



Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión

Escuela de Posgrado

Uso del etiquetado nutricional y su relación en la decisión de compra de alimentos industrializados por estudiantes de gastronomía de un Instituto Privado Continental, Huancayo - 2024

Tesis

Para optar el Grado Académico de Maestro en Ciencias de los Alimentos

Autor

Jonathan Paul Flores Medrano

Asesor

M(o). Elfer Orlando Obispo Gavino

ELFER ORLANDO OBISPO GAVINO
Código del Docente: DMU 002

Huacho - Perú

2026



Reconocimiento - No Comercial – Sin Derivadas - Sin restricciones adicionales

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

Reconocimiento: Debe otorgar el crédito correspondiente, proporcionar un enlace a la licencia e indicar si se realizaron cambios. Puede hacerlo de cualquier manera razonable, pero no de ninguna manera que sugiera que el licenciante lo respalda a usted o su uso. **No Comercial:** No puede utilizar el material con fines comerciales. **Sin Derivadas:** Si remezcla, transforma o construye sobre el material, no puede distribuir el material modificado. **Sin restricciones adicionales:** No puede aplicar términos legales o medidas tecnológicas que restrinjan legalmente a otros de hacer cualquier cosa que permita la licencia.



UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN

LICENCIADA

(Resolución de Consejo Directivo N° 012-2020-SUNEDU/CD de fecha 27/01/2020)

Escuela o Escuela de Posgrado

METADATOS

DATOS DEL AUTOR:		
APELLIDOS Y NOMBRES	DNI	FECHA DE SUSTENTACIÓN
Flores Medrano Jonathan Paul	47476758	20-03-2026
DATOS DEL ASESOR:		
APELLIDOS Y NOMBRES	DNI	CÓDIGO ORCID
M(O). Obispo Gavino Elfer Orlando	15721919	https://orcid.org/0000-0002-9238-6179
DATOS DE LOS MIEMBROS DE JURADOS –POSGRADO-MAESTRÍA		
APELLIDOS Y NOMBRES	DNI	CÓDIGO ORCID
Dr. Miranda Cabrera Danton Jorge	07046189	https://orcid.org/0000-0003-2594-4000
Dr. Vasquez Clavo Guillermo Napoleón	06100596	https://orcid.org/0000-0001-5909-5372
Dr. Fernández Herrera Fredesvindo	40588728	https://orcid.org/0000-0003-2973-7973

Jonathan Paul Flores Medrano 2025-095232

USO DEL ETIQUETADO NUTRICIONAL Y SU RELACIÓN EN LA DECISIÓN DE COMPRA DE ALIMENTOS INDUSTRIALIZADOS ...

 Quick Submit

 Quick Submit

 DGI_Tesis Posgrado 2025

Detalles del documento

Identificador de la entrega

trn:oid::1:3440676306

Fecha de entrega

10 dic 2025, 11:08 a.m. GMT-5

Fecha de descarga

10 dic 2025, 11:13 a.m. GMT-5

Nombre del archivo

TESIS_MAESTRIA_JONATHAN_FLORES_MEDRANO.pdf

Tamaño del archivo

1.3 MB

81 páginas

16.131 palabras

84.581 caracteres



Página 2 de 89 - Descripción general de integridad

Identificador de la entrega trn:oid::1:3440676306

20% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Filtrado desde el informe

▸ Coincidencias menores (menos de 10 palabras)

Exclusiones

▸ N.º de fuentes excluidas

▸ N.º de coincidencias excluidas

Fuentes principales

20%  Fuentes de Internet

7%  Publicaciones

10%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

DEDICATORIA

A mi abuela María, desde dónde se encuentra sé que sigue apoyándome como lo hacía en vida.

A mi hermano Aldo, porque sé que le hubiese gustado compartir mi alegría por la obtención del grado.

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, expreso mi agradecimiento a Dios, por darme las fuerzas en los momentos de decaimiento, permitiéndome avanzar en mi desarrollo personal y profesional.

En segundo lugar, es considerable mi agradecimiento al M(o). Elfer Orlando Obispo Gavino por el apoyo brindado en la construcción de esta investigación, rompiendo las dificultades de la distancia.

En tercer lugar, agradezco a mis padres por el apoyo constante que me brindan en cada etapa de mi vida haciéndome sentir conmovido con los gestos de cariño que tienen hacia conmigo.

ÍNDICE

DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
ÍNDICE	v
ÍNDICE DE TABLAS	vii
ÍNDICE DE FIGURAS	ix
ÍNDICE DE ANEXOS	x
RESUMEN	xii
ABSTRACT	xiii
INTRODUCCIÓN	xiv
CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1.1. Descripción de la realidad problemática	1
1.2. Formulación del problema	2
1.2.1. Problema general.	2
1.2.2. Problemas específicos.	2
1.3. Objetivos de la Investigación	3
1.3.1. Objetivo general.	3
1.3.2. Objetivos específicos.	3
1.4. Justificación de la investigación	3
1.4.1. Conveniencia.	3
1.4.2. Relevancia social.	4
1.4.3. Implicancias prácticas.	4
1.4.4. Valor teórico.	4
1.5. Delimitaciones del estudio	4
1.6. Viabilidad del estudio	4
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	6
2.1. Antecedentes del problema	6
2.1.1. Investigaciones internacionales.	6
2.1.2. Investigaciones nacionales.	7
2.2. Bases teóricas	9
2.3. Definición de términos básicos	14
2.4. Hipótesis de investigación	16
2.4.1. Hipótesis general	16
2.4.2. Hipótesis específica	16
2.4.3. Operacionalización de las Variables	18
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA	19
3.1. Diseño metodológico	19
3.2. Población	19

3.3. Técnicas de Recolección de Datos	19
3.4. Técnicas para el Procesamiento de la Información	19
CAPÍTULO IV: RESULTADOS	21
4.1. Análisis descriptivo	21
4.2. Análisis inferencial	35
4.3. Contrastación de hipótesis	37
4.3.1. Contrastación de hipótesis general	37
CAPÍTULO V: DISCUSIÓN	39
CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	43
6.1. Conclusiones	43
6.2. Recomendaciones	43
CAPÍTULO VII: REFERENCIAS	45
ANEXOS	51

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.	Operacionalización de variables	18
Tabla 2.	Nivel del uso etiquetado nutricional en estudiantes	21
Tabla 3.	Percepción sobre la importancia de los octógonos nutricionales en estudiantes	22
Tabla 4.	Percepción sobre la importancia de la información de ingredientes en estudiantes	23
Tabla 5.	Percepción sobre la importancia de los mensajes textuales en el etiquetado en estudiantes	24
Tabla 6.	Percepción sobre la importancia de la información nutricional en estudiantes	25
Tabla 7.	Percepción sobre la importancia de la información del lugar de fabricación en el etiquetado en estudiantes	26
Tabla 8.	Percepción sobre la importancia del diseño del empaque en el etiquetado nutricional en estudiantes	27
Tabla 9.	Nivel de la decisión de compra en estudiantes	28
Tabla 10.	Percepción sobre si observar los octógonos despierta un sentido de alerta útil para la compra	29
Tabla11.	Percepción sobre la relevancia de la información de ingredientes para el consumo	30
Tabla 12.	Percepción sobre la influencia de los mensajes textuales en la elección de compra	31
Tabla 13.	Percepción sobre la influencia de la información nutricional en la elección de compra	32

Tabla 14.	Percepción sobre la influencia del origen del producto en la elección de compra	33
Tabla 15.	Percepción sobre la importancia de la innovación del diseño del empaque en la elección de un producto	34
Tabla 16.	Análisis de normalidad	35
Tabla 17.	Cuadro de relación entre el etiquetado nutricional y la decisión de compra	36
Tabla 18.	Cuadro de relación entre las dimensiones del etiquetado nutricional y la decisión de compra	36
Tabla 19.	Relación entre los Mensajes de Texto y la Decisión de Compra	37
Tabla 20.	Relación entre la Información Nutricional y la Decisión de Compra	37
Tabla 21.	Relación entre el País de Origen y la Decisión de Compra	38
Tabla 22.	Relación entre el Diseño de Empaque y la Decisión de Compra	38
Tabla 23.	Relación entre la Percepción e Influencia de la Información del Producto y el Etiquetado Nutricional	39
Tabla 24.	Relación entre la Influencia de los Mensajes y Características del Producto y el Etiquetado Nutricional	39
Tabla 25.	Relación entre el Diseño y Presentación y el Etiquetado Nutricional	40

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.	Porcentaje de uso etiquetado nutricional	21
Figura 2.	Porcentaje de importancia de los octógonos nutricionales	22
Figura 3.	Porcentaje de importancia de la información de ingredientes	23
Figura 4.	Porcentaje de importancia de los mensajes textuales en el etiquetado	24
Figura 5.	Porcentaje de importancia de la información nutricional	25
Figura 6.	Porcentaje de importancia de la información del lugar de fabricación en el etiquetado	26
Figura 7.	Porcentaje de importancia del diseño del empaque en el etiquetado nutricional	27
Figura 8.	Porcentaje de decisión de compra	28
Figura 9.	Porcentaje de estudiantes que perciben los octógonos como una alerta útil en la compra	29
Figura 10.	Porcentaje de estudiantes que consideran relevante la información de ingredientes para el consumo	30
Figura 11.	Porcentaje de estudiantes que perciben influencia de los mensajes textuales en su elección de compra	31
Figura 12.	Porcentaje de estudiantes que perciben influencia de la información nutricional en su elección de compra	32
Figura 13.	Porcentaje de estudiantes que perciben influencia del origen del producto en su elección de compra	33

Figura 14. Porcentaje de estudiantes que consideran importante la innovación del diseño del empaque en la elección de un producto	34
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1.	Solicitud de permiso	55
Anexo 2.	Consentimiento informado	56
Anexo 3.	Cuestionario sobre la importancia de las características del etiquetado nutricional	57
Anexo 4.	Cuestionario sobre la decisión de compra	59
Anexo 5.	Prueba de confiabilidad	61
Anexo 6.	Base de datos de los estudiantes de gastronomía del primer ciclo del instituto continental	62

RESUMEN

En la presente investigación el objetivo fue determinar el uso del etiquetado nutricional y su relación con la decisión de compra de alimentos industrializados por estudiantes de gastronomía de un instituto privado, la metodología fue de tipo correlacional, descriptiva y transversal, donde se utilizaron dos cuestionarios validados de una investigación previa para determinar las características del etiquetado y la decisión de compra aplicados a 80 estudiantes del primer ciclo de gastronomía de un instituto privado en la ciudad de Huancayo, resultando que 32 estudiantes señalaron como “poco importante” el uso del etiquetado nutricional en alimentos industrializados, así mismo 47 estudiantes determinaron como “adecuada” su decisión de compra, siendo que la característica más resaltante relacionada con la compra fue el octógono nutricional, seguido por los ingredientes, país de origen, información nutricional y mensaje de texto, además el diseño del empaque no tiene relación con la decisión. En conclusión, se determinó que los estudiantes de gastronomía no utilizan escasamente el etiquetado nutricional, siendo que el 27.5% de los estudiantes registró como “Poco importante” generando compras inadecuadas de este tipo de alimentos.

Palabras clave: Etiquetado, decisión, compra, alimentos industrializados, gastronomía, octógono nutricional.

ABSTRACT

The present research aimed to determine the use of nutritional labeling and its relationship in the purchase decision of industrialized foods by gastronomy students from a private institute, in terms of materials and methods, this research is correlational, descriptive and transversal, where two validated questionnaires from a previous investigation were used to determine the characteristics of the labeling and the purchase decision applied to 80 students of the first cycle of gastronomy of a private institute in the city of Huancayo, resulting that 32 students indicated as "unimportant" the use of nutritional labeling in industrialized foods, likewise 47 students determined as "adequate" their purchase decision, being that the most outstanding characteristic related to the purchase was the nutritional octagon, followed by the ingredients, country of origin, nutritional information and text message, in addition the design of the packaging has no relation to the decision. In conclusion, it was determined that gastronomy students from a private institute in the city of Huancayo do not use nutritional labeling in the purchasing decision of processed foods, with 27.5% of the students registering it as "Not very important" generating inappropriate purchases of this type of food.

Keywords: Labeling, decision, purchase, processed foods, gastronomy, nutritional octagon.

INTRODUCCIÓN

Actualmente las enfermedades no transmisibles representan el 70% de fallecimiento a nivel mundial según la OMS, donde los factores como el consumo desproporcionado de alimentos industrializados ha motivado tales cifras, siendo las enfermedades más recurrentes como diabetes, cardiopatías coronarias y accidentes cerebrovasculares; éstas tienen una relación con los alimentos con nutrientes críticos, según datos informativos de esta entidad internacional.

Frente a esta situación se estableció el uso del etiquetado de advertencia en los alimentos industrializados con la finalidad de que las personas puedan informarse sobre la composición de los nutrientes críticos que pudiesen tener este tipo de alimentos, de esa manera regulando su consumo.

La ley chilena de la composición nutricional alimentaria y su etiquetado, promulgada el año 2012, siendo una herramienta importante para conocer la composición de los alimentos que consumen en ese país generando elecciones alimenticias saludables y más consientes, de esta forma los chilenos pueden prevenir fácilmente las enfermedades no transmisibles y comparar alimentos para una elección más propicia a sus necesidades. Esta ley se ve reforzada con el manual del etiquetado nutricional cuya última versión fue realizada el año 2022 donde establecen a las advertencias alto en azúcares, alto en calorías, alto en grasas saturadas y alto en sodio.

La ley 30021 promulgada el año 2019 en Perú, en el Capítulo IV sobre la publicidad de alimentos y bebidas, establece que aquellos que sobrepasen los nutrientes permitidos deban incluir la advertencia nutricional de alto en sodio, grasas saturadas, azúcar y contiene grasas trans, para generar el conocimiento de los nutrientes críticos en los alimentos industrializados; también en el Capítulo VI hace mención sobre el Manual de advertencias publicitarias para incorporar en el rotulado a los octógonos nutricionales mencionados.

Entendiendo la situación de salud descrita, esta investigación se propone a responder ¿cuál es el uso del etiquetado nutricional y su relación en la decisión de compra de alimentos industrializados por estudiantes de gastronomía de un instituto privado?, siendo que ellos realizan la preparación de alimentos utilizando también alimentos industrializados, de esta forma los resultados permitirán conocer sobre la tomada de decisiones en la compra de estos alimentos.

CAPITULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción de la realidad problemática

El constante ascenso tecnológico e incremento de actividades diarias ha generado que las personas prefieran consumir alimentos industrializados por su fácil utilización. En el año 2019, la FAO señala que durante los últimos años se incrementó el consumo de alimentos industrializados en un 9,2%, generando relación con el alza del índice de crecimiento de enfermedades no transmisibles como obesidad, patologías coronarias e hipertensión en distintas poblaciones, donde la omisión o poca comprensión de la lectura de etiquetas del empaque son un factor para una elección no informada de estos productos (ONU,2019).

La Organización Panamericana de Salud en el años 2015, menciona que entre el año 2000 al 2013, el consumo de alimentos industrializados se incrementó en un 26,7% en países latinoamericanos generando una importante relación en el incremento de personas con obesidad y sobrepeso, tales como niños y adolescentes entre 5 y 19 años que aumentaron alarmantemente en un 18,5% la tasa de obesidad para el año 2016, así también explica que el exceso de nutrientes de este tipo de alimentos sirven como conservantes para mantenerlos en los anaqueles y no como requerimiento alimentario (OPS,2015)

Un estudio realizado en Uruguay que incluyó a 588 personas entre 18 a 60 años, cuyo objetivo era evaluar los conocimientos relacionados al etiquetado nutricional de productos envasados, se obtuvo que el 10% siempre lee la información nutricional descrito en las etiquetas, considerando como dato más importante el contenido de grasa y la fecha de vencimiento, también un 12% no lee las etiquetas adquiriendo el producto sólo por afinidad, demostrando carencia informativa en la elección de estos alimentos. (Raggio y Berrondo, 2018, p. 891-900)

En Perú, de acuerdo con el INEI, en sólo una década se ha incrementado el consumo de alimentos industrializados en un 107 %, estos alimentos contienen altos valores de contenido en azúcar, sal y grasas; también se menciona que en la población infantil de 5 a 9 años se incrementó la obesidad y sobrepeso a 66 %, mientras que en la población mayor de 15 años se incrementó en un 18,3 %, evidenciando que el peruano tiene poco interés informativo por los alimentos que consume, eligiendo productos industrializados que contienen exceso de nutrientes. (Pajuelo, 2017, p. 180-184)

Actualmente muchas personas tienen problemas en la lectura e interpretación de estas etiquetas nutricionales ya sea porque los desconocen, carencia de tiempo en la compra o por considerarlos no importantes. En nuestro país se aceptó la normativa del etiquetado nutricional, con la finalidad de que las personas tengan una señalización de ayuda en la compra de alimentos, sin embargo, en muchas circunstancias esta señalización es omitida al momento de la toma de decisión y elección. (Mamani, 2021, p.17)

Los institutos de gastronomía brindan conocimientos culinarios a sus estudiantes en relación a la materia prima que utilizan para sus preparaciones, siendo los alimentos industrializados parte de estos insumos. De esta manera los estudiantes de gastronomía están relacionados directamente con el consumo de estos alimentos, utilizados en la preparación de comidas, panes, pasteles, bebidas, etc.; por ello la presente investigación busca conocer la asociación del uso de etiquetado nutricional y la decisión de compra por los estudiantes de gastronomía de un instituto en Huancayo.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema general

¿Cuál es el uso del etiquetado nutricional y su relación en la decisión de compra de alimentos industrializados por estudiantes de gastronomía de un instituto privado – Huancayo, 2024?

1.2.2. Problemas específicos

- a. ¿Cuál es el nivel del uso etiquetado nutricional en estudiantes de gastronomía de un instituto privado – Huancayo, 2024?
- b. ¿Cuál es el nivel de la decisión de compra de alimentos industrializados por estudiantes de gastronomía de un instituto privado – Huancayo, 2024?
- c. ¿Cuáles son las características del etiquetado que se relacionan con la decisión de compra de alimentos industrializados por estudiantes de gastronomía de un instituto privado – Huancayo, 2024?

1.3. Objetivos de la investigación

1.3.1. Objetivo general

Determinar el uso del etiquetado nutricional y su relación en la decisión de compra de alimentos industrializados por estudiantes de gastronomía de un instituto privado – Huancayo, 2024.

1.3.2. Objetivos específicos

- a. Determinar el nivel del uso etiquetado nutricional en estudiantes de gastronomía de un instituto privado – Huancayo, 2024.
- b. Determinar el nivel de la decisión de compra de alimentos industrializados por estudiantes de gastronomía de un instituto privado – Huancayo, 2024.
- c. Determinar la relación de las características del etiquetado en la decisión de compra de alimentos industrializados por estudiantes de gastronomía de un instituto privado – Huancayo, 2024.

1.4. Justificación de la investigación

1.4.1. Conveniencia

Esta investigación es útil en tres ámbitos fundamentales, tales como: social, puesto que beneficiará a estudiantes de gastronomía permitiéndoles que conozcan acerca de la información del etiquetado nutricional de los alimentos industrializados, así también permitirá a la sociedad en general reflexionar y educar a través de los octógonos nutricionales.

En el ámbito de salud, permitirá generar cambios de conducta saludables en la elección de alimentos para que las personas con diferentes condiciones de salud puedan consumir los nutrientes necesarios de acuerdo a sus requerimientos.

En lo académico, se buscará generar una fuente bibliográfica para que posteriores investigaciones continúen ampliando el conocimiento generado en esta investigación.

1.4.2. Relevancia Social

El presente estudio es relevante porque buscará explicar el uso del etiquetado nutricional y su relación en la decisión de compra de alimentos industrializados por estudiantes de gastronomía de un instituto privado – Huancayo, 2024; comunicando a los estudiantes de gastronomía y la sociedad sobre los alimentos industrializados, nutrientes críticos y la señalización respectiva para su elección informada.

1.4.3. Implicancias prácticas

Esta investigación considera a la ley de la Promoción de la alimentación saludable en niños y adolescentes para el conocimiento y uso del etiquetado nutricional por alumnos de Gastronomía en la compra de alimentos industrializados.

1.4.4. Valor teórico

Este estudio, desde una perspectiva teórica, busca reunir un marco teórico que construya la estructura e instrumentos de evaluación con la intención de saber el uso del etiquetado nutricional y su relación en la decisión de compra de alimentos industrializados por estudiantes de gastronomía de un instituto privado – Huancayo, 2024.

1.5. Delimitación del estudio

a. Delimitación espacial

Esta investigación se ejecutó en el Instituto Privado Continental ubicado en la provincia de Huancayo, región Junín, donde se aplicará el instrumento de evaluación a los alumnos de primer ciclo de la carrera de Gastronomía.

b. Delimitación temporal

Esta investigación, en base a la estructura, ejecución y tramitación, será desarrollada entre los meses de enero a junio del 2024.

1.6. Viabilidad del estudio

Esta investigación es factible bajo el sustento de los siguientes aspectos:

- El tesista o investigador posee disponibilidad de tiempo para llevar a cabo la investigación.
- El tesista dispone de materiales de escritorio, computadora, internet, etc. para la ejecución de la investigación.
- El tesista financiará la presente investigación.
- Se dispone de la aceptación de la directora del Instituto y coordinador de la carrera de Gastronomía para el desarrollo de la investigación.
- Se dispone de una población considerable para ejecutar la investigación.
- Se dispone de la metodología adecuada e instrumentos para el desarrollo de la investigación.
- Se dispone de investigaciones previas que enriquecen al presente estudio.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes del problema

2.1.1. Investigaciones internacionales

En Panamá, la investigación de Leal et al. (2023) cuyo objetivo era examinar cuánto conocen y el nivel de conocimiento y la regularidad de empleo del etiquetado frontal en consumidores de productos procesados, tiene un carácter descriptivo aplicado a 60 personas de la provincia, obteniendo que sólo el 27% conocen sobre el etiquetado frontal de productos procesados, concluyendo que existe un escaso conocimiento sobre el etiquetado frontal manifestando la necesidad de una política pública alimentaria para el consumidor.

En Colombia, Hernández et al. (2022) determinó la influencia en la interpretación de los octógonos en la compra de alimentos procesados, siendo que esta investigación fue de carácter descriptivo y observacional, aplicado a una muestra poblacional de 76 estudiantes, donde resultó que la decisión de compra estaba influenciada por la costumbre y la publicidad de los alimentos procesados, concluyendo que existe una baja interpretación de los sellos de advertencia nutricional para la compra de alimentos procesados por los estudiantes.

Pérez (2022), en Uruguay, analizó la influencia de las advertencias nutricionales en la publicidad de productos ultra procesados a través de la asociación libre, este estudio tuvo un diseño experimental con una población de 380 participantes divididos en dos grupos, uno de control y otro experimental, obteniendo como resultado que las advertencias nutricionales generan un aumento en la relación de la compra y calidad del producto, concluyendo que la inclusión de advertencias nutricionales influyen en la adquisición de productos ultra procesados.

En España. Frutos y Cerezo (2020) determinaron la efectividad de la inclusión del perfil nutricional y propiedades alimentarias en el comedor de una universidad para crear comportamientos alimenticios saludables, siendo transversal, correlacional y experimental aplicado a 48 universitarios resultando que existió una mejora en la comida de los universitarios por el etiquetado

nutricional de diversos alimentos que incluyeron en su dieta, concluyendo que los universitarios mostraron un alto grado de interés e importancia por los alimentos con etiquetas saludables.

Tolentino et al. (2018) realizaron un estudio en México para documentar la familiaridad y empleo del etiquetado de alimentos industrializados, usaron un diseño transversal y probabilístico, aplicado a 8667 adultos mayores de 20 años, se tuvo como resultados que el 41,5% elige los productos por la tabla de composición nutricional y sólo el 4,3% por el sello nutrimental, concluyendo que las instituciones de salud y alimentos de ese país deben implementar más el etiquetado con sellos de criterio nutricional siendo fáciles de leer y comprender.

2.1.2. Investigaciones nacionales

Valdera (2023) en Lima, determinó el efecto sobre las hábitos de consumo y decisión de compra de productos procesados de empleados de la empresa Suiza Lab., esta investigación fue descriptiva y no experimental, teniendo como muestra 100 trabajadores de la empresa, obteniendo que el 77% compraban alimentos procesados y el 79% de ellos eran influenciados por los octógonos nutricionales en la compra de los productos, así concluyendo que la gran mayoría entendían los octógonos como influencia en la compra de alimentos procesados.

Nicho (2022) estudió la relación entre el conocimiento de octógonos nutricionales y la conducta de compra de alimentos ultra procesados. La investigación se desarrolló con un enfoque cuantitativo, diseño no experimental y del tipo transversal correlacional, aplicado a 55 adultos; resultó que el 80% demostró un nivel alto de entendimiento y el 70% manifestó una conducta favorable en relación a la compra, concluyendo tuvieron un nivel alto de entendimiento sobre octógonos nutricionales y una conducta favorable de compra, pero sin relación entre las variables.

Quispe (2021) investigó sobre “Consumo de alimentos ultra procesados y el octógono nutricional en preescolares de la institución educativa Nuestra Señora del Carmen en Santa Anita”, cuyo objetivo fue identificar la influencia del octógono nutricional en la compra de productos ultra procesados, esta investigación fue de

carácter descriptivo y no experimental, así mismo la población estudiada estuvo conformada por 51 madres, donde resultó que el 70,6% de las madres utilizan los octógonos nutricionales al momento de realizar sus compras, el 21,6% compra alimentos sin octógonos y el 7,8% no los consideran relevantes. Se concluyó que el octógono nutricional está ayudando a las personas en la elección de alimentos procesados para mejorar su alimentación.

Quispe (2021) precisó las percepciones de madres de escolares con respecto al etiquetado frontal de alimentos, siendo una investigación de enfoque cualitativo, fenomenológico, no probabilístico; aplicado a 25 madres obteniendo como resultado que sólo el 50% tienen percepción del etiquetado frontal y no emplean los octógonos para la elección de los alimentos industrializados, concluyendo que las madres sólo reconocieron los octógonos de alto en azúcar y grasas saturadas.

Arroyo (2021) identificó la relación que existe entre los sellos de advertencia nutricional y la opción de consumo de alimentos elaborados industrialmente, esta investigación con orientación descriptiva y correlacional, dirigido a 73 estudiantes de Agronomía mostrando que el 63,3% tienen un alto nivel de las advertencias, así mismo el 76,2% reconocen la importancia de ellas para la selección de alimentos industrializados, concluyendo que la muestra poblacional tiene un alto conocimiento de octógonos en la etiqueta de alimentos industrializados y los emplean en la compra de estos.

Apaza (2020), en Tumbes, estableció el dominio de comprensión de alumnos de ingeniería forestal con relación a los productos con octógonos nutricionales, este estudio fue cuantitativo y descriptivo simple, realizado a 62 universitarios, resultando que el 95% de los universitarios tienen un conocimiento bajo concluyendo el estudio que existe un nivel bajo de comprensión y empleo de octógonos nutricionales en la elección de alimentos industrializados.

En Ayacucho Núñez (2020) midió impacto de las advertencias publicitarias en la toma de decisiones de compra, siendo de naturaleza cuantitativa y diseño no experimental, transversal y correlacional, realizado en 96 personas de centros de abastos, donde los resultados mostraron una influencia positiva en la preferencia de

compra, concluyendo que advertencias publicitarias tienen una relación moderada y directa al momento de realizar la adquisición de alimentos con advertencias.

En Trujillo, Vilas (2020), investigó la asociación de cualidades del etiquetado nutricional en la selección de alimentos ultra procesados, siendo una investigación básica de diseño no experimental y descriptivo correlacional, con un muestra de 373 alumnos de la carrera de Medicina Humana, cuyos resultados demostraron que el 52% de los estudiantes consideran que el octógono nutricional es el más importante, para la elección de alimentos ultra procesados, así también el 61.9% tuvo una percepción adecuada sobre la elección de los alimentos, sin relación significativa; se concluyó en la nula existencia de la relación.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Alimentos industrializados

2.2.1.1. Concepto

Son todos los alimentos procesados por la industria alimentaria en la cual se añaden muchos ingredientes, como: azúcares, sales, aceites, grasas, sustancias y aditivos alimentarios para modificar y mejorar su sabor y características sensoriales y también para prolongar su tiempo de almacenamiento. (Justo y Luna, 2022, p. 22-23)

2.2.1.2. Características de los alimentos industrializados

Según Justo y Luna (2022), las características son las siguientes:

- Los alimentos industrializados reciben tratamientos térmicos como la pasteurización y el escaldado para inactivar bacterias y enzimas respectivamente.
- Se usan aditivos para evitar que las grasas y azúcares de los alimentos propicien proceso de descomposición.
- El envasado de este tipo de alimentos protege al contenido de factores externos, además de cuidar que las personas manipulen de manera inadecuada estos alimentos.
- Se emplea la Fermentación como un método de transformación en la industria alimentaria.

- Existen tratamientos fríos que permiten la conservación de estos alimentos.
- Se usan diversos insumos para mezclar y producir un nuevo producto alimenticio, considerado también un método de transformación de alimentos.
- La deshidratación también es un método de conservación de los alimentos, donde se evapora el agua que los compone a través de un calor seco.
- En el procesamiento de los alimentos puede existir la pérdida del volumen, facilitando su manipulación y almacenamiento.

2.2.1.3. Tipos de alimentos industrializados

- Alimentos mínimamente procesados: Son aquellos alimentos donde su nivel de procesamiento ha sido bajo. No se agrega ningún tipo de aditivo para mejorar al producto. Se reconoce a este tipo de alimentos por la poca eliminación de algunas partes, pero su composición sigue siendo la misma, por ejemplo, frutas, verduras, carnes, pescados, huevos, lácteos, etc. (Justo y Luna, 2022, p. 22-23)
- Alimentos con procesado normal: Son aquellos que han sido intervenidos para producir alimentos seguros para su posterior consumo. Tienen modificaciones que son controladas, con el objetivo de mantener siempre los nutrientes del alimento, pero agregando otras sustancias para mejorar sus cualidades organolépticas, por ejemplo, azúcares, jarabes, harinas, etc. (Justo y Luna, 2022, p. 22-23)
- Alimentos ultra procesados: Son aquellos alimentos y bebidas que poseen un mayor nivel de procesamiento. Tienen muchos ingredientes para generar su propia composición nutricional, muy llamativa y que no necesita otros tratamientos de cocción. Tienen la cualidad de ser poco saludables, por ejemplo, postres, golosinas, piqueos, etc. (Justo y Luna, 2022, p. 22-23)

2.2.1.4. Consecuencias del consumo excesivo de alimentos industrializados

- Las personas con un nivel considerable de sensibilidad al sodio pueden manifestar dolores de cabeza, dermatitis y problemas respiratorios. (Justo y Luna, 2022, p. 15-20)
- Un consumo en exceso de azúcares procesados produce un aumento de la grasa en el cuerpo, también genera condiciones de salud no transmisibles como disfunción hepática, diabetes e insulinoresistencia. Adicionalmente, bebidas y alimentos procesados generan diarrea o reflujo gástrico por su contenido de azúcares no digeribles, que posteriormente desencadenan diversos tipos de cáncer. (Justo y Luna, 2022, p. 15-20)
- Un consumo en exceso de grasas saturadas produce un aumento de la grasa corporal, afectando a una concentración de colesterol alto, factor que puede conllevar a patologías como infartos cardiacos y cerebrales. (Justo y Luna, 2022, p. 15-20)

2.2.2. Advertencias nutricionales

2.2.2.1. Concepto

Son una fuente de información y advertencia para los consumidores. Permiten identificar a un alimento que excede los límites de consumo del sodio, las grasas saturadas, las grasas trans y el azúcar. (Justo y Luna, 2022, p. 19-20)

2.2.2.2. Octógonos nutricionales

Según Espinoza e Yrigoyen (2022), son etiquetas de forma octogonal que se colocan en la parte delantera de un alimento procesado para que la persona que adquiera este tipo de alimento pueda reconocer el nutriente de advertencia y generar una toma de decisión respecto a su compra con el fin de mantener una alimentación más sana.

2.2.2.3. Tipos de octógonos

- Azúcar: Materia de característica cristalina que compone el grupo bioquímico de los carbohidratos, extraído originalmente de la caña

de azúcar, posee sabor dulce y un color blanco en estado refinado, posee la capacidad de disolverse en el agua. Los parámetros actuales establecen el valor mayor igual a 10g./100g. en alimentos sólido y 5g./100 ml. en alimentos líquidos. (Justo y Luna, 2022, p. 19-21)

- Sodio: Elemento de la tabla química de característica metálica y alcalina, de color blanco brillante, de textura ligera y blanda, existe en abundancia sobre la superficie terrestre en forma de sales como el cloruro de sodio o sal común, posee diversas propiedades en el espacio inter e intra celular. El parámetro para este nutriente crítico es 400mg./100g. en alimentos sólidos y 100mg./100 ml. en alimentos líquidos. (Justo y Luna, 2022, p. 19-21)
- Grasas: Son aquellas sustancias de origen orgánico que están presentes en múltiples tejidos de animales y plantas, compuestos por ácidos grasos y glicerina. El parámetro establecido es mayor e igual a 4g./100g. en alimentos sólidos y 3g./100 ml. en alimentos líquidos. (Justo y Luna, 2022, p. 19-21)
- Grasas Trans: Son aquellas grasas resultantes de un proceso industrial al pasar de una grasa insaturada a una saturada a través del proceso de hidrogenación, siendo más perjudiciales que las grasas saturadas por generar problemas coronarios y arteriales. (Justo y Luna, 2022, p. 19-21)

2.2.2.4. Función de los octógonos nutricionales

- Favorecer el entendimiento de las personas hacia los alimentos procesados con sus respectivos nutrientes críticos y provocar una elección alimentaria más saludable. (Cruz, 2018, p. 22)
- Motivar al sector alimentario a producir alimentos cada vez alimentos con menos nutrientes críticos. (Cruz, 2018, p. 22)
- Estandarizar la señalización de advertencia en los alimentos producidos de la industria. (Cruz, 2018, p. 22)
- Ayudar a la supervisión sanitaria de alimentos elaborados y envasados. (Cruz, 2018, p. 22)

- Generar una cultura alimentaria más saludable y que disminuya los índices de enfermedades no transmisibles. (Cruz, 2018, p. 22)

2.2.2.5. Formato de las advertencias nutricionales

Los octógonos nutricionales deben ser colocados de manera clara, destacable, entendible y descifrable en la parte frontal del empaque del alimento. Poseen las siguientes características: los colores son blanco, negro y rojo; la Forma geométrica es un octógono; el tipo de letra es helvética LT-Std, Bold, al interior debe contener la frase “Alto en” y “Contiene”; debajo del octógono debe ir enmarcado “Evitar su consumo excesivo” o “Evitar su consumo”. (Justo y Luna, 2022, p. 20-21)

2.2.2.6. Ubicación de las advertencias nutricionales

Deben estar ubicados en la parte superior derecha del empaque, siendo que el producto requiera más de un octógono se coloca secuencia horizontal partiendo desde derecha hacia izquierda y verticalmente de superior a inferior. Siendo que el empaque de medir menos de 20 cm², el octógono medirá 3 cm. de ancho y 3,765 cm. de alto. (Justo y Luna, 2022, p. 21)

2.2.2.7. Ley N° 30021

La también llamada “Ley de promoción de la alimentación saludable para niños, niñas y adolescentes” (Ley N° 30021, 2013, p.1) fue promulgada el 17 de mayo del 2013 pero oficialmente entra en aplicación el 17 de junio del 2019, con el objetivo de proteger y fomentar la salud comunitaria y al desarrollo integral de los niños, así mismo esta ley motiva el cambio de conducta y desempeño del ejercicio físico, la creación y puesta en marcha de comedores y kioscos escolares saludables en jardines, escuela y colegios ,atendiendo también la supervisión de la advertencia publicitaria y otros aspectos relacionados a alimentos y bebidas no etílicas para la población infantil y adolescente principalmente según la normativa, conduciendo a la prevención y erradicación de la obesidad y enfermedades crónicas no transmisibles. (Justo y Luna, 2022, p. 19-20)

2.2.2.8. Guías alimentarias para la población peruana

Son documentos con especificaciones normativas que buscan mejorar la calidad nutricional de los peruanos en base a las necesidades calóricas que se demanda, así también el nivel máximo de consumo de nutrientes riesgosos para la salud. (Espinoza e Yrigoyen, 2022, p. 22-27)

2.2.3. Participación responsable del sector alimentario

La industria alimentaria tiene con finalidad la producción de alimentos con calidad nutritiva y con criterios de seguridad para satisfacer los requerimientos de los consumidores, así también generar políticas de información accesible al público de diferentes contextos y edades. También la promoción de la alimentación y estilos de vida saludable para desarrollar hábitos benéficos en la población. (Cruz, 2018, p. 18)

2.2.4. Bases filosóficas

La alimentación es un proceso muy antiguo que muchos filósofos de ese periodo han referido sobre las cualidades organolépticas y los nutrientes es así que Platón mencionaba que la acción de comer era muy importante para el ser humano, reunía a maestros y discípulos donde los alimentos infaltables era el pan y el vino, así también se debía ser muy cuidadoso con la elección de los alimentos ya que estos no debían generar ningún daño al hombre. (Saberes filosóficos, 2012)

2.3. Definición de términos básicos

- Aditivos alimentarios: Son sustancias añadidas a los alimentos industrializados, con propósitos técnicos, ya que mejoran la inocuidad, elevan el tiempo de conservación o modificar sus características organolépticas. (Espinoza e Yrigoyen, 2022, p. 20-23)
- Advertencias nutricionales: Es un sistema de etiquetado elaborado para indicar la cantidad excesiva de sustancias como el sodio, el azúcar, las grasas saturadas y trans. (Espinoza e Yrigoyen, 2022, p. 20-23)

- Azúcar: Son cristales de carbono, hidrógeno y oxígeno, obtenido por un procedimiento de cristalización lento, el color oscila desde el blanco al pardo oscuro, por adición de melaza o algunos colorantes. (Cruz, 2018, p. 15-17)
- Consumidor: Persona que obtiene productos de consumo o usa determinados servicios. (Cruz, 2018, p. 15-17)
- Empaque: Son aquellos protectores que conforman el envoltorio de diversos bultos y paquetes elaborados a partir de papeles, cartones, telas, bolsas, etc. (RAE,2022)
- Gastronomía: Es el oficio relacionado con el arte de la preparación de alimentos y la sabiduría cultural del ser humano en un determinado espacio y tiempo. El enunciado surgió a partir de la unión de dos voces griega como gastros y nomos cuyo significado hace referencia al conocimiento de lo incorporado al estómago. En tal sentido su objetivo es el arte culinario basado en la relación entre preparación, servicio y el consumo de los alimentos. (RAE,2022)
- Grasas insaturadas: Son ácidos grasos esenciales que necesariamente deben incorporarse en la dieta. Intervienen en el mantenimiento de la presión sanguínea, la coagulación y la función renal. (Cruz, 2018, p. 15-17)
- Grasas saturadas: Se define como una grasa cuyo consumo excesivo está ligado a problemas cardiocirculatorios y de sobrepeso. Generalmente son sólidas a temperatura ambiente, por ejemplo, la mantequilla, aceite de coco, manteca animal, etc. (Cruz, 2018, p. 15-17)
- Grasas trans: Las grasas trans son agentes artificiales dañinos, presentes en muchos alimentos, grasas y aceites. Las grasas trans taponan arterias y elevando el riesgo de una cardiopatía coronaria. (Cruz, 2018, p. 15-17)
- Nutrientes críticos: Se considera que estos nutrientes en un consumo elevado en la dieta de una persona son riesgosos ya que promueven el desarrollo de enfermedades no transmisibles. (RAE,2022)
- Octógono: Figura geométrica de ocho lados y ocho ángulos. (Espinoza e Yrigoyen, 2022, p. 20-23)
- Características organolépticas: Son aquellas cualidades físicas y químicas que poseen diferentes grupos alimentarios, por ejemplo, el sabor, la textura, el olor y el color; logrando grados de aceptabilidad en esta materia. (FAO,2020)
- Sal: También llamado cloruro de sodio, es de color blanco, cristalina, sabor propio y con capacidad hidrosoluble, que se utiliza para saborizar y conservar alimentos,

es abundante en el mar y también se encuentra en la superficie terrestre. (Cruz,2018, p. 15-17)

2.4. Hipótesis de investigación

2.4.1. Hipótesis general

H0: No existe relación entre el etiquetado nutricional y la decisión de compra de alimentos industrializados por estudiantes de gastronomía de un instituto privado – Huancayo, 2024.

H1: Existe relación entre el etiquetado nutricional y la decisión de compra de alimentos industrializados por estudiantes de gastronomía de un instituto privado – Huancayo, 2024.

2.4.2. Hipótesis específicas

Para el primer objetivo específico:

H0: Existe un nivel bajo del uso etiquetado nutricional en estudiantes de gastronomía de un instituto privado – Huancayo, 2024.

H1: Existe un nivel alto del uso etiquetado nutricional en estudiantes de gastronomía de un instituto privado – Huancayo, 2024.

Para el segundo objetivo específico:

H0: Existe un nivel inadecuado en la decisión de compra de alimentos industrializados por estudiantes de gastronomía de un instituto privado – Huancayo, 2024.

H1: Existe un nivel adecuado en la decisión de compra de alimentos industrializados por estudiantes de gastronomía de un instituto privado – Huancayo, 2024.

Para el tercer objetivo específico:

H0: No existe relación entre las características del etiquetado en la decisión de compra de alimentos industrializados por estudiantes de gastronomía de un instituto privado – Huancayo, 2024.

H1: Existe relación entre las características del etiquetado en la decisión de compra de alimentos industrializados por estudiantes de gastronomía de un instituto privado – Huancayo, 2024.

2.4.3. Operacionalización de variables

Tabla 1
Operacionalización de variables

Variable	Definiciones conceptuales	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala	Instrumento de medición
Etiquetado nutricional	Es el empleo que realiza un consumidor sobre el contenido de las advertencias nutricionales de alimentos industrializados y que le concede la elección de un alimento para su obtención.	Se efectuará la medición del uso de la etiqueta nutricional y su relación en la decisión de compra de alimentos industrializados, dirigida a estudiantes de gastronomía de un instituto privado en Huancayo a través de un cuestionario con preguntas sobre la lectura, comprensión, conocimiento, gustos, preferencias y situación socioeconómica en la compra de alimentos industrializados.	Octógono nutricional	<ul style="list-style-type: none"> Consumidores que perciben el octógono nutricional como un factor decisivo en la elección. 	1. Poco importante 2. Importante 3. Muy importante	Cuestionario
			Ingrediente	<ul style="list-style-type: none"> Nivel de comprensión de los consumidores sobre los ingredientes listados. 		
			Mensajes de texto	<ul style="list-style-type: none"> Consumidores que consideran los mensajes textuales en el etiquetado como informativos. 		
			Información nutricional	<ul style="list-style-type: none"> Consumidores que leen y comprenden la tabla de información nutricional antes de decidir su compra. 		
			País de origen	<ul style="list-style-type: none"> Consideran el país de origen del producto como un criterio importante en su decisión de compra. 		
Decisión de compra de alimentos industrializados	Son aquellas acciones y observaciones que una persona realiza antes de adquirir un producto, es consecuencia de una serie de procesos mentales, emocionales y evaluaciones que conllevan a la elección y compra de un producto.		Percepción e influencia de la información del producto	<ul style="list-style-type: none"> Sentido de alerta útil para la compra del producto. 	Connotación de elección adecuada.	
			Influencia de mensajes y características del producto	<ul style="list-style-type: none"> Resalta un atributo y/o característica específica del producto. 	Connotación de elección inadecuada	
			Diseño y presentación	<ul style="list-style-type: none"> Mejora de la presentación del producto para la elección 		

CAPITULO III: METODOLOGÍA

3.1. Diseño metodológico

Se desarrolló esta investigación en base a un enfoque de nivel correlacional porque estableció la incidencia del uso del etiquetado nutricional con respecto a la decisión de compra por estudiantes de gastronomía, también es descriptivo porque observará el desenvolvimiento de las variables; también es un estudio del tipo transversal porque la recolección de datos se efectuó en un momento determinado.

3.2. Población y muestra

El trabajo de investigación se llevó a cabo en 80 estudiantes del primer ciclo de la carrera de gastronomía de un instituto particular en la ciudad de Huancayo.

3.3. Técnicas de recolección de datos

Se recogió la información a través de la entrevista, utilizando como instrumento dos cuestionarios basados en la investigación de Vilas (2020), el primero enfocado a delimitar las cualidades del etiquetado nutricional, se empleó una encuesta con seis cuestionamientos utilizando la escala de Likert que propuso las siguientes alternativas de respuesta desde no es importante hasta muy importante. Asimismo, la segunda encuesta midió la percepción en la decisión de compra de productos, aplicando seis interrogantes, para indicar la afinidad positiva y negativa. Los enunciados están diseñados para recoger información relevante, y se presentó de manera imparcial por el investigador.

En cuanto a la validez del instrumento, este fue revisado por tres profesionales en nutrición y salud dentro de la investigación que realizó Vilas (2020), siendo expertos en temas de etiquetado, alimentos procesados y decisiones de compra. Estos especialistas revisaron y corrigieron las preguntas para asegurar que el cuestionario sea claro, comprensible y eficaz para obtener los resultados deseados, de esta manera se utilizaron ambos cuestionarios para realizar la prueba de confiabilidad en 25 estudiantes de gastronomía para las seis dimensiones como se detalla en el anexo 5.

3.4. Técnicas para el procesamiento de la información

La información recopilada durante la aplicación del cuestionario se procesó con el apoyo del software de estadística SPSS versión 27 para la interpretación de los datos,

porcentajes y gráficos sobre la interacción del uso del etiquetado nutricional y las decisiones de consumo de alimentos industrializados, analizando la normalidad de los datos que se obtendrán en primer lugar con la prueba X^2 porque permite evaluar la asociación de variables cualitativas empleando el grado de significancia del 5% (Significancia < 0.05) y consecuentemente se rechaza H_0 .

CAPÍTULO IV: RESULTADOS

4.1. Análisis descriptivo

De la tabla 2, el nivel del uso del etiquetado nutricional en estudiantes se distribuye en tres categorías: "Poco importante", "Importante" y "Muy importante". La categoría predominante es "Muy importante", con una frecuencia de 30 estudiantes, lo que representa el 37,5% del total. Le sigue la categoría "Poco importante", en la cual 35 estudiantes (43,75%) no consideran el etiquetado nutricional como un factor relevante. Finalmente, 15 estudiantes (19%) valoran el etiquetado nutricional como "Importante". Estos datos reflejan una inclinación significativa hacia la percepción de que el etiquetado nutricional es poco importante o muy importante, con una menor proporción de estudiantes que lo consideran solo importante.

Tabla 2

Nivel del uso etiquetado nutricional en estudiantes

	Frecuencia	Porcentaje
Poco importante	30	37,50 %
Importante	15	18,75 %
Muy importante	35	43,75 %
Total	80	100%

Nota. Elaboración propia.

Figura 1

Porcentaje de uso etiquetado nutricional

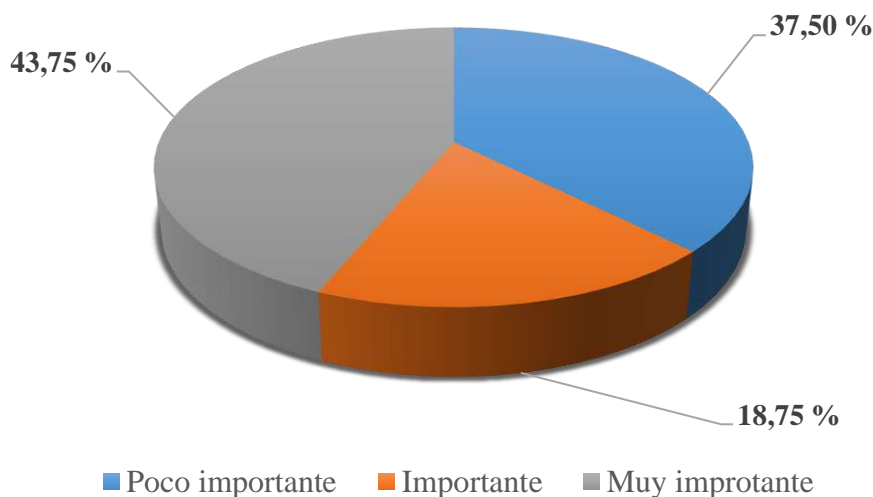


Tabla 3

Percepción sobre la importancia de los octógonos nutricionales en estudiantes

Importancia	Frecuencia	Porcentaje
Poco importante	22	27,50 %
Importante	35	43,80 %
Muy importante	23	28,80 %
Total	80	100,0 %

Nota. Elaboración propia.

De la Tabla 3 se aprecia que la percepción de los estudiantes sobre la importancia de los octógonos nutricionales se concentra principalmente en la categoría Importante con un 43,8 % (n=35). En menor medida, el 28,8 % (n=23) los considera Muy importantes y el 27,5 % (n=22) los percibe como Poco importantes. Estos resultados sugieren que, si bien la mayoría reconoce su relevancia, aún existe un sector de estudiantes que no les otorga la importancia necesaria, lo que podría implicar un desafío para las políticas de educación y concientización alimentaria.

Figura 2

Porcentaje de importancia de los octógonos nutricionales

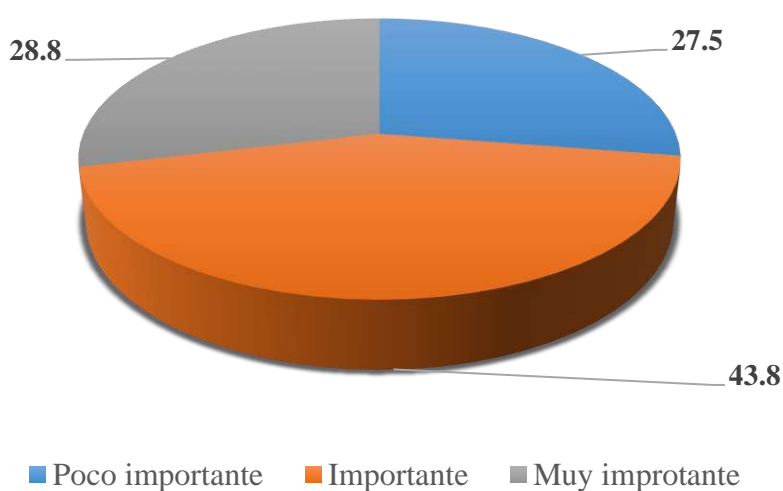


Tabla 4

Percepción sobre la importancia de la información de ingredientes en estudiantes

Importancia	Frecuencia	Porcentaje
Poco importante	23	28,80 %
Importante	37	46,30 %
Muy importante	20	25,00 %
Total	80	100,0 %

Nota. Elaboración propia.

De la Tabla 4 se observa que la percepción de los estudiantes sobre la importancia de la información de ingredientes se concentra principalmente en la categoría Importante con un 46,3 % (n=37). En segundo lugar, un 28,8 % (n=23) la considera Poco importante y un 25 % (n=20) la califica como Muy importante. Estos resultados reflejan que, si bien la mayoría de estudiantes reconoce la relevancia de esta información, todavía existe un porcentaje significativo que no le otorga un valor prioritario, lo que podría incidir en la toma de decisiones alimentarias menos informadas.

Figura 3

Porcentaje de importancia de la información de ingredientes

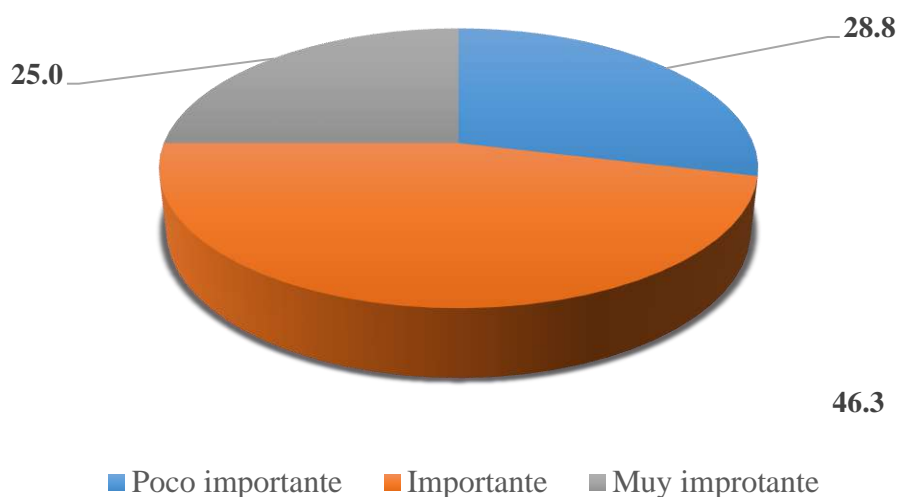


Tabla 5

Percepción sobre la importancia de los mensajes textuales en el etiquetado en estudiantes

Importancia	Frecuencia	Porcentaje
Poco importante	20	25,00 %
Importante	38	47,50 %
Muy importante	22	27,50 %
Total	80	100,0 %

Nota. Elaboración propia.

De la Tabla 5 se evidencia que la percepción de los estudiantes sobre el interés de los mensajes textuales en el etiquetado se concentra mayoritariamente en la categoría Importante, con un 47,5% (n=38). En menor medida, un 27,50 % (n=22) los considera Muy importantes y un 25,00 % (n=20) los califica como Poco importantes. Estos resultados sugieren que, aunque la mayoría reconoce su función para captar la atención y reforzar la decisión de compra, existe un grupo relevante que no les concede gran valor, lo que podría limitar el impacto de esta estrategia de comunicación en el consumidor.

Figura 4

Porcentaje de importancia de los mensajes textuales en el etiquetado

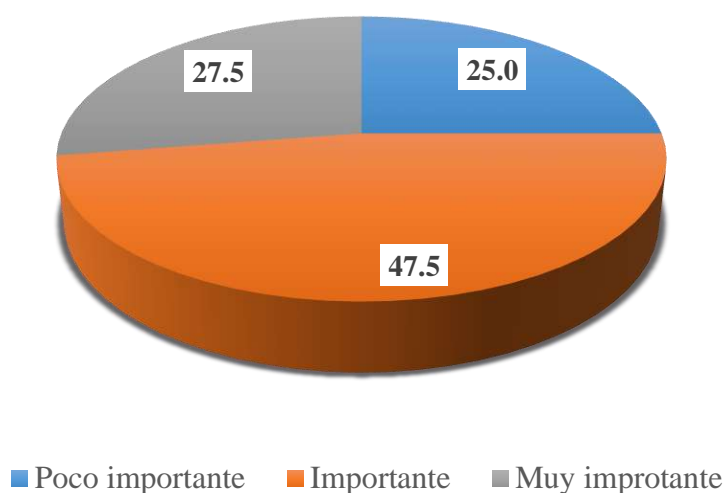


Tabla 6

Percepción sobre la importancia de la información nutricional en estudiantes

Importancia	Frecuencia	Porcentaje
Poco importante	27	33,80 %
Importante	29	36,30 %
Muy importante	24	30,00 %
Total	80	100,0 %

Nota. Elaboración propia.

De la Tabla 6 se aprecia que la percepción de los estudiantes sobre la consideración de la información nutricional se distribuye de manera relativamente equilibrada. El 36,3 % (n=29) la considera Importante, seguido por un 33,8 % (n=27) que la percibe como Poco importante y un 30 % (n=24) que la valora como Muy importante. Esta distribución indica que, aunque existe una ligera mayoría que reconoce su relevancia para limitar el consumo excesivo de nutrientes, persiste un segmento considerable de estudiantes que no le otorga gran valor, lo que podría afectar su efectividad como herramienta de orientación alimentaria.

Figura 5

Porcentaje de importancia de la información nutricional

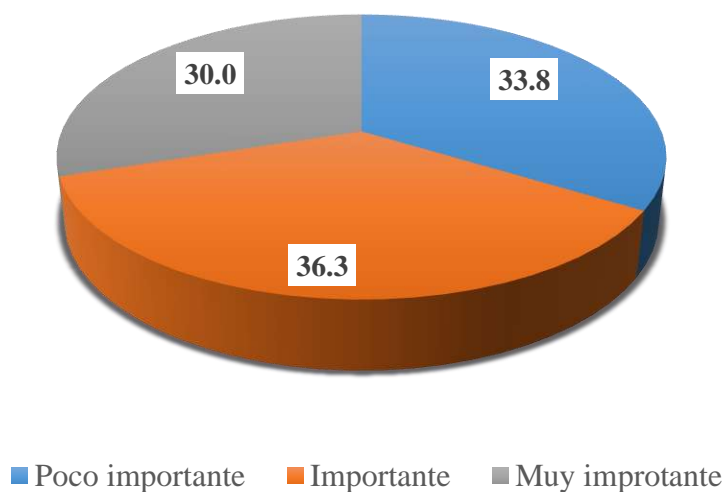


Tabla 7

Percepción sobre la importancia de la información del lugar de fabricación en el etiquetado en estudiantes

Importancia	Frecuencia	Porcentaje
Poco importante	22	27,50 %
Importante	39	48,80 %
Muy importante	19	23,80 %
Total	80	100,0 %

Nota. Elaboración propia.

De la Tabla 7 se observa que la mayoría de los estudiantes consideran Importante la información del lugar de fabricación en el etiquetado, con un 48,8% (n=39). En menor medida, el 27,5 % (n=22) la califica como Poco importante y el 23,8 % (n=19) como *Muy importante*. Estos resultados indican que, si bien existe un reconocimiento mayoritario de su relevancia, una parte significativa de estudiantes no le otorga prioridad, lo que podría reflejar que el país de origen no siempre es un factor determinante en sus decisiones de compra.

Figura 6

Porcentaje de importancia de la información del lugar de fabricación en el etiquetado

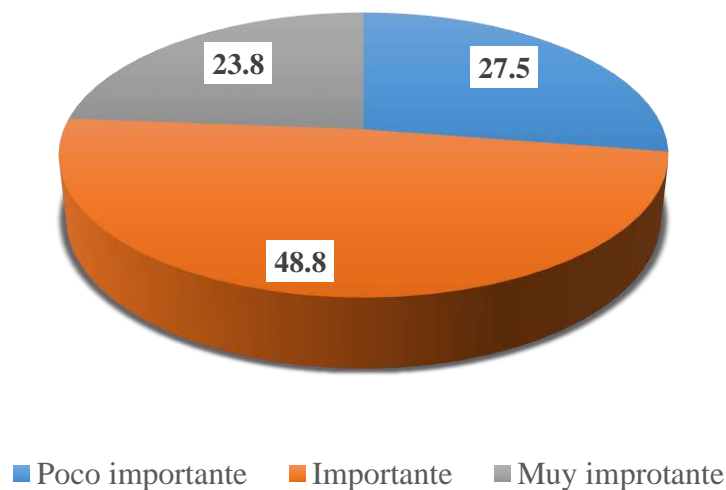


Tabla 8

Percepción sobre la importancia del diseño del empaque en el etiquetado nutricional en estudiantes

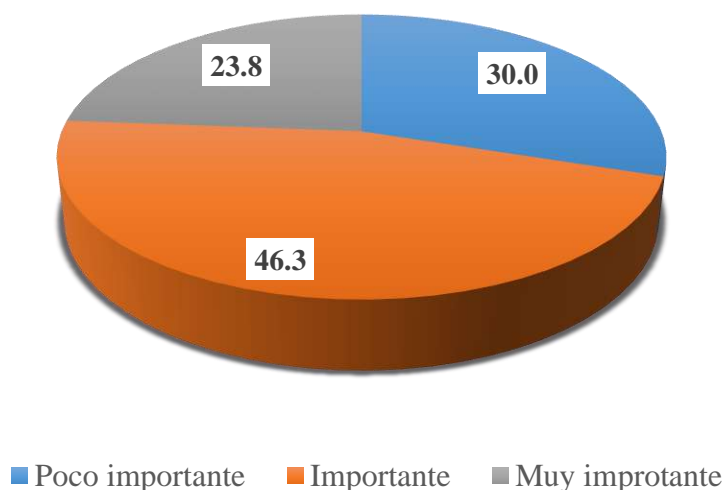
Importancia	Frecuencia	Porcentaje
Poco importante	24	30,00 %
Importante	37	46,30 %
Muy importante	19	23,80 %
Total	80	100,0 %

Nota. Elaboración propia.

De la Tabla 8 se aprecia que el 46,3% (n=37) de los estudiantes considera Importante el diseño del empaque como característica del etiquetado nutricional, seguido por un 30 % (n=24) que lo califica como Poco importante y un 23,8 % (n=19) que lo percibe como Muy importante. Estos resultados sugieren que, aunque la mayoría reconoce su valor para permanecer en la memoria del consumidor y fomentar un consumo recurrente, existe un sector significativo que no lo considera un factor decisivo, lo que puede limitar su impacto en las estrategias de marketing.

Figura 7

Porcentaje de importancia del diseño del empaque en el etiquetado nutricional



La tabla 9 muestra el nivel de decisión de compra en estudiantes, distribuido entre las categorías de "Inadecuado" y "Adecuado". La mayoría de los estudiantes, 57 de ellos (71,3 %), consideran que su decisión de compra es "Adecuada", lo que indica que tienen un nivel de decisión más favorable o bien informado al realizar compras. Sin embargo, un porcentaje significativo, el 28,8 % (23 estudiantes), manifiesta tener un nivel "Inadecuado" de decisión de compra, lo que sugiere que todavía una proporción considerable de estudiantes no toma decisiones óptimas al momento de adquirir productos o servicios.

Tabla 9
Nivel de la decisión de compra en estudiantes

	Frecuencia	Porcentaje
Inadecuado	23	28,8 %
Adecuado	57	71,3 %
Total	80	100%

Nota. Elaboración propia

Figura 8
Porcentaje de decisión de compra

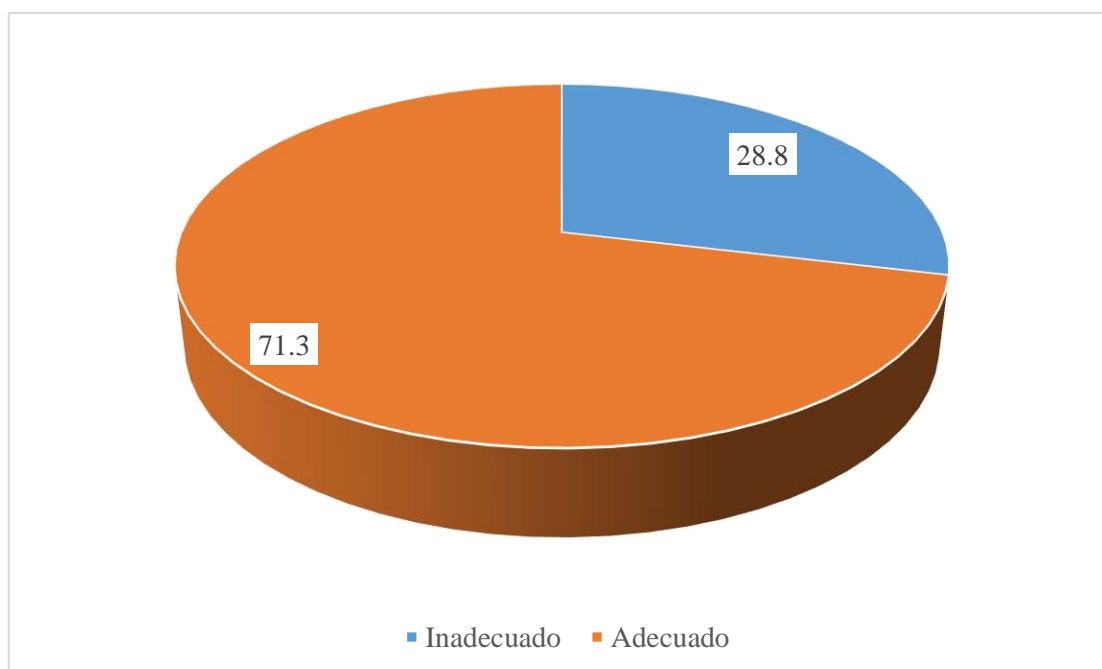


Tabla 10

Percepción sobre influencia de la información del producto

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Respuesta inadecuada	24	30,00 %
Respuesta adecuada	56	70,00 %
Total	80	100,0 %

Nota. Elaboración propia.

La Tabla 10 muestra la percepción de los estudiantes respecto a la influencia de la información del producto. Según los resultados, el 30% de los encuestados considera que la respuesta sobre esta influencia es inadecuada, mientras que el 70% restante opina que la respuesta es adecuada. Este dato sugiere que la mayoría de los estudiantes percibe de manera positiva el impacto de la información del producto en su decisión o comprensión. Estos resultados se reflejan en la Figura 9, que ilustra el porcentaje de estudiantes que consideran que la información del producto tiene una influencia significativa.

Figura 9

Porcentaje de estudiantes que perciben influencia de la información del producto

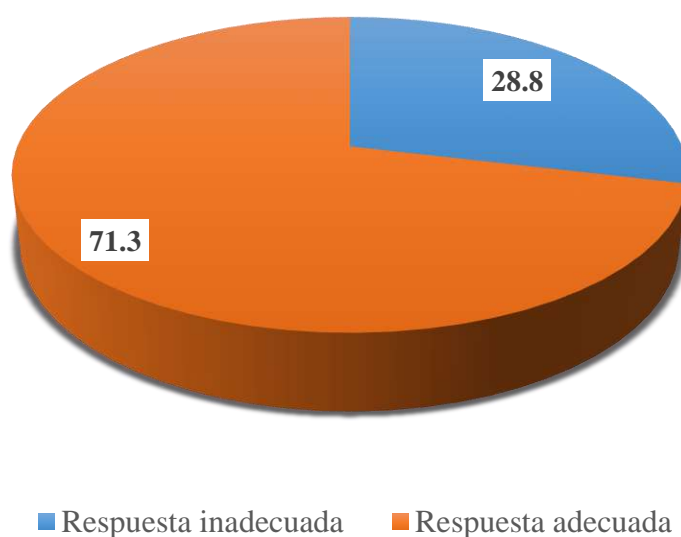


Tabla 11

Percepción sobre la influencia de mensajes y características del producto

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Respuesta inadecuada	28	35,00 %
Respuesta adecuada	52	65,00 %
Total	80	100,0 %

Nota. Elaboración propia.

La Tabla 11 muestra los resultados sobre la percepción de los estudiantes acerca de la influencia de los mensajes y las características del producto. De acuerdo con los datos, el 35 % de los encuestados considera que la respuesta es inadecuada, mientras que el 65 % opina que la respuesta es adecuada. Esto indica que una gran mayoría de los estudiantes percibe de manera favorable la influencia de los mensajes y características del producto. Esta tendencia se refleja visualmente en la Figura 10, que presenta el porcentaje de estudiantes que consideran que los mensajes y las características del producto tienen una influencia significativa.

Figura 10

Porcentaje de estudiantes que consideran relevante la influencia de los mensajes y características del producto

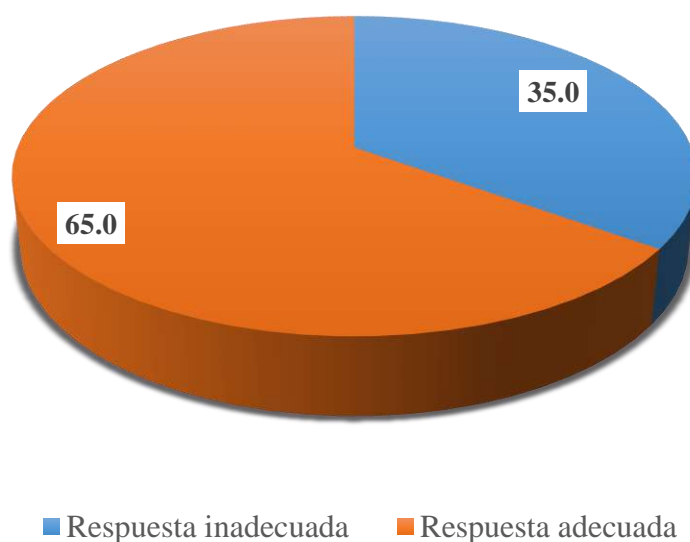


Tabla 12

Percepción sobre la influencia del diseño y presentación

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Respuesta inadecuada	28	35,00 %
Respuesta adecuada	52	65,00 %
Total	80	100,0 %

Nota. Elaboración propia.

La Tabla 12 presenta los resultados sobre la percepción de los estudiantes respecto a la influencia del diseño y presentación de un producto. De acuerdo con los datos, el 35% de los encuestados considera que la respuesta es inadecuada, mientras que el 65% restante la considera adecuada. Esto sugiere que, aunque una parte significativa de los estudiantes no ve una gran influencia del diseño y presentación, la mayoría sí percibe que estos factores tienen un impacto positivo. Esta tendencia se ilustra en la Figura 11, que muestra el porcentaje de estudiantes que consideran que el diseño y la presentación del producto influyen de manera significativa

Figura 11

Porcentaje de estudiantes que perciben influencia del diseño y presentación

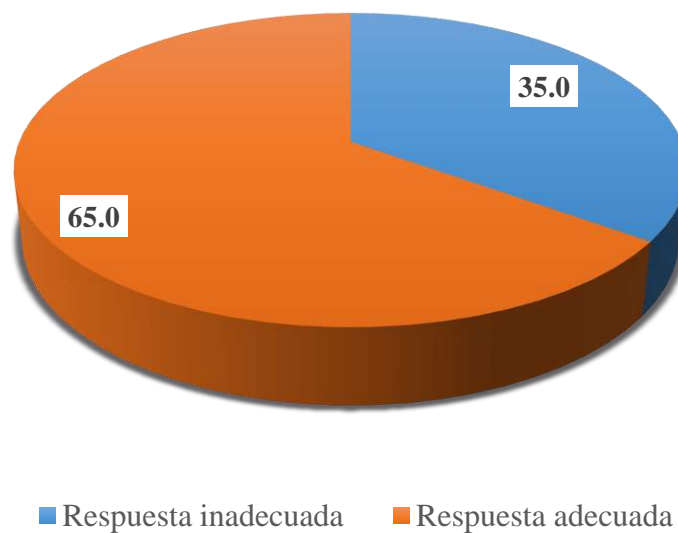


Tabla 13

Percepción sobre la influencia de la información nutricional en la elección de compra

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Respuesta inadecuada	27	33,80 %
Respuesta adecuada	53	66,30 %
Total	80	100,0 %

Nota. Elaboración propia.

De la Tabla 13 se aprecia que el 66,3 % (n=53) de los estudiantes brindó una Respuesta adecuada, lo que evidencia que la mayoría considera que la información nutricional impresa en el producto influye en su elección de compra. Por otro lado, el 33,8 % (n=27) dio una Respuesta inadecuada, lo que indica que un sector considerable de estudiantes no percibe esta influencia de forma directa. Estos resultados sugieren que, si bien la información nutricional cumple su función en la mayoría de los casos, aún es necesario reforzar la educación alimentaria para ampliar su impacto en las decisiones de consumo.

Figura 12

Porcentaje de estudiantes que perciben influencia de la información nutricional en su elección de compra

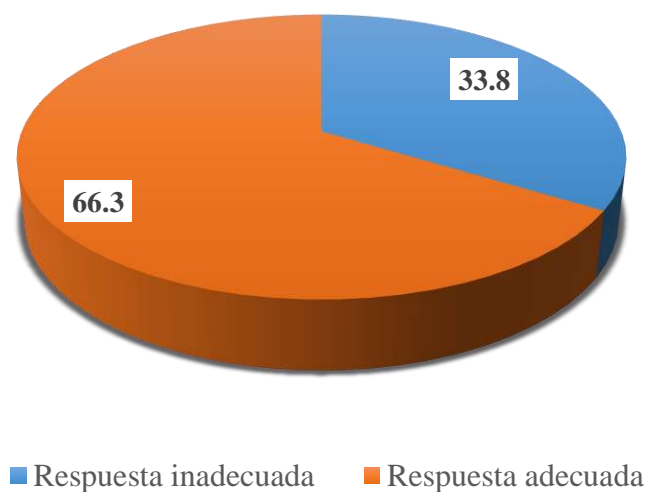


Tabla 14

Percepción sobre la influencia del origen del producto en la elección de compra

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Respuesta inadecuada	27	33,80 %
Respuesta adecuada	53	66,30 %
Total	80	100,0 %

Nota. Elaboración propia.

De la Tabla 14 se observa que el 66,30 % (n=53) de los estudiantes brindó una *Respuesta adecuada*, lo que indica que la mayoría considera que conocer el origen del producto, sea nacional o importado, influye en su elección de compra. En contraste, el 33,80 % (n=27) dio una *Respuesta inadecuada*, lo que sugiere que un tercio de los encuestados no percibe esta información como un factor determinante en su decisión. Este resultado refleja que, si bien el origen es un elemento relevante para la mayoría, no constituye un criterio universal en el proceso de compra.

Figura 13

Porcentaje de estudiantes que perciben influencia del origen del producto en su elección de compra

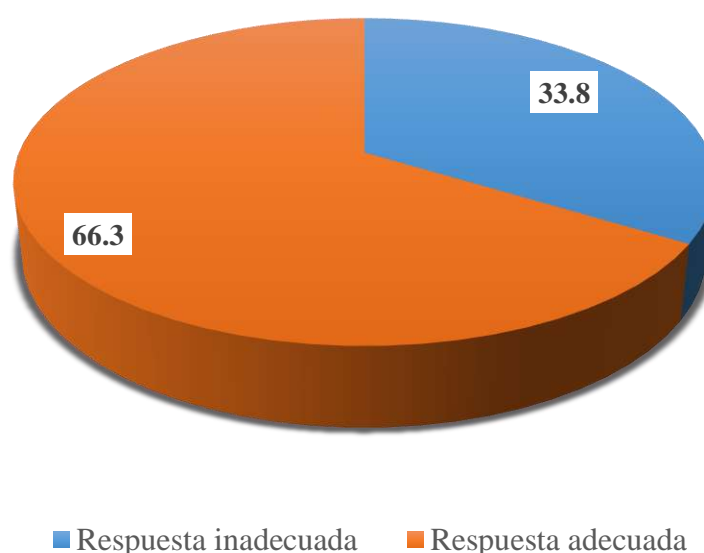


Tabla 15

Percepción sobre la importancia de la innovación del diseño del empaque en la elección de un producto

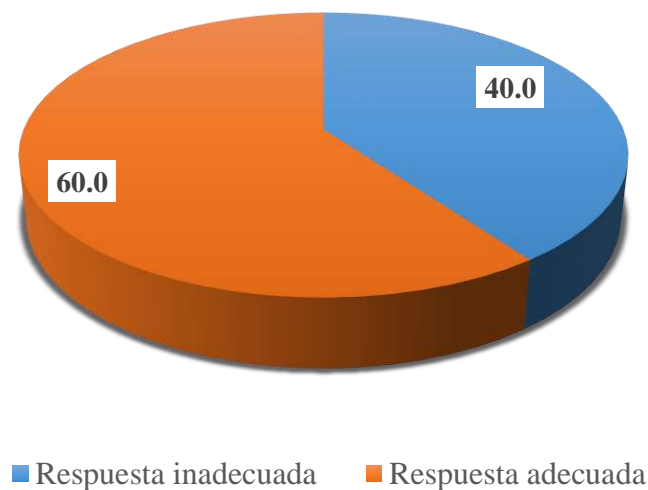
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Respuesta inadecuada	32	40,00 %
Respuesta adecuada	48	60,00 %
Total	80	100,0 %

Nota. Elaboración propia.

De la Tabla 15 se aprecia que el 60 % (n=48) de los estudiantes brindó una Respuesta adecuada, lo que indica que la mayoría considera importante la innovación en el diseño del empaque para la elección de un producto. Sin embargo, el 40 % (n=32) ofreció una Respuesta inadecuada, lo que evidencia que una proporción considerable de los encuestados no otorga un valor significativo a este factor. Este resultado sugiere que, aunque la innovación en el diseño puede influir positivamente en las decisiones de compra, no es un criterio determinante para todos los consumidores.

Figura 14

Porcentaje de estudiantes que consideran importante la innovación del diseño del empaque en la elección de un producto



4.2. Análisis inferencial

H0: No existe relación entre el etiquetado nutricional y la decisión de compra.

H1: Existe relación entre el etiquetado nutricional y la decisión de compra.

Criterio: Si sig. < 0.05, se rechaza H0.

Tabla 16

Cuadro de relación entre el etiquetado nutricional y la decisión de compra

		Decisión de compra				Total		X ²
		Inadecuado		Adecuado		n	%	
		n	%	n	%			
Etiquetado Nutricional	Poco importante	16	20,0%	14	17,5%	30	37,5%	0.000
	Importante	2	2,5%	13	16,3%	15	18,8%	
	Muy importante	3	3,8%	32	40,0%	35	43,8%	
Total		21	26,3%	59	73,8%	80	100%	

Nota: **. Se obtuvo una correlación significativa $p < 0,001$ de carácter bilateral.

En el análisis de la relación entre el etiquetado nutricional y la decisión de compra, se plantearon dos hipótesis: H0, que establece que no existe relación entre el etiquetado nutricional y la decisión de compra, y H1, que sostiene que sí existe una relación. Según el criterio establecido, si el valor de significancia (p) es menor a 0.05, se rechaza la hipótesis nula (H0). Los resultados obtenidos en la Tabla 13 muestran que el valor de X² es 0.000, lo que indica una correlación significativa ($p < 0,001$). Esto sugiere que efectivamente existe una relación entre la percepción del etiquetado nutricional y la decisión de compra de los consumidores. El análisis revela que aquellos que consideran el etiquetado nutricional como muy importante tienen una mayor tendencia a tomar decisiones de compra adecuadas, mientras que aquellos que lo consideran poco importante muestran una menor relación con decisiones de compra adecuadas.

Tabla 17*Relación entre el Octógono Nutricional y la Decisión de Compra*

	X²	Indicadores	Inadecuado	Adecuado
Octógono Nutricional	p = 0.000	Poco importante	16 (20%)	6 (7.5%)
		Importante	5 (6.3%)	30 (37.5%)
		Muy importante	2 (2.5%)	21 (26.3%)

Nota. Elaboración propia.

El análisis para el Octógono Nutricional muestra que la mayoría de los estudiantes que consideran esta dimensión como "muy importante" tienden a tomar decisiones de compra adecuadas (26,3%). En contraste, los que lo perciben como "poco importante" son más propensos a realizar elecciones inadecuadas (20%). La prueba de X² muestra una relación significativa (p < 0.05), lo que indica que el octógono nutricional influye en las decisiones de compra de los estudiantes.

Tabla 18*Relación entre los Ingredientes y la Decisión de Compra*

	X²	Indicadores	Inadecuado	Adecuado
Ingredientes	p = 0.003	Poco importante	12 (15%)	11 (13.8%)
		Importante	10 (12.5%)	27 (33.8%)
		Muy importante	1 (1.3%)	19 (23.8%)

Nota. Elaboración propia.

En cuanto a la dimensión de Ingredientes, los estudiantes que consideran los ingredientes como "importante" o "muy importante" muestran una mayor tendencia a tomar decisiones de compra adecuadas (33,8% y 23,8%, respectivamente). La relación

es estadísticamente significativa ($p < 0.05$), lo que sugiere que los ingredientes juegan un papel importante en la decisión de compra de los estudiantes.

Tabla 19

Relación entre los Mensajes de Texto y la Decisión de Compra

	X^2	Indicadores	Inadecuado	Adecuado
Mensajes de Texto	$p = 0.031$	Poco importante	10 (12.5%)	10 (12.5%)
		Importante	10 (12.5%)	28 (35%)
		Muy importante	3 (3.8%)	19 (23.8%)

Nota. Elaboración propia.

Para los Mensajes de Texto, aquellos que perciben los mensajes como "importante" o "muy importante" tienden a tomar decisiones de compra más adecuadas (35% y 23,8%, respectivamente). El valor de p (0.031) indica que existe una relación significativa entre los mensajes de texto y la decisión de compra, sugiriendo que esta dimensión también influye en las elecciones de los estudiantes.

Tabla 20

Relación entre la Información Nutricional y la Decisión de Compra

	X^2	Indicadores	Inadecuado	Adecuado
Información Nutricional	$p = 0.000$	Poco importante	17 (21.3%)	10 (12.5%)
		Importante	4 (5%)	25 (31.3%)
		Muy importante	2 (2.5%)	22 (27.5%)

Nota. Elaboración propia.

En cuanto a la Información Nutricional, los estudiantes que consideran esta dimensión como "muy importante" presentan un alto porcentaje de decisiones de

compra adecuadas (27,5%). La relación es altamente significativa ($p < 0.05$), lo que refuerza que la información nutricional tiene una influencia considerable en las decisiones de compra.

Tabla 21

Relación entre el País de Origen y la Decisión de Compra

	X ²	Indicadores	Inadecuado	Adecuado
		Poco importante	13 (16.3%)	9 (11.3%)
País de Origen	p = 0.000	Importante	9 (11.3%)	30 (37.5%)
		Muy importante	1 (1.3%)	18 (22.5%)

Nota. Elaboración propia.

En la dimensión de País de Origen, aquellos que consideran este aspecto como "importante" o "muy importante" tienden a tomar decisiones de compra más adecuadas (37,5% y 22,5%, respectivamente). La prueba de X² indica una relación significativa ($p < 0.05$), sugiriendo que el país de origen influye en la decisión de compra de los estudiantes.

Tabla 22

Relación entre el Diseño de Empaque y la Decisión de Compra

	X ²	Indicadores	Inadecuado	Adecuado
		Poco importante	14 (17.5%)	10 (12.5%)
Diseño de Empaque	p = 0.001	Importante	7 (8.8%)	30 (37.5%)
		Muy importante	2 (2.5%)	17 (21.3%)

Nota. Elaboración propia.

En el Diseño de Empaque, aquellos que consideran esta dimensión como "importante" o "muy importante" tienen una mayor tendencia a tomar decisiones de compra adecuadas (37,5% y 21,3%, respectivamente). El valor de p (0.001) indica que el diseño de empaque tiene una influencia significativa en las decisiones de compra de los estudiantes.

Tabla 23

Relación entre la Percepción e Influencia de la Información del Producto y el Etiquetado Nutricional

Indicadores	X²	Poco importante	Importante	Muy importante
Percepción e influencia de la información del producto	p = 0,000	19 (23,8%)	2 (2,5%)	3 (3,8%)
		13 (16,3%)	16 (20%)	27 (33,8%)

Nota. Elaboración propia.

La percepción e influencia de la información del producto muestra que quienes consideran el etiquetado como "poco importante" tienen un 23,8% de decisiones inadecuadas, mientras que los que lo perciben como "muy importante" tienen un 33,8% de decisiones adecuadas. Esta relación es estadísticamente significativa (p = 0,000), lo que indica que la percepción de la información influye en la decisión de compra.

Tabla 24

Relación entre la Influencia de los Mensajes y Características del Producto y el Etiquetado Nutricional

Indicadores	X²	Poco importante	Importante	Muy importante
Influencia de los mensajes y características del producto	p = 0,000	17 (21,3%)	2 (2,5%)	4 (5%)
		15 (18,8%)	16 (20%)	26 (32,5%)

Nota. Elaboración propia.

La influencia de los mensajes y características del producto también sigue una tendencia similar. Los estudiantes que consideran el etiquetado como "poco importante" tienen un 21,3% de decisiones inadecuadas, mientras que los que lo consideran "muy importante" tienen un 32,5% de decisiones adecuadas. El valor de p (0,000) muestra que esta dimensión tiene un impacto significativo en las decisiones de compra.

Tabla 25

Relación entre el Diseño y Presentación y el Etiquetado Nutricional

Indicadores	X²	Poco importante	Importante	Muy importante
Diseño y presentación	$p = 0,001$	19 (23,8%) 13 (16,3%)	2 (2,5%) 16 (20%)	7 (8,8%) 23 (28,8%)

Nota. Elaboración propia.

En la dimensión de Diseño y presentación, los estudiantes que consideran esta dimensión "poco importante" tienen un 23,8% de decisiones inadecuadas, mientras que los que la ven como "muy importante" tienen un 28,8% de decisiones adecuadas. La relación significativa ($p = 0,001$) confirma que esta dimensión también influye en las decisiones de compra.

4.3. CONTRASTACIÓN DE LA HIPÓTESIS

4.3.1. CONTRASTACIÓN DE LA HIPÓTESIS GENERAL

Contratación de la hipótesis general, se realizó un análisis de normalidad utilizando la prueba de chi cuadrado para evaluar la relación entre el etiquetado nutricional y la influencia en la decisión de consumo de los estudiantes de gastronomía. Este análisis fue crucial para determinar si existía una conexión significativa entre estas dos variables. Los resultados obtenidos a través de la prueba de chi cuadrado proporcionaron evidencia estadística suficiente para rechazar la hipótesis nula (H_0), que planteaba que no había relación entre el etiquetado nutricional y las decisiones de consumo.

Dado que el valor de significancia obtenido fue menor a 0.05, se concluyó que la hipótesis general debía ser confirmada, lo que indica que efectivamente existe una relación significativa entre el etiquetado nutricional y la decisión de compra de los estudiantes. Este hallazgo resalta que el etiquetado nutricional tiene un impacto directo en las decisiones de consumo, lo que subraya la importancia de un etiquetado claro y comprensible para promover decisiones de compra más informadas entre los estudiantes de gastronomía.

CAPÍTULO V: DISCUSIÓN

La promoción de alimentos procesados en nuestro país ha llevado a que año tras año se incremente su consumo y con ello también las enfermedades no transmisibles como las alteraciones mórbidas de peso que aquejan desde los niños hasta adultos mayores, es por ello que la aprobación de la normativa de advertencia nutricional en este tipo de alimentos tuvo como misión controlar su consumo y mejorar las costumbres alimentarias de la población.

La presente investigación se basó en establecer el vínculo del uso del etiquetado nutricional con la decisión de compra de alimentos industrializados por estudiantes de gastronomía de un instituto privado, para lo cual se aplicaron dos cuestionarios a 80 alumnos del primer ciclo del Instituto Continental en la ciudad de Huancayo y así disponer de esta relación, ya que en el desarrollo de sus clases elaboran preparaciones que incluyen estos alimentos surgiendo la problemática de interacción entre las variables, como consecuencia se ha recopilado información auténtica para dar respuesta a la interrogante expuesta.

Los hallazgos del primer cuestionario sirvieron para evaluar la relevancia de los atributos del etiquetado nutricional y constaba de 6 preguntas establecidas con las respectivas dimensiones como: Octógonos nutricionales (pregunta 1), ingredientes (pregunta 2), mensajes textuales (pregunta 3), Información nutricional (pregunta 4), país de origen (pregunta 5) y diseño del empaque (pregunta 6), cuyas respuestas estaban determinadas por: poco importante (1), importante (2) y muy importante (3), estableciéndose la escala de valoración según la siguiente puntuación: Nivel bajo (de 6 a 9 puntos), nivel medio (de 10 a 13 puntos) y nivel alto (de 14 a 18 puntos).

- Se obtuvo según este cuestionario que el 43,8 % de los estudiantes consideran como importante y el 27,5 % como poco importante el uso del etiquetado nutricional mientras que en la investigación de Espinoza e Yrigoyen (2022) obtuvo un 84 % de importancia ante una pregunta homóloga y un 3 % no lo considera importante, discrepando los resultados de las investigaciones.
- Para la trascendencia de la información de los ingredientes se determinó que es importante sólo el 46,3 % y poco importante el 28,8 %, en tanto en el estudio de Vilas (2020) consiguió que es importante para el 45,3 % de la población y poco importante el 20,4 %, estos resultados muestran relación con los registros obtenidos.
- Se determinó para la relevancia de los mensajes textuales es importante para el 47,5 % y el 25 % es poco importante, comparando con Vilas (2020) que el 45,3 % resultó

importante y el 20,4 % es poco importante, ambas investigaciones muestran similitud en los resultados de esta dimensión.

- Para la información nutricional se logró obtener para importante el 36.3 % y poco importante 33,8 % donde Montoya (2024) obtuvo los datos de 49,6 % están totalmente de acuerdo y el 4,6 % muy en desacuerdo para el criterio mencionado, se evidencia las diferencias en los datos de las dos investigaciones para el criterio en desacuerdo.
- El país de origen es importante para el 36,2 % y poco importante el 18 % de los alumnos, en comparación con Vilas (2020) es muy importante este aspecto para el 43.4 % y poco importante para el 20,4 % de las personas, existe similitud de resultados en los estudios.
- Esta investigación recabó que es importante el diseño del contenedor para el 46,3 % en tanto es poco importante para el 30 %, así también Vilas (2020) menciona la importancia para el 44 % y la poca importancia para el 18%, donde los criterios de importante siguen la misma línea a diferencia del criterio de poco importante donde existe discrepancia.

También los resultados recolectados del segundo cuestionario estuvo enfocado a explorar la impresión de decisión ligada a lo fundamental del etiquetado nutricional también relacionadas a las mismas dimensiones agrupadas de Percepción e influencia de la información del producto (Pregunta 1 y 2), Influencia de mensajes y características del producto (pregunta 3 y 4) y Diseño y presentación (pregunta 5 y 6), generando la escala de Inadecuado (Respuestas B y D con valores de 0 a 2) y Adecuado (Respuestas A y C con valores de 3 a 6), contrastando los siguientes resultados:

- Con respecto a la impresión del octógono en la compra el 70 % tiene una percepción adecuada de esta advertencia, estos resultados concuerdan con los de Nicho (2022) donde el 50,9 % de la población percibe favorablemente los octógonos.
- Sobre la importancia de los ingredientes en la compra esta investigación determinó que el 71,3 % mantiene una actitud adecuada en este criterio siendo respaldado por Vilas (2020) donde obtuvo que el 57,6 % de los encuestados consideraban importante este aspecto, mostrando diferencias en los resultados obtenidos.
- Resultó que el 65% de los estudiantes consideran influyentes los mensajes textuales al momento de realizar la compra, dato que es apoyado por Lozano y Rengifo (2022) donde mencionan que estos mensajes son valorados casi siempre por el 60 % de los encuestados en Iquitos y siempre por el 33% de la población encuestada en el distrito de San Juan a diferencia del distrito de Belén dónde sólo se valora el 0,5 % y en el

distrito de Punchana sólo con el 4% de importancia, existe similitud de registros obtenidos con la ciudad de Iquitos.

- La comprensión de la información nutricional del etiquetado al realizar la compra fue adecuada para el 66,3 % de los estudiantes a diferencia de Arroyo (2021) donde determinó sobre esta consigna que sólo el 33,9 % presenta una actitud adecuada ante el perfil nutricional mostrado en el etiquetado, siendo que los datos difieren de la investigación.
- Los estudiantes estiman la relevancia del origen el producto de forma adecuada en un 60 % no dejando de lado al 40 % de los estudiantes que no consideran el criterio descrito, en tanto Vilas (2020) obtuvo que el 54,4 % para una influencia adecuada y el 45,6 % para una influencia no adecuada, los resultados se encuentran en concordancia.
- Para el diseño del empaque esta investigación obtuvo que los estudiantes de gastronomía tomaron en cuenta de forma adecuada este criterio en un 60 %, también el 40 % tuvo una valoración no adecuada, por ello, a la comparación con los registros de Vilas (2020) determinó que la apreciación adecuada de este componente en un 48 % y no adecuado en un 52 %, siendo que los resultados difieren en los respectivos estudios.

En la determinación del nivel de decisión de compra por estudiantes de gastronomía en esta investigación se obtuvo que 59 estudiantes (73,75%) tienen una decisión de compra informada o adecuada sobre los alimentos industrializados, teniendo en cuenta que 21 estudiantes (26,25%) tienen una decisión inadecuada, en contraste positivo con la investigación de Nuñez (2020) donde resultó que 48 estudiantes (50%) tienen una decisión de compra favorable, 42 estudiantes (44%) que tuvieron una decisión media y sólo 1 estudiante (1%) tuvo una decisión desfavorable en la compra de alimentos industrializados, ambas investigaciones comparten un nivel de decisión de compra favorable.

Con respecto a la relación a las propiedades del etiquetado en la decisión de compra de productos industrializados por alumnos de la carrera de gastronomía se determinó que el octógono presenta la relación más importante (0.501), seguido por los ingredientes (0.358) y el país de origen (0.369), diseño del empaque (0.215), información nutricional (0.404), mensajes de texto (0.255), siendo que éstos dos últimos tienen una relación más baja con la decisión de compra; contrastando estos resultados con la investigación de Vilas (2020) donde obtuvo los resultados, tales como: octógono (0.837), ingredientes (0.706), país de origen (0.794), información nutricional (0.654), mensajes de texto (0.729) y diseño del empaque (0.881), en donde ninguno se relaciona con la decisión de compra.

En esta investigación el uso del etiquetado nutricional generó una relación significativa con la decisión de compra de alimentos industrializados según el estadístico de Spearman igual a 0.449 y un valor de significancia de 0.001; así también en la investigación de Arroyo (2021) donde utilizó el coeficiente de Friedman resultando el valor de 0.0001, determinó que existe una relación positiva de la decisión de consumo sobre el grado de entendimiento de las advertencias publicitarias, en ese sentido, la existencia de relación contrasta con lo hallado en la presente revisión.

CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. CONCLUSIONES

- Se determinó que, los estudiantes de gastronomía del Instituto Continental de la ciudad de Huancayo utilizan el etiquetado nutricional en la disposición de compra de alimentos industrializados, donde acontece que el 40 % de los estudiantes registró como “Muy importante” generando compras adecuadas de alimentos industrializados.
- Se determinó que el 43.75% de los estudiantes gastronómicos del instituto Continental consideran un nivel “Muy importante” sobre el uso del etiquetado nutricional.
- Se determinó que en el instituto Continental el 71.3 % de los estudiantes de la carrera de Gastronomía, contemplan tener un nivel “adecuado” o informado sobre la decisión de compra de alimentos industrializados.
- Se determinó que la característica del etiquetado con mayor grado de relación en la compra es la información nutricional seguido del octógono nutricional, ingredientes y mensajes de texto, mientras que los que guardan una relación más baja son país de origen y diseño de empaque.

6.2. RECOMENDACIONES

- Se recomienda generar la promoción de los nutrientes críticos en institutos y centros técnico productivos, donde tengan la carrera de Gastronomía para informar sobre las consecuencias de un consumo excesivo de los alimentos industrializados que tengan el etiquetado nutricional.

- Se recomienda educar a los estudiantes de gastronomía con la lectura de etiquetas de alimentos industrializados empleados en sus diversas preparaciones eligiendo oportunamente estos tipos de alimentos.
- Se recomienda realizar estudios sobre la relación entre enfermedades no transmisibles y alimentos industrializados con etiquetado nutricional en estudiantes de Gastronomía.
- Se recomienda a los diferentes centros de salud y hospitales orientar a la población en general con educar sobre el etiquetado nutricional, fomentando la compra informada de alimentos industrializados.

CAPÍTULO VII: REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- FAO. (2020). El impacto de los alimentos ultraprocesados en la salud. Alimentación, agricultura y desarrollo rural en América Latina y el Caribe. Recuperado de <https://openknowledge.fao.org/server/api/core/bitstreams/c363cb5d-a2d2-40ea-abf3-1c10988bd540/content>
- OPS. (2015). Los alimentos ultra procesados son motor de la epidemia de obesidad en América Latina, señala un nuevo reporte de la OPS/OMS.
https://www3.paho.org/hq/index.php?option=com_content&view=article&id=11180:ultra-processed-foods&Itemid=0&lang=es#gsc.tab=0
- Raggio L. y Berrondo V. (2018). Conocimiento y percepciones sobre la lectura de la etiqueta de los alimentos: estudio de un caso en Uruguay. Demetra: Alimentación, nutrición y salud. 13(4), 891–900.
- Ramirez, J. (2017). La obesidad en el Perú. An Fac Med, 78(2), 179–185.
- Mamani, H. (2021). Ley N° 30021 de Promoción de la Alimentación Saludable y su extensión en favor de Población Adulta Mayor, Huancavelica 2020 (Tesis de pregrado). Universidad Peruana Los Andes, Huancayo, Perú.
- Diresa Junín. (23 de noviembre de 2023). Buscan fortalecer alimentación saludable de adolescentes. Recuperado de https://www.diresajunin.gob.pe/noticia/id/2023112326_buscan_fortalecer_alimentacin_saludable_de_adolescentes/
- Instituto Continental. (4 de abril de 2023). Gastronomía. Recuperado de <https://icontinental.edu.pe/carrera/gastronomia/>

- Tolentino, L. et al. (2018). Conocimiento y uso del etiquetado nutrimental de alimentos y bebidas industrializados en México. *Salud pública de México*, 60(3), 328–336.
- Justo, M. y Luna, K. (2022). Efectividad de la capacitación sobre octógonos nutricionales a estudiantes del I ciclo de la facultad de bromatología y nutrición de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión (Tesis de pregrado). Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Huacho, Perú.
- Cerezo, M. y Frutos, F. (2020). Hacia rutas saludables: efecto de las etiquetas nutricionales en las conductas alimentarias en un comedor universitario. *Atención primaria*, 53(102022), 1–9.
- Quispe, M. (2021). Percepciones del etiquetado frontal octogonal en madres de escolares del nivel primario que asisten a un centro de salud (Tesis de pregrado). Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú.
- Arroyo, J. (2021). Nivel De Conocimiento De Advertencia Publicitaria Y Decisión De Compra De Alimentos Etiquetados Con Octógono En Los Estudiantes De La Facultad De Ciencias Agrarias De La Universidad Nacional De Huancavelica (Tesis de maestría). Universidad Nacional de Huancavelica, Huancavelica, Perú.
- Apaza, L. (2020). Nivel de conocimiento de productos con octógonos nutricionales de los estudiantes de Ingeniería Forestal y Medio Ambiente de la Universidad Nacional de Tumbes (Tesis de pregrado). Universidad Nacional de Tumbes, Tumbes, Perú.
- Bruno, A. et al. (2014). La percepción en la evaluación del paisaje. *Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas*, 9, 1812–1817.
- Bou, J. y Zegarra, M. (2005). Concepto, tipos y dimensiones del conocimiento: configuración del conocimiento estratégico. *Revista de economía y empresa*, 52(53), 175-178.

- RAE. (28 de abril de 2019). DICCIONARIO. Recuperado de <https://www.rae.es/>
- Sanchez, J. (27 de agosto de 2012). Sabores filosóficos: Nutrición y Filosofía. Recuperado de <https://www.midietacojea.com/2012/08/27/sabores-filosoficos-nutricion-y-filosofia/>
- Vilas, E. (2020). Importancia de las características del etiquetado nutricional asociado a la percepción de la elección del alimento ultra procesado en universitarios de Trujillo (Tesis de pregrado). Universidad Cesar Vallejo, Trujillo, Perú.
- Gaspar, F. (2023). Conocimiento sobre octógonos de advertencia publicitarias de alimentos procesados en escolares de una Institución Educativa Pública – Huancayo; 2023 (Tesis de pregrado). Universidad Peruana Los Andes, Huancayo, Perú.
- Montoya, D. (2024). Influencia de los Octógonos de Advertencia Nutricional de las etiquetas de alimentos envasados en la Decisión de Compra del Consumidor, Arequipa 2021(Tesis de pregrado). Universidad Católica de Santa María, Arequipa Perú
- Espinoza, S. y Yrigoyen, D. (2022). La inclusión de octógonos nutricionales y comportamiento de compra en padres de familia en el distrito de San Borja. (Tesis de pregrado). Universidad Le Cordon Bleu, Lima, Perú.
- Nicho, S. (2022). Conocimiento del etiquetado octogonal y actitudes de compra de alimentos por parte de padres y cuidadores de escolares Lima-2020. (Tesis de pregrado). Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú.
- Lozano, D. y Rengifo, R. (2022). Impacto de la implementación del octógono nutricional en la decisión de compra de alimentos en amas de casa de la ciudad de Iquitos, 2020 (Tesis de pregrado). Universidad Nacional de la Amazonía Peruana, Iquitos, Perú.
- Rodriguez, L. y Pizarro, T. (2018). Ley de Etiquetado y Publicidad de Alimentos: Chile innovando en nutrición pública una vez más, 89(5), 579-581.

Núñez R. (2020). Influencia de las Advertencias Publicitarias en la Decisión de Compra del Consumidor en la Ciudad de Ayacucho – 2020 (Tesis de pregrado). Universidad Peruana Los Andes, Huancayo, Perú.

Huaracha, G. et al. (2020). Análisis del impacto de la ley de promoción de la alimentación saludable: Octógonos, en el comportamiento de consumo de alimentos procesados y bebidas no alcohólicas de los estudiantes de la Universidad Católica San Pablo, Arequipa, 2020 (Tesis de pregrado). Universidad Católica San Pablo, Arequipa, Perú.

Flores, E. y Quispe, R. (2021). Relación entre la lectura de los octógonos nutricionales y hábitos de alimentación saludable en consumidores de alimentos envasados de Juliaca, Puno, 2020 (Tesis de Pregrado). Universidad María Auxiliadora, Lima, Perú.

Alfárez, M. y Alfárez, S. (2019). Implicancias potenciales de la introducción del sistema de advertencias al consumidor basado en octógonos en el etiquetado frontal de alimentos procesados excesivos en nutrientes, Tacna 2019 (Tesis de pregrado). Universidad Privada de Tacna, Tacna, Perú.

Cruz, C. (2018). Uso del etiquetado nutricional en la decisión de compra de alimentos por consumidores de la ciudad de Piura – Perú, 2018 (Tesis de pregrado). Universidad Nacional de Piura, Piura, Perú

Berrospi, M. y Sánchez A. (2018). Factores que la industria de alimentos procesados en Lima Metropolitana debe considerar para lograr una implementación exitosa de los lineamientos de la Ley de Promoción de la Alimentación Saludable (Tesis de pregrado). Universidad Peruana de Ciencias aplicadas, Lima, Perú.

León, K. et al. Semáforo nutricional: conocimiento, percepción y utilización entre los consumidores de Madrid, España. Rev. Esp. de Nut. Humana y Diet 2015, 19(2), 97-104

Huerta,A. et al. Aplicación del etiquetado frontal como medida de Salud Pública y fuente de información nutricional al consumidor: una revisión. Rev Esp Nutr Comunitaria 2015, 21(2): 34-42.

Manual de Advertencias Publicitarias. (2018). Ministerio de salud del Perú. Recuperado de <https://busquedas.elperuano.pe/dispositivo/NL/1660606-1>

Ley N° 30021, Ley de Promoción de la Alimentación Saludable para Niños, Niñas y Adolescentes. (2013). Diario El Peruano. Recuperado de <https://www.gob.pe/institucion/congreso-de-la-republica/normas-legales/118470-30021>

Cronbach, L. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. Psychometrika. Estados Unidos. Pag. 297-334

Salud y Bienestar. (12 de agosto de 2020). Foro Salud. Recuperado de <https://www.forosalud.org.pe/que-tipo-de-etiquetado-prefieren-los-consumidores/>

Cornejo, A. y Liza, L. (2016). Factores Asociados a la Decisión de lectura de la Etiqueta de Alimentos por Consumidores de la Ciudad de Lima - Perú en el Año 2015 (Tesis de Maestría). Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Lima, Perú.

Manual De Advertencias Publicitarias, Ley N° 30021 (2017) (Perú). Recuperado de https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/189342/188830_RM_N_C2_B0_683-2017-MINSA.pdf20180823-24725-11dhyod.pdf

Instituto Nacional De Estadística E Informática. (12 de agosto de 2020). Población 2000 al 2015. Recuperado https://www.inei.gov.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1292/libro.pdf

Instituto Nacional De Estadística E Informática. (12 de agosto de 2020). Perú: enfermedades no transmisibles y transmisibles, 2017. Recuperado

https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1526/index.html

Miranda, O. et al. (2014). Valores percentilares del contenido de azúcar, grasas y sodio en alimentos industrializados según etiquetado expendidos en Lima. Instituto Nacional de Salud. Recuperado <https://repositorio.ins.gob.pe/handle/20.500.14196/280>

Cifuentes, J. (2015). Etiquetado Nutricional en Guatemala ¿Influye en la Decisión de Compra de los Consumidores y Contribuye a Elecciones Saludables?. (Tesis de Maestría). Universidad de Chile, Santiago de Chile, Chile.

Silva, M. y Meneses, V. (2016). Manual de etiquetado de alimentos envasados. Quellqay Publicaciones EIRL. Perú. Pag. 7-133

ANEXOS

Anexo N° 1: Solicitud de permiso

ANEXO N° 1


SOLICITUD DE PERMISO

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

“USO DE ADVERTENCIAS NUTRICIONALES EN LA DECISIÓN DE COMPRA DE ALIMENTOS INDUSTRIALIZADOS POR ESTUDIANTES DE GASTRONOMÍA DE UN INSTITUTO PRIVADO CONTINENTAL, HUANCAYO-2024”

Autorización del coordinador de la carrera de Gastronomía y Arte Culinario del Instituto Continental

Yo José Velapatiño Nuño habiendo entendido en su totalidad la finalidad que rige el estudio a realizarse, conociendo que este no implica ningún riesgo para el desarrollo normal en las clases de los alumnos, y teniendo fe de que este no pretende vulnerar la dignidad de ninguno de los estudiantes ni de la carrera de Gastronomía, acepto voluntariamente dar mi autorización para la ejecución de la investigación “USO DE ADVERTENCIAS NUTRICIONALES EN LA DECISIÓN DE COMPRA DE ALIMENTOS INDUSTRIALIZADOS POR ESTUDIANTES DE GASTRONOMÍA DE UN INSTITUTO PRIVADO CONTINENTAL, HUANCAYO-2024”, del cual yo represento y soy el coordinador de la carrera. Para hacer valer y dar fe que respaldo la realización de la investigación propuesta, hago constar mi aceptación a través de mi firma y sello en el presente documento.

 José Velapatiño Nuño
Coordinador Escuela de Gastronomía
Instituto Continental

Firma y Sello

Huancayo, 04 de junio del 2024.

Anexo N° 2: Consentimiento informado

CONSENTIMIENTO INFORMADO

ESCUELA DE POSGRADO

FACULTAD DE BROMATOLOGIA Y NUTRICIÓN

MAESTRIA EN CIENCIA DE LOS ALIMENTOS

**CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS DE LA
TESIS**

**“Uso de advertencias nutricionales en la decisión de compra de alimentos
industrializados por estudiantes de gastronomía de un instituto privado Continental,
Huancayo-2024”**

Yo.....identificado con documento de
identidad:.....,he sido informado (a) por el licenciado: **Flores Medrano
Jonathan Paul**, estudiante de la **Maestría en Ciencias de los Alimentos** de la **Universidad Nacional
José Faustino Sánchez Carrión** sobre la finalidad de la investigación y el procedimiento para llevar
a cabo la recolección de datos.

He realizado las preguntas que consideré oportunas entendiendo que esta investigación no
vulnera mi integridad física y mental, también el desarrollo de mis actividades académicas, puesto
que la prueba es sencilla de realizar, además estaré siendo supervisado (a) por el investigador, ya que
mi intervención ayudará a determinar cuál es el uso de advertencias nutricionales en la decisión de
compra de alimentos industrializados.

FIRMA

D.N.I.:.....



Anexo N° 3: Cuestionario sobre la importancia de las características del etiquetado nutricional

CUESTIONARIO PARA DETERMINAR LA IMPORTANCIA DE LAS CARACTERÍSTICAS DEL ETIQUETADO NUTRICIONAL EN ESTUDIANTES DE GASTRONOMÍA DE UN INSTITUTO PRIVADO, HUANCAYO-2024.

1. Octógonos nutricionales:

Los octógonos nutricionales son advertencias que indican el exceso de uno o más ingredientes nocivos para la salud en un producto. ¿En qué grado del 1 al 3 considera usted que los octógonos nutricionales son importantes para la elección del producto?

1. Poco importante
2. Importante
3. Muy importante

2. Ingredientes:

Los ingredientes son un componente donde se especifica, de menor a mayor, la cantidad de aditivos utilizados para la elaboración del producto. ¿En qué grado del 1 al 3 considera usted importante esta información para la elección del producto?

1. Poco importante
2. Importante
3. Muy importante

3. Mensajes textuales:

Los mensajes textuales son una característica del etiquetado diseñada para atraer al consumidor a simple vista y reforzar la decisión de consumo. ¿En qué grado del 1 al 3 considera usted importantes estos mensajes textuales para la elección del producto?

1. Poco importante
2. Importante
3. Muy importante

4. Información nutricional:

La información nutricional sirve para limitar el consumo excesivo de determinados nutrientes. ¿En qué grado del 1 al 3 considera usted esta información importante para la elección del producto?

1. Poco importante
2. Importante
3. Muy importante

5. País de origen:

El etiquetado contiene información sobre el lugar de fabricación del producto, indicando su país de origen. ¿En qué grado del 1 al 3 considera usted importante esta información para la elección del producto?

1. Poco importante
2. Importante
3. Muy importante

6. Diseño del empaque:

El diseño del empaque es una característica del etiquetado nutricional que busca permanecer en la memoria del consumidor y provocar un consumo permanente. ¿En qué grado del 1 al 3 considera usted importante el diseño para la elección del producto?

1. Poco importante
2. Importante
3. Muy importante

Anexo N° 4: Cuestionario sobre la decisión de compra

CUESTIONARIO PARA DETERMINAR LA PERCEPCIÓN DE ELECCIÓN ASOCIADA A LA IMPORTANCIA DEL ETIQUETADO NUTRICIONAL EN ESTUDIANTES DE GASTRONOMÍA DE UN INSTITUTO PRIVADO, HUANCAYO-2024.

1. Octógonos nutricionales:

¿Observar los octógonos despierta en usted un sentido de alerta útil para la compra del producto?

- a) Sí, me despierta una alerta ante un componente del producto en exceso y por tanto no lo compraría.
- b) No he consumido dicho producto, y a pesar de la alerta, creo que lo probaría.
- c) Sí, porque la alerta me informa lo que es bueno para mi salud, por lo tanto, lo pensaría mejor.
- d) No me despierta ninguna alerta, lo compraría simplemente porque me gusta.

2. Ingredientes:

¿La información sobre los ingredientes especificados en el producto es relevante para el consumo?

- a) Sí, porque brindan datos importantes de ingredientes que podrían ser nocivos para mi salud.
- b) No, porque no tengo tiempo de leer la información referente a los ingredientes.
- c) Sí, porque me gusta revisar los ingredientes con los que se elabora el producto.
- d) No, porque no comprendo lo que significan algunos ingredientes en específico.

3. Mensajes textuales:

¿Considera usted que los mensajes textuales que resaltan un atributo o característica específica del producto influyen en su elección de compra?

- a) Sí, considero que los mensajes me informan sobre una ventaja especial del producto.
- b) No, porque creo que esos mensajes textuales no son verídicos.
- c) Sí, me ayudan a diferenciar cuál producto es mejor entre productos similares.
- d) No, porque pienso que son elementos utilizados solo para atraer al consumidor.

4. Información nutricional:

¿Cree usted que la información nutricional impresa en el producto influye en su elección de compra?

- a) La información nutricional me da a conocer los nutrientes que contiene el producto y, por lo tanto, decidiría elegirlo.
- b) No entiendo lo que significan esos datos, pero igual lo compro porque me gusta este producto.
- c) La información me ayuda a elegir un producto adecuado para mi necesidad nutricional.
- d) No entiendo lo que significa, entonces no lo compro.

5. País de origen:

¿Conocer el origen del producto, sea nacional o importado, influye en su elección de compra?

- a) Sí, porque me brinda más seguridad conocer el lugar de procedencia del producto.
- b) No, generalmente no me fijo en el lugar de procedencia del producto.
- c) Sí, prefiero los productos de origen nacional por la calidad de los ingredientes.
- d) No, asumo que por el prestigio de la marca no es relevante el origen del producto.

6. Diseño del empaque:

¿Considera usted importante la innovación del diseño del empaque para la elección de un producto?

- a) Sí, porque acompañan las tendencias de moda del momento.
- b) No, pienso que es irrelevante para la elección del producto.
- c) Sí, porque lo hace un producto más atractivo.
- d) No, lo que me importa es el contenido del producto, no el diseño de su empaque.

Connotación de las respuestas de los ítems:

Ítem	Respuestas adecuadas	Respuestas inadecuadas
1	A y C	B y D
2	A y C	B y D
3	A y C	B y D
4	A y C	B y D
5	A y C	B y D
6	A y C	B y D

Anexo N° 5: Prueba de confiabilidad

ETIQUETADO NUTRICIONAL

Dimensiones	N° de pregunta	Alfa de Cronbach
Octógonos nutricionales	1	0,754
Ingredientes	2	0,866
Mensajes textuales	3	0,775
Información nutricional	4	0,869
País de origen	5	0,872
Diseño del empaque	6	0,719

DECISIÓN DE COMPRA

Dimensiones	N° de pregunta	Alfa de Cronbach
Octógonos nutricionales	1	0,795
Ingredientes	2	0,758
Mensajes textuales	3	0,753
Información nutricional	4	0,791
País de origen	5	0,753
Diseño del empaque	6	0,827

Anexo N° 6: Base de datos de los estudiantes de gastronomía del primer ciclo del instituto continental

	Características del etiquetado nutricional						Percepción de elección						V1	V2		COD_SPSS	
	D1	D2	D3	D4	D5	D6	D1	D2	D3	D4	D5	D6				V1	V2
1	2	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	7	3		1	1
2	1	2	2	1	1	2	0	0	0	0	0	0	9	0		1	0
3	1	2	1	1	2	2	0	0	0	0	0	0	9	0		1	0
4	1	1	2	1	2	1	0	0	0	0	0	0	8	0		1	0
5	1	2	2	2	1	1	0	0	0	0	0	0	9	0		1	0
6	1	2	2	2	2	2	0	0	1	1	0	0	11	2		2	0
7	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0	1	6	2		1	0
8	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	6	4		1	1
9	1	1	2	1	2	1	0	0	0	0	0	0	8	0		1	0
10	1	1	2	1	2	1	0	0	0	0	0	0	8	0		1	0
11	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	6	0		1	0
12	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	6	0		1	0
13	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	6	0		1	0
14	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	6	0		1	0
15	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	6	0		1	0

16	1	1	1	2	1	1	1	1	1	0	1	0	7	4		1	1
17	2	2	2	2	1	2	0	0	0	0	1	1	11	2		2	0
18	1	2	2	1	2	1	0	0	1	0	1	1	9	3		1	1
19	2	2	1	1	1	2	0	0	0	0	0	1	9	1		1	0
20	2	2	2	2	2	1	1	1	1	0	0	1	11	4		2	1
21	1	1	1	2	2	2	1	1	0	0	1	0	9	3		1	1
22	2	2	1	1	2	1	1	0	0	0	1	0	9	2		1	0
23	1	1	2	1	1	1	0	0	0	1	1	0	7	2		1	0
24	2	1	2	1	1	2	0	1	1	1	1	1	9	5		1	1
25	2	1	2	1	2	1	0	1	1	0	0	1	9	3		1	1
26	2	1	1	2	2	2	1	1	1	0	0	0	10	3		2	1
27	1	1	1	1	1	2	1	0	0	1	1	0	7	3		1	1
28	2	1	2	1	1	1	0	0	0	1	0	0	8	1		1	0
29	3	3	3	2	2	2	1	1	1	1	1	0	15	5		3	1
30	2	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	11	6		2	1
31	2	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	9	6		1	1
32	2	2	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	11	6		2	1
33	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	7	6		1	1
34	3	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	6		1	1

35	1	1	3	1	1	2	1	1	1	1	1	1	9	6		1	1
36	2	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	10	6		2	1
37	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	8	6		1	1
38	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	8	6		1	1
39	2	2	3	2	3	2	1	1	1	1	1	0	14	5		3	1
40	3	2	3	3	2	2	1	0	0	1	0	0	15	2		3	0
41	2	3	3	3	3	3	0	0	1	1	0	0	17	2		3	0
42	3	2	2	3	2	3	1	0	1	1	0	0	15	3		3	1
43	2	2	3	3	3	3	1	1	0	0	0	0	16	2		3	0
44	2	3	2	2	3	2	1	1	0	0	1	1	14	4		3	1
45	3	2	3	3	2	3	0	1	1	0	1	0	16	3		3	1
46	3	3	2	3	3	2	1	1	1	1	1	1	16	6		3	1
47	2	3	2	2	3	3	1	1	1	1	1	1	15	6		3	1
48	2	3	3	2	3	3	1	1	1	1	1	1	16	6		3	1
49	3	3	2	3	3	3	1	1	1	1	1	1	17	6		3	1
50	2	2	2	3	2	2	1	1	1	1	1	1	13	6		2	1
51	2	2	3	2	3	2	1	1	1	1	1	1	14	6		3	1
52	3	3	3	3	2	3	1	1	1	1	1	1	17	6		3	1
53	3	2	2	3	2	3	0	1	1	1	0	0	15	3		3	1

54	3	3	2	3	3	2	1	1	1	1	1	1	16	6		3	1
55	2	2	3	2	2	2	1	1	1	1	0	1	13	5		2	1
56	3	3	3	3	3	2	1	1	1	1	1	0	17	5		3	1
57	2	3	3	3	2	3	1	1	0	1	1	1	16	5		3	1
58	3	2	3	3	2	2	1	1	1	1	1	1	15	6		3	1
59	3	2	3	3	3	2	1	1	1	1	1	1	16	6		3	1
60	3	2	2	2	3	3	1	1	1	1	1	1	15	6		3	1
61	3	2	3	2	2	3	1	0	0	0	1	1	15	3		3	1
62	3	3	2	2	2	3	1	1	1	1	1	1	15	6		3	1
63	3	2	3	3	2	2	1	1	0	1	1	1	15	5		3	1
64	3	2	2	3	2	3	1	1	1	1	1	1	15	6		3	1
65	2	2	3	3	3	2	1	1	1	1	1	1	15	6		3	1
66	2	2	2	2	3	2	1	1	1	1	1	1	13	6		2	1
67	2	3	2	3	3	3	1	1	1	1	1	1	16	6		3	1
68	3	2	2	3	3	2	1	1	1	1	1	1	15	6		3	1
69	2	3	2	3	2	3	1	1	0	1	0	0	15	3		3	1
70	2	2	3	2	3	2	1	1	1	1	0	1	14	5		3	1
71	2	3	3	2	2	3	1	1	0	0	1	0	15	3		3	1
72	3	3	2	3	2	3	1	1	1	1	1	0	16	5		3	1

73	2	3	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	13	6		2	1
74	2	3	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	13	6		2	1
75	3	2	2	2	3	2	1	1	1	1	1	1	14	6		3	1
76	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	12	6		2	1
77	2	2	3	2	2	2	1	1	1	1	1	1	13	6		2	1
78	3	3	3	2	2	2	1	1	1	1	1	1	15	6		3	1
79	2	2	2	3	2	2	1	1	1	1	1	1	13	6		2	1
80	3	3	2	3	2	3	1	1	1	1	1	1	16	6		3	1