

RESUMEN

El presente proyecto tiene el propósito de establecer un análisis del comportamiento del consumidor de productos lácteos en el Distrito Metropolitano de Quito y la relación que el semáforo nutricional tiene con la percepción de compra del mismo, basándose en fuentes de información bibliográfica referente al consumo actual de las principales bebidas lácteas en el Ecuador, como lo es queso, leche, yogurt. Sabiendo además que a nivel mundial las cifras de enfermedades causadas por la mala alimentación tales como el sobrepeso, la diabetes, irregularidades en la presión arterial, entre otras, tiene incidencia de muerte. Además se analizan datos referentes a investigaciones anteriores sobre el consumidor, además la metodología usada fue mixta, en donde se realizó una investigación cualitativa por un lado basada en la entrevista hacia los directivos de diversas empresas productoras de lácteos, además de un focus group a diferentes profesionales de la salud y personas especialistas en publicidad, psicología, entre otros cargos afines a la nutrición frente al uso del semáforo nutricional. A su vez se ejecutó la investigación cualitativa, a partir del cálculo de la muestra de cinco parroquias del Distrito Metropolitano de Quito, en donde se pudo obtener que de 136 consumidores encuestados, el 51,47% quienes si se preocupan por el contenido nutricional de sus productos, lo que es un número significativo después de incluido el semáforo nutricional.

PALABRAS CLAVE

- **SEMÁFORO NUTRICIONAL**
- **CONSUMIDOR**
- **PERCEPCIÓN**
- **LÁCTEOS**

ABSTRACT

The present project has the purpose of establishing an analysis of the consumer behavior of dairy products in the Metropolitan District of Quito and the relation that the nutritional semaphore has with the perception of purchase of the same, based on sources of bibliographical information referring to the current consumption of the main dairy drinks in Ecuador, such as cheese, milk, yogurt. Knowing also that at a global level the numbers of diseases caused by poor diet such as being overweight, diabetes, irregularities in blood pressure, among others, has an incidence of death. In addition, data related to previous research on the consumer are analyzed, in addition the methodology used was mixed, where a qualitative investigation was carried out on the one hand based on the interview with the managers of several dairy companies, as well as a focus group on different health professionals and specialists in advertising, psychology, among other positions related to nutrition versus the use of nutritional semaphore. In turn, qualitative research was carried out, based on the calculation of the sample of five parishes of the Distrito Metropolitano de Quito, where it was possible to obtain that of 136 consumers surveyed, 51.47% who, if they are concerned about the nutritional content of their products, which is a significant number after including the nutritional semaphore.

KEYWORDS

- **NUTRITIONAL-SEMAPHOR**
- **CONSUMER**
- **PERCEPTION**
- **DAIRY PRODUCTS**