
Pescados y mariscos frescos (camarones, tilapia, corvina etc.)	4	3	3
Embutidos (Salchichón, salchicha, chorizo, etc.)	7	2	1
Condimentos (consomé, sazónadores, salsas, etc.)	7	3	
Alimentos ricos en grasas (mantequilla, margarina, natilla, paté, aderezos, etc.)	8	1	1
Bebidas procesadas azucaradas (Coca Cola, Tropical, Fresco-leche etc.)	4	4	2
Bebidas alcohólicas (cerveza, ron, wiski, etc.)	3	3	4
Snacks (papas fritas, tortillas tostadas)	2	7	1
Semillas (Maní, nueces, almendras, etc.)	5	3	2
Dulces (mermeladas, miel de abeja, confites, chocolates, helados, repostería, galletas dulces etc.)	5	3	2

En la *Tabla 7* se observa la frecuencia con la que compran los alimentos la población encuestada, teniendo que todas las personas siempre o casi siempre compran harinas, seguido con nueve

encuestados en las categorías de alimentos de huevos y carnes, siendo estos los alimentos más comprados siempre o casi siempre; por otra parte, los que menos se compra siempre o casi siempre son las bebidas alcohólicas con tres personas y los snacks con solo dos personas. De los alimentos que se compran algunas veces están con siete personas los snacks y luego con cuatro personas las frutas y las bebidas procesadas azucaradas. Para los alimentos que nunca o casi nunca compran el que más se muestra con cuatro personas son las bebidas alcohólicas y con tres personas pescados y mariscos frescos.

2.3 DATOS SOBRE LOS HÁBITOS ALIMENTARIOS

A continuación, se presentan los resultados sobre los hábitos alimentarios de la población de estudio.

Tabla 8. Frecuencia en la que realizan los diferentes tiempos de comida en el hogar la población encuestada en la prueba piloto.

Tiempo de comida	Entre semana				Fin de semana			
	Todos los días o casi todos los días	Algunas veces a la semana	Algunas veces al mes	Nunca o casi nunca	Todos los días o casi todos los días	Algunas veces a la semana	Algunas veces al mes	Nunca o casi nunca
Desayuno	8	2			8	2		
Merienda mañana	1	5	2	2		7		3
Almuerzo	10				9	1		
Merienda tarde	2	4	3	1	1	6	1	2
Cena	8		1	1	6	1	1	2
Merienda nocturna	1	1	4	4		3	3	4

Para conocer sobre la frecuencia en la que realiza los siguientes tiempos de comida en su hogar se divide en días entre semana y fin de semana. En la *Tabla 8* se observa que, entre semana, de lunes a viernes, el almuerzo es el que se realiza todos los días o casi todos los días, seguido del desayuno y la cena que representa a ocho personas cada uno. El tiempo de comida que se realiza algunas veces a la semana son las meriendas, teniendo a la merienda de la mañana con cinco personas y la merienda de la tarde con cuatro personas.

Luego los tiempos de comida más realizados algunas veces al mes son la merienda nocturna y la merienda de la tarde. Para los tiempos de comida que nunca o casi nunca realizan mayormente se encuentra con cuatro personas la merienda nocturna y con dos personas la merienda de la mañana.

Por otro lado, los tiempos de comida en fines de semana presentan que nueve personas realizan el almuerzo y ocho personas el desayuno siempre o casi siempre, seguido de la cena con seis personas. Para las meriendas de la mañana y la tarde siguen siendo mayormente hechas algunas veces a la semana en los fines de semana. Algunas veces al mes tres personas realizan la merienda nocturna y por último nunca o casi nunca en los fines de semana cuatro personas realizan merienda nocturna y tres personas la merienda de la mañana.

Tabla 9. Método de cocción más utilizado por la población encuestada en la prueba piloto para preparar los alimentos.

Alimento	Método de cocción						
	No lo consumo	Hervido	Al vapor	Asado	Frito	Al horno (horno, freidora de aire)	Otro
Chayote	2	8					
Papa		7			2		1
Plátano		4		1	5		
Pollo		3	1	1	2	1	2
Res o cerdo		3	1	1	3	1	1
Pescado fresco	1	2			5		2
Huevo		5			5		

En la *Tabla 9* se encuentra el método de cocción más utilizado por la población, de acuerdo con una lista de alimentos y diferentes métodos de cocción. Teniendo que para la mayor parte de los alimentos se hierven o se fríen. Dentro de los alimentos que son hervidos están el chayote con ocho personas, la papa con siete y el huevo con cinco lo que sería la mitad de los encuestados. Para los alimentos que se hacen fritos están con la mitad de los encuestados el plátano, el pescado fresco y el huevo. Nadie menciona utilizar el método de cocción por microondas.

Tabla 10. Persona que prepara los alimentos en el hogar la mayoría de las veces.

Persona que prepara los alimentos	Cantidad de personas
Yo mismo (a)	4
Alguien de la familia (esposo (a), hijo (a), padres, abuelos, etc)	6

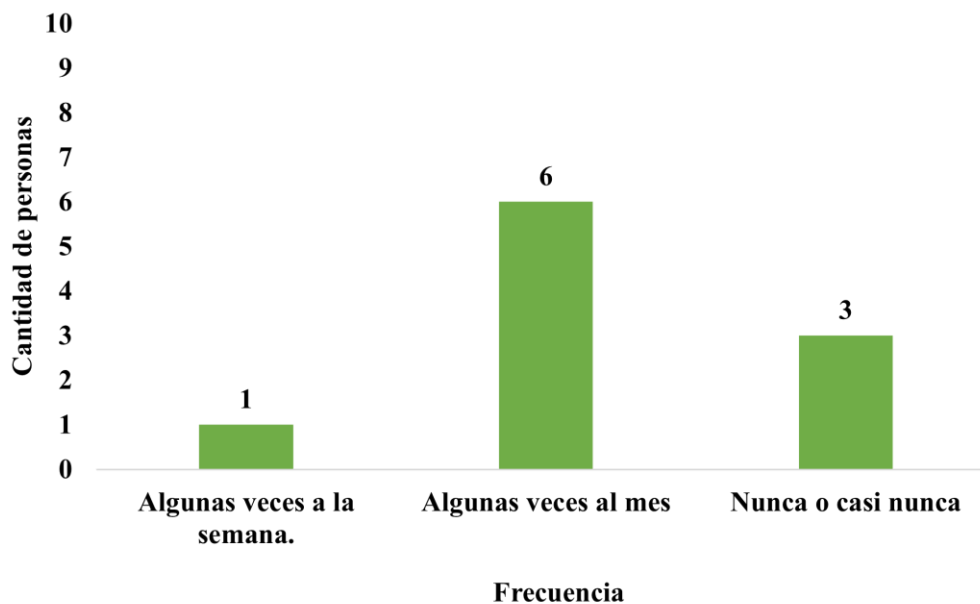
En la *Tabla 10* se observa que la persona que prepara los alimentos en el hogar mayoritariamente es alguien de la familia (esposo (a), hijo (a), padres, abuelos, etc) representado con seis personas, mientras que cuatro personas preparan los alimentos ellos mismo. Ninguna persona menciona que alguien fuera de la familia u otra persona prepara los alimentos en el hogar.

Tabla 11. Tipo de grasa utiliza para la cocción de los alimentos la población encuestada en la prueba piloto.

Persona que prepara los alimentos	Cantidad de personas
Aceite vegetal (soya, girasol, maíz, etc.)	8
Aceite en spray (oliva, canola, girasol, etc.)	2

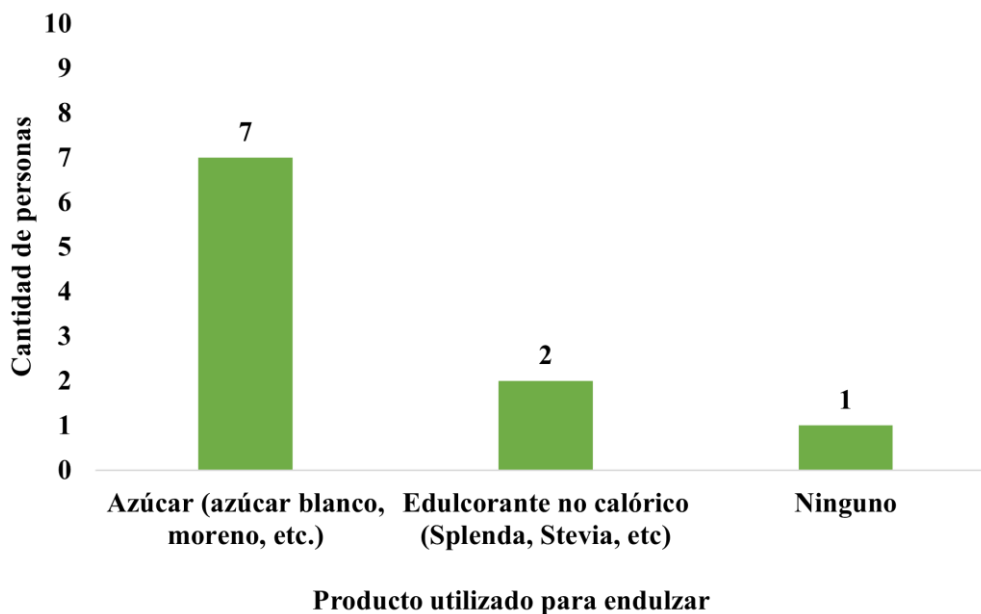
Con base al tipo de grasa que utilizan para la cocción de los alimentos en el hogar, en la *Tabla 11* se muestra que la mayoría de los encuestados que son ocho personas usan el Aceite vegetal (soya, girasol, maíz, etc.) y solo dos personas utilizan aceite vegetal (soya, girasol, maíz, etc.). Siendo estos dos tipos los únicos que la población menciona utilizar con más frecuencia. Por su parte la manteca vegetal, la manteca animal y la mantequilla o margarina no la utiliza nadie.

Figura 6. Frecuencia en la que consumen alimentos ya preparados, comprados como, por ejemplo: casados, pizza, hamburguesas, pollo frito, etc., la población.



En la *Figura 6* se encuentra que la frecuencia de consumo de alimentos ya preparados, comprados como casados, pizza, hamburguesas, pollo frito, etc, es mayormente algunas veces al mes, con seis personas que lo seleccionaron. Luego se tiene que tres personas nunca o casi nunca consumen alimentos ya preparados y por último una persona que los consume algunas veces a la semana. Ninguna persona lo consume todos o casi todos los días.

Figura 7. Producto que se usa mayormente en el hogar para endulzar las bebidas calientes o frías la población encuestada en la prueba piloto.



En términos del producto que mayormente se utiliza en los hogares para endulzar bebidas calientes o frías, en la *Figura 7* se encuentra que el azúcar (azúcar blanco, moreno, etc.) es el que utiliza la mayoría de los encuestados con más de la mitad de los encuestados, que son ocho personas que lo seleccionaron, seguido dos personas que utilizan un edulcorante no calórico (Splenda, Stevia, etc.) y por último una persona que no consumo ningún tipo de endulzante. La miel de abeja, la tapa de dulce y otros, ninguna persona lo utiliza para endulzar bebidas frías o calientes.

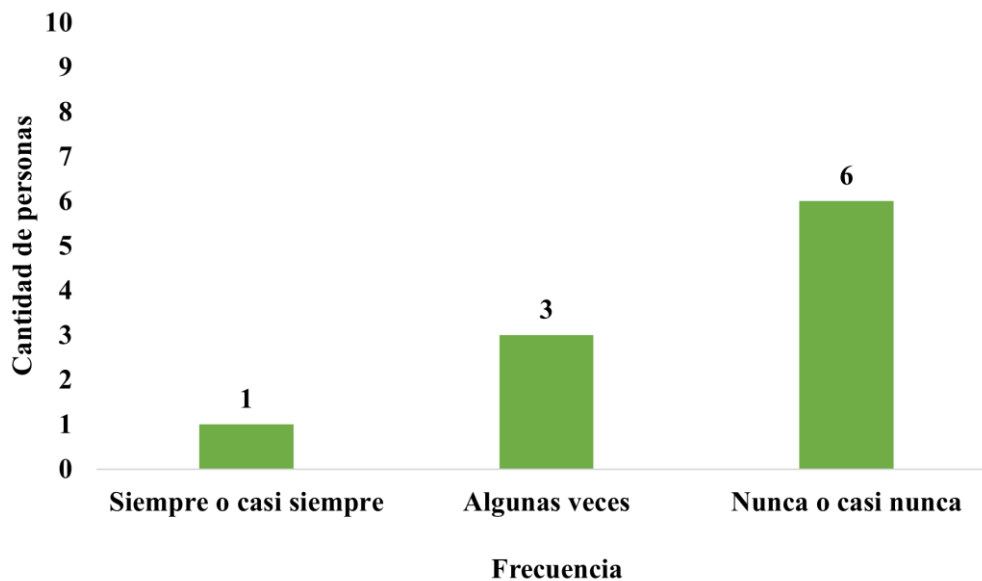
Tabla 12. Cantidad de endulzante en bebidas calientes y frías que utiliza la población encuestada en la prueba piloto.

Bebida	Cantidad de cucharaditas			
	1-2 cucharaditas	3-4 cucharaditas	Más de 4 cucharaditas	No endulzo
Bebidas calientes (te, café, infusiones)	8	1		1
Bebidas frías (refrescos, batidos, etc.)	6		2	2

En la *Tabla 12* se indica la cantidad de endulzante que se utiliza en bebidas calientes (te, café, infusiones) y bebidas frías (refrescos, batidos, etc.), teniendo que las personas que agregan de 1-2 cucharaditas a las bebidas calientes son ocho y en bebidas frías son seis.

Luego solo una persona agrega de 3-4 cucharaditas a las bebidas calientes, dos personas agregan más de 4 cucharaditas a las bebidas frías y por último tres personas no endulzan sus bebidas, teniendo una que no endulza bebidas calientes y dos que no endulzan bebidas frías.

Figura 8. Frecuencia en la que se acostumbra a agregar sal a los alimentos ya servidos en la mesa en la población encuestada en la prueba piloto.



En la *Figura 8* se observa la frecuencia en la que la población en los hogares acostumbra a agregar sal a los alimentos después de servidos en la mesa. Un poco más de la mitad menciona nunca o casi nunca agregar sal a los alimentos ya servidos, tres personas lo hacen algunas veces y una persona lo hace siempre o casi siempre.

Tabla 13. Frecuencia de consumo de alimentos en la población encuestada en la prueba piloto.

Alimento	Frecuencia			
	Todos los días o casi todos los días	Algunas veces a la semana	Algunas veces al mes	Nunca o casi nunca
Harinas (Arroz, pan, galletas, tortillas etc.)	9	1		
Leguminosas (frijoles, garbanzos, lentejas, etc.)	5	3	2	
Vegetales harinosos (plátano, papa, yuca, banano verde etc.)	3	6	1	
Vegetales no harinosos (Tomate, zanahoria, pepino, repollo etc.)	3	6	1	
Frutas (banano, manzana, naranja, etc.)	2	8		
Lácteos (queso, leche, yogurt etc.)	2	6	2	
Huevos	6	4		
Carnes (pollo, res, cerdo)	4	5	1	
Pescado y mariscos enlatados (atún, sardinas, calamares, etc.)	2	5	1	2
Pescados y mariscos frescos (camarones, tilapia, corvina etc.)	2	5		3
Embutidos (Salchichón, salchicha, chorizo, etc.)	2	6	2	
Condimentos (consomé, sazónadores, salsas, etc.)	5	5		
Alimentos ricos en grasas (mantequilla, margarina, natilla, paté, aderezos, etc.)	2	7	1	
Comidas rápidas (pizza, hamburguesa, pollo frito, tacos etc.)	1	3	5	1
Bebidas procesadas azucaradas (Coca Cola, Tropical, Fresco-leche etc.)	1	5	4	
Bebidas alcohólicas (cerveza, ron, wiski, etc.)	1	3	3	3
Snacks (papas fritas, tortillas tostadas)	1	5	2	2
Semillas (Maní, nueces, almendras, etc.)	1	5	2	2
Dulces (mermeladas, miel de abeja, confites, chocolates, helados, repostería, galletas dulces etc.)	1	5	3	1

En la *Tabla 13* se muestra la frecuencia de consumo de alimentos en la población encuestada, teniendo que todas las personas todos los días o casi todos los días consumen harinas (arroz, pan, galletas, tortillas etc.) que se representa con nueve personas, seguido con seis encuestados los huevos y con cinco personas las leguminosas (frijoles, garbanzos, lentejas, etc.) y los condimentos (consomé, sazónadores, salsas, etc.); por otra parte, los que menos se consumen todos o casi todos los días son las comidas rápidas (pizza, hamburguesa, pollo frito, tacos etc.), las bebidas procesadas azucaradas (Coca Cola, Tropical, Fresco-leche etc.), las bebidas alcohólicas (cerveza, ron, wiski, etc.), los snacks (papas fritas, tortillas tostadas), las semillas (maní, nueces, almendras, etc.) y los dulces (mermeladas, miel de abeja, confites, chocolates, helados, repostería, galletas dulces etc.) ya que solo se muestra una persona en cada una de estas categorías.

De los alimentos que se consumen algunas veces a la semana están con ocho personas las frutas (banano, manzana, naranja, etc.), con siete personas los alimentos ricos en grasas (mantequilla, margarina, natilla, paté, aderezos, etc.) y con seis personas los vegetales harinosos (plátano, papa, yuca, banano verde etc.), los vegetales no harinosos (tomate, zanahoria, pepino, repollo etc.), los lácteos (queso, leche, yogurt etc.) y los embutidos (salchichón, salchicha, chorizo, etc.). Para los alimentos que se consumen algunas veces al mes, el que más se muestra con cinco personas son las comidas rápidas, seguido de las bebidas procesadas azucaradas con cuatro personas.

Por último, dentro de los alimentos que nunca o casi nunca se consumen están con tres personas los pescados y mariscos frescos (camarones, tilapia, corvina etc.) y las bebidas alcohólicas.

ANEXO 4. SOLICITUD DE APROBACIÓN DE CAMBIO DE TEMA



SOLICITUD CAMBIO DE TEMA REQUISITO DE GRADUACIÓN: TESINA O TESIS

Yoselin Manuela Quesada Zúñiga, estudiante de la carrera de Nutrición, cédula de identidad: 6 0424 0938, solicito autorización a la Dirección de la Carrera de: Nutrición, para realizar modificaciones al tema de mi tesis: Compra de alimentos y los hábitos alimentarios de personas de Parrita, Puntarenas, 2023.

por las siguientes razones:

El título del tema no muestra de qué trata la investigación, no queda claro lo que se quiere investigar.

El nuevo tema sería: RELACIÓN ENTRE LA COMPRA DE ALIMENTOS Y LOS HÁBITOS ALIMENTARIOS DE PERSONAS DE PARRITA, PUNTARENAS, 2023

PARA USO EXCLUSIVO DEL DIRECTOR DE CARRERA

Una vez analizada la solicitud del estudiante, se proceda a:
Aprobar la solicitud.

Firma director (a)

Dado en San José, a los 19 días del mes de Junio ,del 2023.

ANEXO 5. DECLARACIÓN JURADA

Yo Yoselin Manuela Quesada Zúñiga, cédula de identidad número 6-0424-0938, en condición de egresado de la carrera de Nutrición de la Universidad Hispanoamericana, y advertido de las penas con las que la ley castiga el falso testimonio y el perjurio, declaro bajo la fe del juramento que dejo rendido en este acto, que mi trabajo de graduación, para optar por el título de Licenciatura en Nutrición, juro solemnemente que mi trabajo de investigación titulado “RELACIÓN ENTRE LA COMPRA DE ALIMENTOS Y LOS HÁBITOS ALIMENTARIOS DE PERSONAS DE PARRITA, PUNTARENAS, 2023” es una obra original y para su realización he respetado todo lo preceptuado por las Leyes Penales, así como la Ley de Derechos de Autor y Derecho Conexos, número 6683 del 14 de octubre de 1982 y sus reformas, publicada en la Gaceta número 226 del 25 de noviembre de 1982; especialmente el numeral 70 de dicha ley en el que se establece: “Es permitido citar a un autor, transcribiendo los pasajes pertinentes siempre que éstos no sean tantos y seguidos, que puedan considerarse como una producción simulada y sustancial, que redunde en perjuicio del autor de la obra original”. Asimismo, que conozco y acepto que la Universidad se reserva el derecho de protocolizar este documento ante Notario Público. Firmo, en fe de lo anterior, en la ciudad de San José, el 23 de noviembre de 2023.



Firma del estudiante

YOSELIN MANUELA QUESADA ZÚÑIGA

Cedula: 604240938

ANEXO 6. CARTA DE APROBACIÓN DE TUTOR

San José, 20 de noviembre de 2023

Señores
Comisión de Revisión de Tesis
Universidad Hispanoamericana

Estimados señores:

La estudiante **Yoselin Manuela Quesada Zúñiga**, cédula de identidad número 6-0424-0938, me ha presentado, para efectos de revisión y aprobación, el trabajo de investigación denominado "RELACIÓN ENTRE LA COMPRA DE ALIMENTOS Y LOS HÁBITOS ALIMENTARIOS DE PERSONAS DE PARRITA, PUNTARENAS, 2023", el cual ha elaborado para optar por el grado académico de licenciatura.

En mi calidad de tutor, he verificado que se han hecho las correcciones indicadas durante el proceso de tutoría y he evaluado los aspectos relativos a la elaboración del problema, objetivos, justificación; antecedentes, marco teórico, marco metodológico, tabulación, análisis de datos; conclusiones y recomendaciones.

De los resultados obtenidos por la postulante, se obtiene la siguiente calificación:

a) ORIGINALIDAD DEL TEMA	10% 10
b) CUMPLIMIENTO DE ENTREGA DE AVANCES	20% 20
c) COHERENCIA ENTRE LOS OBJETIVOS, LOS INSTRUMENTOS APLICADOS Y LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACION	30% 30
d) RELEVANCIA DE LAS CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	20% 20
e) CALIDAD, DETALLE DEL MARCO TEORICO	20% 20
TOTAL	100

En virtud de la calificación obtenida, se avala el traslado al proceso de lectura.

Atentamente,



Víctor Rodríguez Arias
Cédula identidad N: 1 470 539

ANEXO 7. CARTA DE APROBACIÓN DE LECTOR**CARTA DEL LECTOR**

14 diciembre, 2023

*Sres.
Departamento de Registro
Universidad Hispanoamericana*

Estimados:

La estudiante **Yoselin Manuela Quesada Zúñiga**, cédula **6-0424-0938**, me ha presentado, para efectos de revisión y aprobación, el trabajo final de graduación en la modalidad de tesis denominado: **“Relación entre la compra de alimentos y los hábitos alimentarios de personas de Parrita, Puntarenas, 2023”**, el cual ha elaborado para optar por el grado académico de Licenciatura en Nutrición.

En mi calidad de lector, he revisado y hecho las observaciones relativas al contenido; particularmente en relación con la coherencia del marco teórico, el diseño, la consistencia de los datos recopilados, el análisis de estos, la relación con los objetivos y las conclusiones brindadas; asimismo, las recomendaciones en términos de aporte de la investigación. Además, he verificado que se han realizado las modificaciones correspondientes a las observaciones indicadas.

Por consiguiente, doy como **aprobado** el documento, dando así con mi aval para continuar con las siguientes fases del proceso.



Dr. Pablo Mora Poveda. MBA
Nutricionista | CPN: 2787-19
Ced: 6 0389 0451

ANEXO 8. AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN

**UNIVERSIDAD HISPANOAMERICANA
CENTRO DE INFORMACION TECNOLOGICO (CENIT)
CARTA DE AUTORIZACIÓN DE LOS AUTORES PARA LA CONSULTA, LA
REPRODUCCION PARCIAL O TOTAL Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DE LOS
TRABAJOS FINALES DE GRADUACION**

San José, 23 de noviembre 2023

Señores:
Universidad Hispanoamericana
Centro de Información Tecnológico (CENIT)

Estimados Señores:

El suscrito (a) Yoselin Manuela Quesada Zúñiga con número de identificación 604240938 autor (a) del trabajo de graduación titulado RELACIÓN ENTRE LA COMPRA DE ALIMENTOS Y LOS HÁBITOS ALIMENTARIOS DE PERSONAS DE PARRITA, PUNTARENAS, 2023 presentado y aprobado en el año 2023 como requisito para optar por el título de Licenciatura en Nutrición; SI autorizo al Centro de Información Tecnológico (CENIT) para que con fines académicos, muestre a la comunidad universitaria la producción intelectual contenida en este documento.

De conformidad con lo establecido en la Ley sobre Derechos de Autor y Derechos Conexos N° 6683, Asamblea Legislativa de la República de Costa Rica.

Cordialmente,



Yoselin Manuela Quesada Zúñiga

604240938

Firma y Documento de Identidad