

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD

Carrera de **NUTRICIÓN Y DIETÉTICA**

“FACTORES ASOCIADOS A LA LECTURA DEL
ETIQUETADO NUTRICIONAL AL DECIDIR
COMPRAR ALIMENTOS EN ESTUDIANTES DE
UNA UNIVERSIDAD PRIVADA, 2023”

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciada en Nutrición y Dietética

Autora:

Joice Samantha Ramos Galvez

Asesora:

Dra. Yuliana Yessy Gomez Rutti
<https://orcid.org/0000-0002-7113-8483>

Lima – Perú

JURADO EVALUADOR

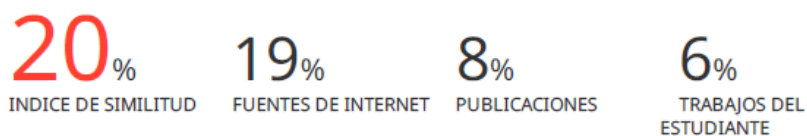
Jurado 1 Presidente(a)	EDWIN RUIZ SANCHEZ	45926988
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 2	JACQUELINE SAYAN BRITO	40403778
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 3	MARIANA HIDALGO CHÁVEZ	42968661
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

INFORME DE SIMILITUD

INFORME DE ORIGINALIDAD



FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.unp.edu.pe Fuente de Internet	5%
2	hdl.handle.net Fuente de Internet	3%
3	Submitted to Universidad Nacional de Educacion Enrique Guzman y Valle Trabajo del estudiante	1%
4	1library.co Fuente de Internet	1%
5	repositorio.unfv.edu.pe Fuente de Internet	1%
6	scielo.iics.una.py Fuente de Internet	<1%
7	Submitted to Universidad San Ignacio de Loyola Trabajo del estudiante	<1%
8	www.scielo.org.co	

DEDICATORIA

Quiero dedicar esta investigación a mis padres, por ser mi apoyo incondicional a lo largo de mi vida. De igual manera a mi papito Segundo, que desde el inmenso cielo cuida y guía de mí. A Astri y Javier, por siempre estar a mi lado en los buenos y malos momentos.

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer a todas las personas que tuvieron un rol importante en la realización de este trabajo investigativo.

TABLA DE CONTENIDO

JURADO EVALUADOR	2
INFORME DE SIMILITUD	3
DEDICATORIA	4
AGRADECIMIENTO	5
TABLA DE CONTENIDO	6
ÍNDICE DE TABLAS	8
ÍNDICE DE FIGURAS	9
RESUMEN	10
ABSTRACT	11
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN	12
1.1. Realidad de la problemática	12
1.2. Formulación del Problema	14
1.2.1. Problema General	14
1.2.2. Problemas específicos	14
1.3. Bases teóricas	15
1.3.1. Etiquetado Nutricional	15
1.3.2. Sobrepeso y Obesidad	17
1.3.3. Características que influyen en consumo de alimentos	17
1.3.4. Gusto y comprensión del etiquetado Nutricional	17
1.3.5. Lectura del etiquetado Nutricional y decisión de compra en los usuarios	18
1.3.6. Frecuencia de lectura del etiquetado nutricional	19
1.3.7. Motivos de lectura del etiquetado nutricional	19
1.3.8. Lugar de lectura del etiquetado nutricional	20
1.3.9. Influencia del precio, marca y publicidad	20
1.4. Antecedentes	21
1.4.1. Internacionales	21
1.4.2. Nacionales	22
1.5. Objetivos	23
1.5.1. Objetivo General	23
1.5.2. Objetivos Específicos	23
1.6. Hipótesis	24
1.6.1. Hipótesis General	24
1.7. Justificación	24
CAPÍTULO II. METODOLOGÍA	26
2.1. Tipo de Investigación	26
2.2. Material de Estudio	26
2.2.1. Población	26
2.2.2. Muestra	26
2.3. Criterios de Selección	27

2.4.	Técnicas e instrumentos de recolección de datos	27
2.5.	Proceso de recolección de datos	28
2.6.	Análisis de datos	28
2.7.	Aspectos éticos	29
CAPÍTULO III. RESULTADOS		30
3.2.	Características la lectura del etiquetado nutricional al decidir comprar alimentos	31
3.2.	Asociaciones de características sociodemográficas y lectura etiquetado nutricional	43
CAPITULO IV. DISCUSIONES Y CONCLUSIONES		47
4.1.	Discusiones	47
4.2.	Conclusiones	53
4.3.	Recomendaciones	54
REFERENCIAS		56
ANEXOS		62
Anexo 01: Matriz de consistencia		62
Anexo 02: Operacionalización de variables.....		65
Anexo 03: Ficha de recolección de datos		68
Anexo 04: Consentimiento informado.....		69
Anexo 05: Encuesta de Factores asociados al etiquetado nutricional en la decisión de compra de alimentos.....		70
Anexo 06: Acta de validación por juicio de expertos		77
Anexo 07: Tabla de Validez V-Iken		87

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Características sociodemográficas	30
Tabla 2. Motivos de lectura del etiquetado nutricional.....	32
Tabla 3. Frecuencia de lectura del etiquetado nutricional.	32
Tabla 4. Compresión del etiquetado nutricional.	33
Tabla 5. Lectura de etiquetado nutricional en bebidas.....	33
Tabla 6. Lectura de etiquetado nutricional en derivados cármicos.....	34
Tabla 7. Lectura de etiquetado nutricional en lácteos.....	34
Tabla 8. Lectura de etiquetado nutricional en cereales.	35
Tabla 9. Lectura de etiquetado nutricional en dulces.	36
Tabla 10. Lectura de etiquetado nutricional en snacks.	37
Tabla 11. Lectura de etiquetado nutricional en salsas y cremas.....	38
Tabla 12. Lectura de etiquetado nutricional en grasas y aceites.	39
Tabla 13. Grupo etario	39
Tabla 14. Situaciones de lectura.....	40
Tabla 15. Lugar de compra.....	41
Tabla 16. Precio y/o promociones	42
Tabla 17. Publicidad y/o marca.....	42
Tabla 18. Medios de comunicación	43
Tabla 19. Factores asociados a la lectura del etiquetado nutricional	45

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. ¿Qué debe contener el etiquetado nutricional?.....14

RESUMEN

Introducción: Las industrias alimentarias del Perú han aprovechado para elaborar productos alimenticios con diferentes características para el consumidor, aumentando así <las enfermedades como el sobrepeso y obesidad. Ante este panorama, las etiquetas nutricionales funcionan como prevención para la mejora de hábitos alimentarios en la población.

Objetivo: Identificar los factores asociados a la lectura del etiquetado nutricional en la decisión de compra de alimentos en estudiantes de una universidad privada.

Método: Estudio de tipo aplicado, de nivel correlacional, de enfoque cuantitativo, prospectivo y de corte transversal. Se encuestaron a 234 estudiantes de la facultad de salud de una universidad. Para el análisis de datos se usó la prueba Chi-cuadrado en IBM SPSS vs 26.

Resultados: Se encontraron asociaciones estadísticamente significativas con un p valor <0.05, entre las características sociodemográficas de la muestra y factores de lectura de etiquetas nutricionales como son "Lectura de etiquetado nutricional de lácteos, snacks, cereales y derivados cárnicos", "Situaciones de la lectura del etiquetado nutricional", "Medios de comunicación que influyen en la lectura del etiquetado nutricional", "Grupo etario priorizado" y "Comprensión del etiquetado nutricional".

Conclusiones: Los principales factores estadísticamente asociados a la lectura de etiquetado nutricional en la decisión de compra de alimentos fueron: el sexo, estado civil, ocupación, programa, número de hijos, ingreso familiar y actividad física.

Palabras clave: Etiquetado nutricional, decisión de compra, lectura de etiquetas nutricionales, alimentos industrializados.

ABSTRACT

Introduction: The food industries of Perú have taken the opportunity to produce food products with different characteristics for the consumer, thus increasing diseases such as overweight and obesity. Against this background, nutritional labels work as prevention to improve eating habits in the population.

Objective: To identify the factors associated with reading nutritional labeling in the food purchasing decision of students at a private university.

Method: Applied type study, correlational level, quantitative, prospective and cross-sectional approach. 234 students from the health faculty of a university were surveyed. The Chi-square test in IBM SPSS vs 26 was used for data analysis.

Results: Statistically significant associations were found with a p value <0.05 , between the sociodemographic characteristics of the sample and factors of reading nutritional labels such as "Reading nutritional labeling of dairy products, snacks, cereals and meat derivatives", "Situations of reading the nutritional labeling", "Media that influence the reading of nutritional labeling", "Prioritized age group" and "Understanding nutritional labeling".

Conclusions: The main factors statistically associated with reading nutritional labeling in the food purchasing decision were: sex, marital status, occupation, undergraduate program, number of children, family income and physical activity.

Keywords: Nutrition Labeling, purchasing decision, reading nutritional labels, industrialized foods.

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad de la problemática

Los hábitos alimenticios durante la etapa universitaria pueden influir en la salud a largo plazo. Comprender qué factores influyen en la elección de alimentos a través de la lectura del etiquetado nutricional puede contribuir a mejorar la toma de decisiones en la alimentación, lo que repercute en la salud y el bienestar de los estudiantes. Estudiar los factores que inciden en la lectura del etiquetado nutricional puede proporcionar información valiosa sobre la comprensión de la información nutricional por parte de los estudiantes. Esto permite identificar áreas en las que se requiere educación nutricional adicional para mejorar la capacidad de tomar decisiones más saludables. La mala alimentación puede contribuir al desarrollo de enfermedades crónicas. Investigar los factores que influyen en las decisiones de compra de alimentos basadas en el etiquetado nutricional puede ayudar a prevenir problemas de salud relacionados con la nutrición, como la obesidad, la diabetes y enfermedades cardíacas^{1,2}.

La Organización Mundial de la Salud (OMS), enfermedades como el sobrepeso y obesidad son definidas como una excesiva aglutinación de masa grasa que afecta negativamente a la salud, donde el IMC (índice de masa corporal) es un indicativo utilizado para definir esta condición; según cifras, desde el año 1975 el sobrepeso y obesidad ha triplicado sus números, y para el año 2016, alrededor de 1900 millones de personas mayores de 18 años no estaban con un peso adecuado, de los cuales 650 millones tenían obesidad, por otro lado, para la FAO, el sobrepeso y obesidad se ubican como el sexto factor causal

de muerte a nivel mundial; actualmente, en el Perú, 6 de cada 10 adultos presentan sobrepeso y obesidad (58.2%) siendo las mujeres más afectadas^{1,2}.

Debido a los avances tecnológicos y desarrollo de la economía, las industrias alimentarias en el Perú han aprovechado para elaborar productos alimenticios con diferentes características y alternativas para el consumidor, que a su vez trae consigo problemas en la salud del poblador peruano, principalmente a mujeres, niños y adolescentes, por ello, las industrias alimentarias evidencian la información nutritiva en los alimentos industrializados³.

El etiquetado nutricional es una herramienta, donde toda información es relatada en los empaques de productos alimenticios y bebidas no alcohólicas industrializadas, detallándose el valor energético que contiene un alimento, así como también la cantidad de macronutrientes (carbohidratos, proteínas y grasas) o micronutrientes (vitaminas y minerales), entre otros, con el fin de alertar a la población cuando algún producto es excesivo³.

Es de interés público reconocer que el sobrepeso y la obesidad contribuyen de manera significativa a la manifestación de diversas enfermedades, sobre todo metabólicas. Ante este panorama, la información nutritiva puesta en los rótulos de los productos alimenticios desempeña un papel importante, ya que funciona como prevención para la mejora de hábitos alimentarios en la población^{3,4}. Es por ello por lo que desde ya hace un tiempo en algunos países latinoamericanos se han diseñado estrategias políticas orientadas a las etiquetas indicando su contenido nutricional, para beneficio y transparencia del consumidor⁴.

En el Perú, el Congreso de la República, en el año 2013, aprobó la ley N° 30021, "Ley de promoción de la alimentación saludable para niños, niñas y adolescentes", donde

se promueve y protegen los derechos de la salud, así como también prevención de enfermedades, y tiempo después, en el año 2019 se modificó dicha ley, aquí se autoriza la norma de advertencia publicitaria, donde se indica que todos los productos alimenticios envasados y bebidas no alcohólicas que se mercantilizan, están en la obligación de llevar mensajes de advertencia en donde esta medida se ajusta a lo que recomienda la OMS en donde en octógonos, si su capacidad del alimento sobrepasa los criterios dispuestos, con la frase "Alto en", indicando la excedencia en los niveles de azúcar, grasas y sodio, los cuales son especificados en el "Manual de Advertencias Publicitarias" variando de acuerdo el tamaño de empaque y el color (blanco y negro)^{3,5}.

El sobrepeso y la obesidad son considerados problemas alarmantes de salud pública, ante ello el Ministerio de Salud (MINSA) y organizaciones que velan por la salud y derechos del consumidor, consideran relevante la lectura octógonos, ya que estos se formaron por la necesidad de proporcionar a la población la opción de preferir productos beneficiosos y a su vez, dar a conocer sobre las consecuencias del excesivo consumo de sustancias perjudiciales⁶. Ante esta situación es que la presente investigación tiene por objetivo identificar los factores asociados a la lectura del etiquetado nutricional al decidir comprar alimentos en estudiantes universitarios de una universidad privada

1.2. Formulación del Problema

1.2.1. Problema General

¿Qué factores están asociados a la lectura del etiquetado nutricional en la decisión de compra de alimentos en estudiantes de una universidad privada?

1.2.2. Problemas específicos

¿Cuáles son los principales motivos y situaciones de la lectura del etiquetado nutricional en la decisión de compra de alimentos en estudiantes de una universidad privada?

¿Cuál es la frecuencia de comprensión y lectura del etiquetado nutricional en la decisión de compra de alimentos en estudiantes de una universidad privada?

¿Cuáles son los grupos de alimentos donde se da la lectura el etiquetado nutricional en la decisión de compra de alimentos en estudiantes de una universidad privada?

¿Cuál es el grupo etario priorizado en la lectura del etiquetado nutricional en la decisión de compra de alimentos en estudiantes de una universidad privada?

¿Cuál es el lugar de compra, la publicidad y tipo de publicidad del producto en la lectura del etiquetado nutricional en la decisión de compra de alimentos en estudiantes de una universidad privada?

¿Cuál es el precio y promoción del producto en la lectura del etiquetado nutricional en la decisión de compra de alimentos en estudiantes de una universidad privada?

1.3. Bases teóricas

1.3.1. Etiquetado Nutricional

Según el Codex Alimentarius, etiquetado nutricional es toda descripción detallada en el envase que tiene como finalidad notificar las propiedades nutrimentales como la manifestación de nutrientes y la información nutritiva adicional (ver figura 1), al consumidor, y así no perder la fiabilidad⁷.

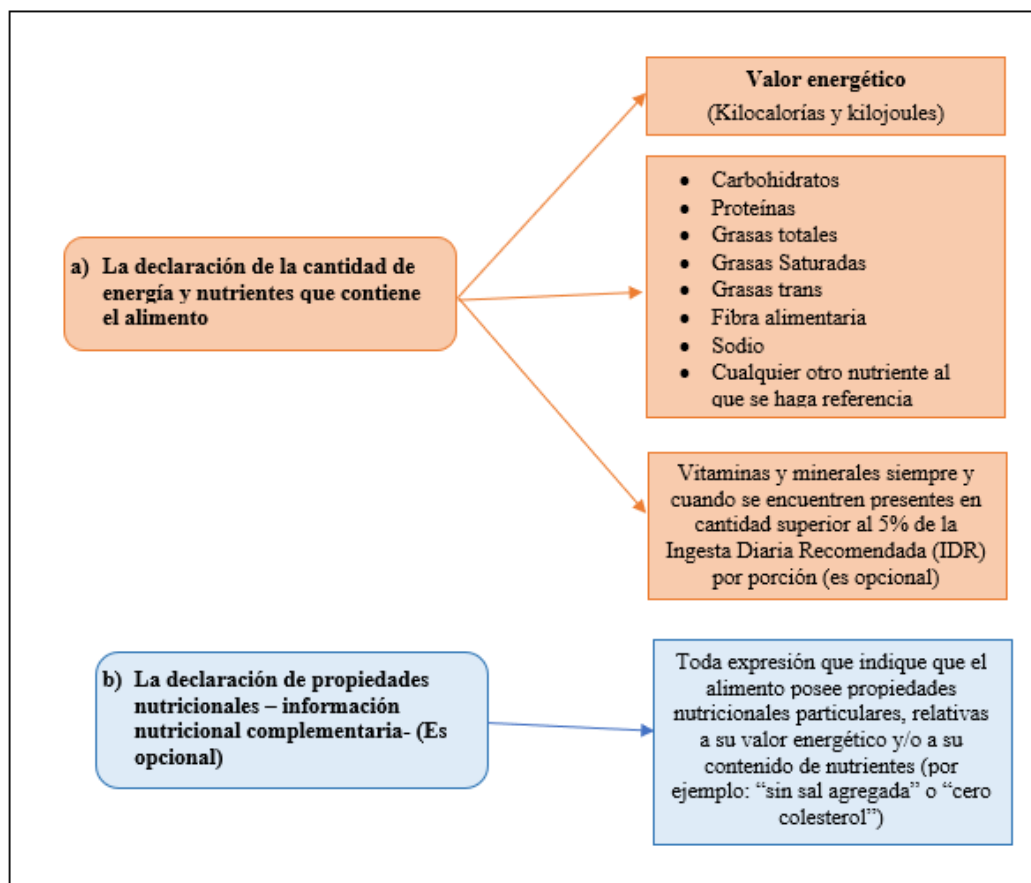


Figura 1. ¿Qué debe contener el etiquetado nutricional?⁸.

Instituciones como la Organización Mundial de la Salud (OMS) y la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) en conjunto con el Codex Alimentarius, mencionan que el etiquetado nutricional es el medio de conexión informativa entre el productor inicial hasta el usuario final, lo que lo hace un cofactor importante para la motivación en una decisión de consumo⁹.

El etiquetado nutricional es una fuente de información fundamental a la hora de favorecer al consumidor en la inclusión de alimentos empaquetados en su dieta diaria,

por eso es de total relevancia hacer hincapié en la presentación de estas en base a la normativa proveniente de entidades gubernamentales¹⁰.

1.3.2. Sobrepeso y Obesidad

La OMS califica estas condiciones como: “una acumulación anormal o excesiva de grasa que puede ser perjudicial para la salud” donde el Índice de masa corporal (IMC), es un señalizador clave para clasificar el inadecuado peso¹.

En el Perú, el 58% las personas mayores de 15 años, están con un peso inadecuado por encima del rango normal, en los estudiantes de Lima Norte el 30.4% presentan sobrepeso y 14.7% presentan obesidad, donde es necesario reforzar medidas de prevención y promoción de salud¹¹.

1.3.3. Características que influyen en consumo de alimentos

El consumo de cualquier variedad de alimentos está relacionado a factores que van cambiando según nuestro estilo de vida, y están asociados a la cultura, demografía, educación, geografía, salud, religión y economía de las personas¹².

Según Kotler, los factores que alteran la conducta de los consumidores se dividen en: características culturales, características sociales (estatus social), factores personales (características sociodemográficas) y características psicológicas (percepción), donde las necesidades del consumidor cambian y conlleva a las empresas a diseñar estrategias de mercado debido a una sociedad tan modificable¹³.

1.3.4. Gusto y comprensión del etiquetado Nutricional

Según el proyecto de *Food labelling to advance better education for life* (FLABEL), orientado a la lectura del etiquetado nutricional en alimentos envasados, menciona que el efecto final que es la determinación de compra del consumidor se ve influenciada por el gusto, la comprensión de la etiqueta nutricional, o por cuestiones como la apariencia de la etiqueta nutricional y el apoyo positivo o negativo de los usuarios, predisponen cuánto interés le acusara al consumidor para leer las etiquetas nutricionales¹⁴.

En el proyecto llegaron a concluir que el gusto aumenta gracias a la complejidad de la información que se observan en las etiquetas nutricionales, además del contenido, conocimiento del consumidor y preferencias; en referencia a la lectura y comprensión de la etiqueta nutricional, aumenta cuando está ubicada en la parte frontal del empaque, por ende, usar este dato como estrategia da lugar a avances y beneficios en la lectura y entendimiento de la información nutricional⁸.

Las etiquetas nutricionales están diseñadas para informar al consumidor sobre las propiedades, declaraciones y/o beneficios nutricionales, no son lo bastante comprensibles para todo público, como consecuencia la ley 30021 busca regularizar la forma en que las empresas fabricantes presentan sus etiquetas en los alimentos industrializados¹⁵.

1.3.5. Lectura del etiquetado Nutricional y decisión de compra en los usuarios

Siguiendo los patrones de factores asociados al consumo de alimentos (características ambientales, personales y relacionados a la etiqueta), estos intervienen en la determinación de compra en productos empaquetados en donde la información nutricional tiene un rol importante y puede ser perjudicial para la toma de decisiones

inmediatas o futuras y posteriormente a la preferencia y el sustento dietético de los consumidores¹⁴.

1.3.6. Frecuencia de lectura del etiquetado nutricional

La frecuencia con la que las personas leen las etiquetas de alimentos al decidir comprar alimentos puede variar significativamente según sus hábitos personales, sus necesidades dietéticas, sus preferencias, e inclusive el status social, siendo que las mujeres con mejores posibilidades económicas leen con mayor frecuencia el etiquetado nutricional, así como también otras cualidades intervienen de forma significativa, como por ejemplo el tiempo, tipo de producto, marca, entre otros; por lo general, los estudios que revelan el nivel de frecuencia de etiquetado nutricional, son realizadas en Europa, y en menor cantidad en Latinoamérica¹⁶.

1.3.7. Motivos de lectura del etiquetado nutricional

La lectura del etiquetado de alimentos al decidir comprar alimentos es crucial en distintas situaciones de la vida, en primer lugar y como ya se ha venido mencionando, proporciona información vital sobre el contenido nutricional del producto, lo que permite a los consumidores tomar decisiones informadas sobre su dieta y salud, además permite al consumidor evaluar si el producto que está consumiendo es adecuado para su salud, en el sentido que, te ayuda a evitar intolerancias y/o alergias, es por ello que los principales motivos de lectura evidenciados en estudios son la preocupación por la salud, dieta, control de las industrias o simple curiosidad; por otro lado, existen

consumidores que se ven desmotivados por el factor tiempo, poca visibilidad, hasta inclusive desinterés¹⁷.

1.3.8. Lugar de lectura del etiquetado nutricional

Las compras de alimentos procesados suelen realizarse con mayor frecuencia en supermercados, debido a que ofrecen una amplia variedad de productos envasados, desde alimentos enlatados y congelados hasta snacks y productos de panadería. Los supermercados, en particular, son destinos populares debido a su amplio surtido, lo que permite a los consumidores comparar marcas y precios. Por otro lado, también los quioscos, cafeterías, comercio ambulante o ferias libres son lugares donde los consumidores realizan una lectura de etiquetado¹⁸.

1.3.9. Influencia del precio, marca y publicidad

El precio, la marca y la publicidad son factores que intervienen mucho en la decisión de compra de alimentos envasados, ya que crean una perspectiva diferente al momento de decidir comprar alimentos, según la OPS (2023) menciona que “La exposición a la publicidad de alimentos ultraprocesados y procesados y bebidas está asociada a la preferencia, creencias y hábitos alimentarios de las personas, y es, por tanto, un impulsor clave de la obesidad y las enfermedades no transmisibles...” (p.1)¹⁹.

Por otro lado, el precio y la marca son factores que tienen un impacto directo en decisión de compra, debido a que los consumidores relacionan experiencias pasadas,

sobre todo si son positivas, con la calidad del alimento al momento de adquirir un producto, y esto favorece a la lectura e interpretación de las etiquetas nutricionales^{20,21}.

1.4. Antecedentes

A continuación, se presentan antecedentes realizados a la presente investigación, ordenados por internacionales y nacionales

1.4.1. Internacionales

Hernández et al., en el año 2022, realizaron un artículo titulado “Influencia del etiquetado nutricional en la decisión de compra de estudiantes universitarios”, donde tuvieron como objetivo indagar la influencia de la interpretación del etiquetado nutricional en la decisión de compra en 76 estudiantes de pregrado de una universidad en Colombia, por medio de un estudio observacional descriptivo lograron encontrar que no se encontraron asociaciones significativas entre la escala de interpretación del EN con las variables sexo ($p = 0,750$), programas de pregrado ($p = 0,156$) y el conocimiento de la función del EN ($p = 0,284$)²⁰.

Andasme et al., en su artículo realizado en el año 2022, titulado “Factores que determinan la elección de alimentos procesados por estudiantes universitarios en el contexto de las etiquetas de advertencia nutricional”, buscaron identificar si las etiquetas de advertencia nutricional intervienen en la toma de decisiones de alimentos en 384 estudiantes de una universidad de Chile, los resultados obtenidos, el estudio concluyó que, el control

percibido y la formación en ciencias de la salud repercuten de forma positiva a la elección de alimentos procesados sin advertencias publicitarias¹⁸.

Velásquez et al., en el año 2023 realizaron una investigación sobre “Lectura, interpretación y uso del etiquetado nutricional en la decisión de compra de adultos de un barrio de Asunción”, donde analizaron si estos factores influyen en la elección de compra en 100 adultos de una ciudad de Paraguay. Se evidenció que el 48% de consumidores realizan la decisión de compra debido a que leen el etiquetado, concluyendo que, la lectura del etiquetado nutricional es frecuente en los ciudadanos, mas no hacen una correcta interpretación y uso¹⁷.

Aguad et al., en el año 2020, buscaron detallar los posibles cambios que ha provocado el etiquetado nutricional en la decisión de compra de los consumidores de la IV región de Chile, donde además de evaluar nivel de conocimiento e interpretación del nuevo etiquetado, determinaron cómo incide está en la decisión de compra, para lo cual, concluyeron que el impacto del sello nutricional es más pronunciado en mujeres, con un promedio de 3.19, en comparación con los hombres, cuyo promedio es de 2.95²².

1.4.2. Nacionales

Bernales en el año 2018, realizó una investigación en Lima, donde buscó describir el porcentaje de uso del etiquetado nutricional en la decisión de compra de alimentos en 434 personas de un supermercado peruano y otro ecuatoriano²³. Concluyó que el 64% de usuarios peruanos usan la tabla de Información Nutrimental y el 59% de los usuarios ecuatorianos usan el Etiquetado Semáforo²³.

Cruz en año 2018, realizó su tesis de titulación sobre “Uso del etiquetado nutricional en la decisión de compra de alimentos por consumidores de la ciudad de

Piura – Perú, 2018", donde busca encontrar el porcentaje de uso de las etiquetas nutricionales y su incidencia en la determinación de compra¹⁴. Los resultados mostraron que el 50,0% lee "a veces" el etiquetado nutricional. Finalmente concluyó que los usuarios de la ciudad de Piura - Perú muestran un precario valor de lectura, y por lo tanto bajo uso del rótulo nutricional⁸.

Cuba y Ibrahim en el año 2020, realizaron una investigación en la ciudad de Lima donde busca analizar el impacto de los nuevos octógonos nutricionales en alimentos procesados y sus cambios de comportamiento en el consumidor limeño promedio. Finalmente concluyó que más del 78% de usuarios de Lima metropolitana interpretan y dan uso al etiquetado de octógonos, además que entre los productos que registran mayores bajas son los que tienen el mensaje "Alto en azúcar" y "Alto en grasas saturadas"³.

1.5. Objetivos

1.5.1. Objetivo General

Identificar los factores asociados a la lectura del etiquetado nutricional en la decisión de compra de alimentos en estudiantes de una universidad privada.

1.5.2. Objetivos Específicos

Determinar la frecuencia de los motivos y situaciones de la lectura del etiquetado nutricional en la decisión de compra de alimentos en estudiantes de una universidad privada.

Determinar la frecuencia de comprensión y lectura del etiquetado nutricional en la decisión de compra de alimentos en estudiantes de una universidad privada.

Determinar la frecuencia del grupo de alimentos en la lectura el etiquetado nutricional en la decisión de compra de alimentos en estudiantes de una universidad privada.

Determinar la frecuencia del grupo etario priorizado en la lectura del etiquetado nutricional en la decisión de compra de alimentos en estudiantes de una universidad privada.

Determinar la frecuencia del lugar de compra, la publicidad y tipo de publicidad del producto en la lectura del etiquetado nutricional en la decisión de compra de alimentos en estudiantes de una universidad privada.

Determinar la frecuencia del precio y promoción del producto en la lectura del etiquetado nutricional en la decisión de compra de alimentos en estudiantes de una universidad privada.

1.6.Hipótesis

1.6.1. Hipótesis General

Existe relación entre los factores asociados a la lectura del etiquetado nutricional en la decisión de compra de alimentos en estudiantes de una universidad privada.

1.7.Justificación

Las enfermedades crónicas no transmisibles (ECNT) como el sobrepeso y la obesidad, constituyen un alarmante problema de salud pública, donde el principal factor para el desarrollo de estas es la mala alimentación, por lo tanto, la alta ingesta de alimentos ultra procesados excedentes en azúcares, grasas y sodio, predisponen a padecer estas enfermedades²². Por ello, en el Perú, estos productos llevan uno o más mensajes de advertencia “octógonos” en la parte frontal del empaque, donde refieren si el producto excede en sodio, azúcar y/o grasas, o por otro lado que se use el semáforo nutricional que

resalta en colores llamativos el aporte de unidades calóricas, azúcares, sodio, y grasas de una porción de producto, para que así los consumidores tomen precauciones y consuman estos alimentos en cantidades moderadas. Por esta razón, se advierte y concientiza a la población sobre la importancia de los octógonos, para que así tomen decisiones conscientes y saludables^{6, 24}.

La población universitaria es cambiante ante cualquier factor en su vida cotidiana, las cuales suelen conllevar a malas decisiones en la alimentación, esto ocurre por la poca disposición de tiempo, la alta necesidad de alimentarse, estrés académico y el sedentarismo que existe a raíz de la pandemia Covid-19, es por ello suelen excederse en el consumo de alimentos ultra procesados con un desmedido aporte energético y bajo valor nutricional, y lo hacen sin percatarse y/o tomar en cuenta las advertencias nutricionales “octógonos”²⁵.

Tuvo una justificación metodológica para la aplicación sistematizada del proceso de la investigación encaminada a la detención de datos cuantitativas que determinaron las características sin vulneración alguna y se recogieron los datos en un solo momento en este caso de estudiantes de una universidad privada que aceptaron de forma voluntaria formar parte del estudio. El método usado fue diferente a los otros estudios²⁶.

CAPÍTULO II. METODOLOGÍA

2.1. Tipo de Investigación

Esta investigación es de tipo básica, de enfoque cuantitativo, de nivel correlacional, diseño no experimental y de corte transversal²⁶.

Es básica, busca conocer factores asociados a la lectura de etiquetado nutricional sobre la decisión de compra, es decir, se tiene el propósito de generar y ampliar conocimientos sobre el tema en cuestión²⁶.

Es cuantitativa, los resultados serán obtenidos mediante procesos estadísticos²⁶.

Es correlacional, busca establecer una relación entre las variables y brindar respuestas acerca de la investigación²⁶.

Es diseño no experimental, porque los datos analizados no serán manipulados intencionalmente y es de corte transversal ya que, se recolectarán por única vez, la información de cada variable²⁶.

La operacionalización de las variables se muestra en el anexo 02.

2.2. Material de Estudio

2.2.1. Población

La población de la investigación estuvo conformada por 4100 estudiantes de la Facultad de Salud de una universidad privada.

2.2.2. Muestra

La investigación fue realizada en 234 estudiantes. El muestreo fue no probabilístico por conveniencia, se identificaron a los estudiantes mayores de 18 años matriculados en la universidad y que además aceptaron formar parte del estudio de manera voluntaria.

2.3. Criterios de Selección

2.3.1. Criterios de inclusión

- Estudiantes mayores de 18 años
- Estudiantes pertenecientes a la facultad de salud de una universidad privada.
- Estudiantes matriculados en el ciclo académico 2023-II

2.3.2. Criterios de exclusión

- Estudiantes que no completaron con el llenado correcto de las respuestas del instrumento de investigación en el 100%.

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

En la investigación, la técnica que se utilizó es la encuesta de tipo directa, ya que es un mecanismo de adquisición de datos amplios y variados ya que se plantean preguntas a una población con las características acorde a los objetivos; y el instrumento, es un cuestionario, para el cual se consultó con fuentes de estudio, como la de Bernales realizada en el año 2018²³, que se tomó en consideración para la elaboración de este cuestionario, el cual consta de 20 ítems divididos en 2 dimensiones: la primera compuesta por 10 preguntas para conocer las cualidades frecuentes de la muestra relacionadas al tema en cuestión (características sociodemográficas), y la segunda conformada por otras 10 preguntas sobre los factores asociados a la lectura del etiquetado(anexo 05), de las cuales cuatro preguntas con escala Likert y seis preguntas

cerradas de opción múltiple, que guardan concordancia con los objetivos planteados en la presente investigación²³.

La validez de los cuestionarios se realizó a través del juicio de expertos por 5 expertos nutricionistas, que en concordancia determinaron su validez con un porcentaje de fiabilidad de 0.9%, por lo tanto, el cuestionario es aplicable.

2.5. Proceso de recolección de datos

Para el procedimiento de recaudación de data, se realizaron las siguientes disposiciones:

Se coordinó con un docente de la facultad de salud de una universidad privada para que nos brinde la cantidad de estudiantes inscritos en el periodo 2023, que cumplan con los ítems de inclusión, posteriormente se coordinó con los docentes voluntarios de diversas materias, para la distribución del enlace del cuestionario de Google Forms, que tendrá una duración de 10 a 15 minutos, previo consentimiento informado.

Se corroboró que las respuestas de la encuesta hayan sido contestadas sin omisión o faltas. Y finalizando la recaudación de datos se les agradeció a los alumnos y coordinador de carrera por cooperar y apoyar en la investigación, en este sentido, se dio por concluida la recaudación de data.

2.6. Análisis de datos

Después de tomadas las encuestas, se procedió a ubicar las respuestas en una base de datos de Microsoft Excel 2019 para después ser analizadas en SPSS vs 26, se realizó la estadística descriptiva mediante la presentación de tablas indicando las frecuencias

absolutas y relativas; y la estadística inferencial para identificar la relación de las variables mediante la prueba Chi cuadrado, prueba que mide la relación entre las variables cualitativas de los factores asociados (sexo, edad, estado civil, programa, ocupación, número de hijos, año académico) a la lectura del etiquetado nutricional de alimentos, considerando el nivel de significancia estadística en caso la probabilidad de equivocación sea menor al $p < 0.05$.

2.7. Aspectos éticos

Durante el desarrollo de la investigación, se obtuvo la aprobación informada y se proporcionó información sobre la finalidad del estudio, para lo cual se respetó y se tuvo en cuenta las consideraciones éticas, siguiendo los lineamientos de la universidad, se respetó el principio de igualdad y humanidad, manifestando en todo momento los beneficios y derechos de cada persona que participe en el estudio²⁷.

Además, se respetó el principio de la confidencialidad de los datos recogidos, por ello, se omitió información que no tenga relación al estudio de esta manera se respetó el anonimato del encuestado, así mismo el principio de la veracidad de los datos no fue alterado ni manipulado para beneficiar o lograr otros fines²⁸.

Finalmente, se respetó el principio de la beneficencia porque durante todas las fases de investigación se buscó el beneficio de cada uno de los estudiantes participantes sobre la lectura adecuada del etiquetado nutricional²⁹.

CAPÍTULO III. RESULTADOS

Tabla 1 Características sociodemográficas

Características	Frecuencia	Porcentaje
Sexo		
Femenino	164	70,1
Masculino	70	29,9
Estado civil		
Soltero	194	82,9
Casado	22	9,4
Divorciado	2	0,9
Viudo	1	0,4
Conviviente	15	6,4
Programa		
Nutrición	91	38,9
Terapia física y rehabilitación	127	54,3
Enfermería	11	4,7
Obstetricia	5	2,1
Año académico		
Primer año	2	0,9
Segundo año	32	13,7
Tercer año	85	36,3
Cuarto año	56	23,9
Quinto año	59	25,2
Ocupación		
Empleado	63	26,9
Independiente	64	27,4
Sin ocupación	107	45,7
Cantidad de hijos		
Sin hijos	189	80,8
1 hijo	39	16,7
Más de 2 hijos	6	2,6
Ingreso familiar		
< s/. 850	83	35,5
s/. 851 a s/.2500	107	45,7
s/.2551 a 4250	33	14,1
> s/.4251	11	4,7

En la tabla 1 se evidencia que, de los 234 estudiantes encuestados, el 70.1% (164) fueron mujeres, mientras que solo el 29,9% (70) fueron hombres. Los resultados demostraron que, el 82,9% de estudiantes tienen un estado civil “soltero”, el 9,4% de estudiantes tienen un estado civil “casado”, además la característica de “conviviente” representa un 6,4%, por otro lado, se evidencia que el 0,4% reportaron estado civil

“Viudo”. Los resultados indican que el programa más común entre los estudiantes encuestados es "Terapia Física y Rehabilitación", con un 54,3% de los estudiantes eligiendo este programa. Le sigue de cerca "Nutrición" con un 38,9%, mientras que "Enfermería" y "Obstetricia" representan el 4,7% y el 2,1% respectivamente. Los datos revelan que el mayor grupo de estudiantes se encuentra en el "Tercer año" con un 36,3%. Le siguen "Quinto año" con un 25,2% y "Cuarto año" con un 23,9%. El "Segundo año" representa un 13,7% de los estudiantes, mientras que el "Primer año" es la categoría más pequeña con un 0,9%. Los datos muestran que un notable 45,7% de las personas no tienen ocupación remunerada, mientras que el 26,9% de estudiantes son empleados, por último, un 27,4% son trabajadores. Los datos muestran que la mayoría de los estudiantes, un impresionante 80,8%, no tienen hijos. Un 16,7% de los estudiantes tienen exactamente 1 hijo, mientras que un pequeño porcentaje del 2,6% tiene más de 2 hijos. Los datos indican que el 45,7% de los estudiantes se encuentra en el rango de ingresos entre s/. 851 y s/. 2500, un 35,5% de los estudiantes tienen un ingreso familiar menor a s/. 850, mientras que el 14,1% tiene ingresos entre s/. 2551 y s/. 4250.

3.2. Características la lectura del etiquetado nutricional al decidir comprar alimentos

En la tabla 2 se refleja que el 46,2% de los estudiantes prefieren revisar la información nutricional en la parte posterior del empaque, seguidos por aquellos que optan por la parte frontal 20,9%. Un 13,2% de los estudiantes no revisa el etiquetado nutricional al comprar alimentos. Un pequeño porcentaje se enfoca en el tamaño 6,8% y el color 6,8% de la etiqueta de información nutricional. Las declaraciones de propiedades nutricionales son relevantes para el 6,0% de los estudiantes.

Tabla 2. Motivos de lectura del etiquetado nutricional.

¿Qué característica del etiquetado nutricional revisa al decidir comprar alimentos?	Frecuencia	Porcentaje (%)
La información nutricional en la parte frontal del empaque	49	20,9
La información nutricional en la parte posterior del empaque	108	46,2
Tamaño de la etiqueta de información nutricional	16	6,8
Color de la etiqueta de la información nutricional	16	6,8
Las declaraciones de propiedades nutricionales	14	6,0
No reviso el etiquetado nutricional	31	13,2
Total	234	100,0

La tabla 3 refleja cómo los estudiantes revisan el etiquetado nutricional al comprar alimentos. Se observa que un 41,0% consulta el etiquetado “algunas veces”, que el 28,2% lo hace “rara vez”, el 26,5% “siempre” lo revisa, mientras que el 4,3% nunca lo hace. Estos datos ofrecen una visión de las frecuencias con las que los estudiantes consideran la información nutricional al tomar decisiones de compra de alimentos.

Tabla 3. Frecuencia de lectura del etiquetado nutricional.

¿Con qué frecuencia lee el etiquetado nutricional para decidir qué alimentos comprar?	Frecuencia	Porcentaje (%)
Nunca	10	4,3
Raras veces	66	28,2
Algunas veces	96	41,0
Siempre	62	26,5
Total	234	100,0

La tabla 4 se muestra que la dificultad de los estudiantes para comprender la información del etiquetado nutricional. Se observa que el 44,4% tiene dificultades “algunas veces”, el 35,9% “rara vez”, el 14,5% “nunca” tiene dificultades, y solo el 5,1% “siempre” encuentra dificultades. Estos datos proporcionan una visión de cuántos

estudiantes experimentan desafíos al comprender la información nutricional en el etiquetado de alimentos al tomar decisiones de compra.

Tabla 4. Compresión del etiquetado nutricional.

¿Ud. tiene dificultad para comprender la información del etiquetado nutricional?	Frecuencia	Porcentaje (%)
Nunca	34	14,5
Raras veces	84	35,9
Algunas veces	104	44,4
Siempre	12	5,1
Total	234	100,0

La tabla 5 indaga sobre en qué bebidas los estudiantes leen el etiquetado nutricional al decidir comprar alimentos. Los datos reflejan que solo las “gaseosas” son leídas por un 29,9% de los estudiantes, un 24,4% revisa etiquetas en “rehidratantes”, mientras que el 17,1% lo hace en “néctares”, y los “energizantes” atraen a un 12,0% de estudiantes, un resaltante 11,5% de estudiantes no revisa etiquetas en ninguna bebida, además un 3,8% consulta etiquetas en “gaseosas y néctares”, y solo un 1,3% lo hace en “gaseosas y energizantes”.

Tabla 5. Lectura de etiquetado nutricional en bebidas.

¿En qué BEBIDAS usted lee el etiquetado nutricional al decidir comprar alimentos?	Frecuencia	Porcentaje (%)
Rehidratantes	57	24,4
Néctares	40	17,1
Gaseosas	70	29,9
Gaseosas y néctares	9	3,8
Energizantes	28	12,0
Gaseosas y energizantes	3	1,3
Ninguno	27	11,5
Total	234	100,0

La tabla 6 revela en qué derivados cárnicos los estudiantes leen el etiquetado nutricional al decidir comprar alimentos. Los datos revelan que un significativo 46,2% revisa etiquetas en embutidos, mientras que el 18,4% lo hace en conservas de pescado. Las hamburguesas son objeto de revisión por parte del 14,5% de los estudiantes, y el 4,3% lo hace en productos empanizados. Un 16,7% de estudiantes no revisa etiquetas en ningún derivado cárnico.

Tabla 6. Lectura de etiquetado nutricional en derivados cárnicos.

¿En qué DERIVADOS CÁRNICOS usted lee el etiquetado nutricional al decidir comprar alimentos?	Frecuencia	Porcentaje (%)
Embutidos	108	46,2
Conservas de pescado	43	18,4
Hamburguesas	34	14,5
Empanizado	10	4,3
Ninguno	39	16,7
Total	234	100,0

La tabla 7 revela una variedad de preferencias: un 21,4% en “leche y yogurt”, un 18,8% en “yogurt”, un 12,4% en “leche, yogurt y queso”, un 11,5% lo hace solo en “leche”, un 1,7% en “queso y yogurt”, un 11,5% en “leche, yogurt y fórmula infantil”, un 6,8% en “leche, yogurt, queso y fórmula infantil”, un 2,6% en queso, un 2,6% en fórmulas infantiles, y un 10,7% no revisa etiquetas en ningún producto lácteo.

Tabla 7. Lectura de etiquetado nutricional en lácteos.

¿En qué LÁCTEOS usted lee el etiquetado nutricional al decidir comprar alimentos?	Frecuencia	Porcentaje (%)
Leche	27	11,5
Leche, yogurt	50	21,4
Leche yogurt queso	29	12,4
Queso, yogurt	4	1,7
Leche, yogurt, formula infantil	27	11,5
Leche yogurt queso, formula infantil	16	6,8

Yogurt	44	18,8
Queso	6	2,6
Fórmulas infantiles	6	2,6
Ninguno	25	10,7
Total	234	100,0

La tabla 8 examina en qué tipos de cereales los estudiantes leen el etiquetado nutricional al decidir comprar alimentos. Los datos muestran diversas preferencias: un 14,5% en cereales endulzados para el desayuno y barras de cereal endulzadas, un 12,8% en pastas (fideos), un 11,1% lo hace en hojuelas, por otro lado, un 6,8% en pastas (fideos) y hojuelas, un 10,7% en pastas (fideos), hojuelas, cereales endulzados para el desayuno y barras de cereal endulzadas, un 2,6% en hojuelas y barras de cereal endulzadas, un 1,7% en pastas (fideos) y cereales endulzados para el desayuno, un 9,0% en cereales endulzados para el desayuno, un 3,4% en hojuelas y cereales endulzados para el desayuno, un 8,5% en barras de cereal endulzadas, y un 18,8% de estudiantes no revisa etiquetas en ningún tipo de cereal.

Tabla 8. Lectura de etiquetado nutricional en cereales.

¿En qué CEREALES usted lee el etiquetado nutricional al decidir comprar alimentos?	Frecuencia	Porcentaje (%)
Hojuela	26	11,1
Pastas (fideos), hojuela	16	6,8
Cereales endulzados para el desayuno, Barras de cereal endulzadas	34	14,5
Pastas (fideos), hojuela, Cereales endulzados para el desayuno, Barras de cereal endulzadas	25	10,7
Hojuela, Barras de cereal endulzadas	6	2,6
Pastas (fideos), Cereales endulzados para el desayuno	4	1,7
Cereales endulzados para el desayuno	21	9,0
Hojuela, Cereales endulzados para el desayuno	8	3,4
Barras de cereal endulzadas	20	8,5
Pastas (fideos)	30	12,8

Ninguno	44	18,8
Total	234	100,0

La tabla 9 examina en qué tipos de dulces los estudiantes leen el etiquetado nutricional al decidir comprar alimentos. Los datos reflejan una variedad de preferencias: un 14,5% lo hace en chocolates, un 11,5% en bizcochos, galletas y queques, un 10,3% en chocolates, bizcochos, galletas y queques, un 8,1% en chocolates, bizcochos y mermelada, por otro lado, un 1,7% en chicles, caramelos y chocolates, un 7,3% en chicles, bizcochos, galletas, queques y mermelada, un 6,4% en chocolates y mermelada, un 4,3% en bizcochos y mermelada, un 3,0% en caramelos y chocolates, un 5,1% en caramelos, un 6,0% en mermelada, y un 0,9% en chicles, chocolates y mermelada. Además, un importante grupo del 20,9% de estudiantes no revisa etiquetas en ningún tipo de dulces.

Tabla 9. Lectura de etiquetado nutricional en dulces.

¿En qué DULCES usted lee el etiquetado nutricional al decidir comprar alimentos?	Frecuencia	Porcentaje (%)
Chocolate	34	14,5
Chicles, caramelos, chocolates	4	1,7
Chicles, bizcochos, galletas y queques, mermelada	17	7,3
Chocolate, bizcochos, galletas y queques	24	10,3
Bizcochos, galletas y queques	27	11,5
Chocolate, mermelada	15	6,4
Bizcochos, mermelada	10	4,3
Chocolate, bizcochos, mermelada	19	8,1
Caramelos, chocolates	7	3,0
Caramelos	12	5,1
Mermelada	14	6,0
Chicles y chocolate, mermelada	2	0,9
Ninguno	49	20,9
Total	234	100,0

La tabla 10 analiza en qué tipos de snacks los estudiantes leen el etiquetado nutricional al decidir comprar alimentos. Los datos revelan diversas preferencias: un 18,4% lo hace en snacks salados como chifles, habas fritas y papas fritas, un 17,5% en snacks picantes como hojuelas de maíz y chizitos, un 12,8% en snacks picantes como hojuelas de maíz y chizitos, un 10,3% en snacks salados y dulces como maní confitado y pasas, un 8,5% en snacks dulces como maní confitado y pasas, un 7,7% en snacks salados picantes como hojuelas de maíz y chizitos, un 2,6% en snacks dulces y picantes como hojuelas de maíz y chizitos, por otro lado, gran parte de estudiantes no revisa etiquetas en ningún tipo de snacks (22,2%).

Tabla 10. Lectura de etiquetado nutricional en snacks.

¿En qué SNACKS usted lee el etiquetado nutricional al decidir comprar alimentos?	Frecuencia	Porcentaje (%)
Salados (chifles, habas fritas, papas fritas)	43	18,4
Salados, Dulce (maní confitado, pasas)	24	10,3
Salados, Snack picantes (hojuelas de maíz, chizitos)	18	7,7
Snacks picantes (hojuelas de maíz, chizitos)	41	17,5
Dulce (maní confitado, pasas)	20	8,5
Dulce Snack picantes (hojuelas de maíz, chizitos)	6	2,6
Snacks picantes (hojuelas de maíz, chizitos)	30	12,8
Ninguno	52	22,2
Total	234	100,0

La tabla 11 analiza en qué tipos de salsas y cremas los estudiantes leen el etiquetado nutricional al decidir comprar alimentos. Los datos reflejan una variedad de preferencias: un 19,7% revisa el etiquetado en “mayonesa, ketchup, mostaza y ajíes”, un 9,8% en “mayonesa, ketchup, salsa de tomate y cremas de ajíes y rocoto”, un 6,4% en “mayonesa, ketchup, mostaza, salsas de ají amarillo y criollo, y cremas de ajíes y rocoto”,

en contraste, tenemos una minoría con distintas preferencias: 1,7% en” mayonesa, ketchup y salsas de ají amarillo y criollo” y un 1,7% en “cremas de ajíes y rocoto”. Por otro lado, un 23,5% de estudiantes no revisa etiquetas en ningún tipo de salsas y cremas.

Tabla 11. Lectura de etiquetado nutricional en salsas y cremas.

¿En qué SALSAS Y CREMAS usted lee el etiquetado nutricional al decidir comprar alimentos?	Frecuencia	Porcentaje (%)
Mayonesa	1	0,4
Mayonesa, Ketchup, Mostaza, Ajíes	46	19,7
Mayonesa, Ketchup, Mostaza, Salsa (Ají amarillo, ají criollo), Salsa de tomate, Cremas (ajíes, rocoto)	6	2,6
Mayonesa, Ketchup, Mostaza, Salsa (Ají amarillo, ají criollo), Cremas (ajíes, rocoto)	15	6,4
Mayonesa, Ketchup, Mostaza, Salsa de tomate	8	3,4
Mayonesa, Ketchup, Salsa (Ají amarillo, ají criollo), Cremas (ajíes, rocoto)	9	3,8
Salsa (Ají amarillo, ají criollo), Cremas (ajíes, rocoto)	13	5,6
Mayonesa, Ketchup, Mostaza, Cremas (ajíes, rocoto)	8	3,4
Mayonesa, Ketchup, Salsa de tomate, Cremas (ajíes, rocoto)	23	9,8
Mayonesa, Ketchup, Salsa (Ají amarillo, ají criollo)	4	1,7
Mayonesa, Ketchup, Mostaza, Salsa (Ají amarillo, ají criollo)	12	5,1
Salsa de tomate	12	5,1
Salsa (Ají amarillo, ají criollo)	8	3,4
Cremas (ajíes, rocoto)	4	1,7
Ketchup	9	3,8
Ninguno	56	24
Total	234	100,0

La tabla 12 examina en qué tipos de grasas y aceites los estudiantes leen el etiquetado nutricional al decidir comprar alimentos. Los datos reflejan diversas preferencias: un 17,5% en aceite y mantequilla, un 16,7% en aceite, mantequilla y margarina, un 16,7% en aceite, un 15,4% lo hace en mantequilla, un 6,0% en mantequilla

y margarina, un 4,3% en margarina, un 3,0% en aceite y margarina, y un 20,1% de estudiantes no revisa etiquetas en ningún tipo de grasas y aceites.

Tabla 12. Lectura de etiquetado nutricional en grasas y aceites.

¿En qué GRASAS Y ACEITES usted lee el etiquetado nutricional al decidir comprar alimentos?	Frecuencia	Porcentaje (%)
Mantequilla	36	15,4
Aceite, mantequilla, Margarina	39	16,7
Margarina	10	4,3
Aceite, mantequilla	41	17,5
Aceite, margarina	7	3,0
Mantequilla, margarina	14	6,0
Aceite	39	16,7
Ninguno	48	20,5
Total	234	100,0

La tabla 13 explora a qué miembro de su familia los estudiantes priorizan leer el etiquetado nutricional al decidir comprar alimentos. Los datos reflejan diversas preferencias: un 19,2% prefiere leer las etiquetas cuando se trata de infantes (≤ 5 años), un 11,5% prioriza la lectura para adultos mayores (≥ 60 años), un 10,3% para adultos jóvenes (20 a 29 años), en contraste, un 1,3% prioriza la lectura para infantes (≤ 5 años) y adultos (30 a 39 años), y un 20,5% prioriza la lectura para adultos mayores (≥ 60 años).

Tabla 13. Grupo etario

¿Para qué miembro de su familia, usted prioriza leer el etiquetado nutricional al decidir comprar alimentos?	Frecuencia	Porcentaje (%)
Adulto mayor (≥ 60 años)	27	11,5
Adulto joven (20 a 29 años), Adulto (30 a 39 años), 1	8	3,4
Adulto joven (20 a 29 años)	24	10,3
Adulto (30 a 39 años)	20	8,5
Infante (≤ 5 años), Adulto joven (20 a 29 años)	9	3,8
Infante (≤ 5 años)	45	19,2

Escolar (6 a 9 años)	22	9,4
Adolescente (10 a 19 años)	22	9,4
Infante (≤ 5 años), Adulto (30 a 39 años)	3	1,3
Infante (≤ 5 años), escolar (6 a 9 años)	6	2,6
Adulto mayor (≥ 60 años)	48	20,5
Total	234	100,0

La tabla 14 analiza en qué casos los estudiantes priorizan la lectura del etiquetado nutricional al decidir comprar alimentos. Los datos reflejan diversas prioridades: un significativo 42,3% lo hace para consumo regular en la alimentación diaria, un 4,7% cuando tienen enfermedades como diabetes e hipertensión, un 2,1% por recomendación del médico o nutricionista y para bajar de peso, un 3,8% cuando tienen enfermedades como diabetes e hipertensión, un 3,0% por recomendación de un instructor deportivo, un 18,4% por recomendación del médico o nutricionista, un 8,5% para bajar de peso, un 6,4% para consumo regular en la alimentación diaria y para bajar de peso, y un 10,7% por recomendación del médico o nutricionista y para bajar de peso.

Tabla 14. Situaciones de lectura.

¿En qué caso usted prioriza leer el etiquetado nutricional al decidir comprar alimentos?	Frecuencia	Porcentaje (%)
Para consumo regular en la alimentación diaria.	99	42,3
Cuando tengo alguna enfermedad como diabetes e hipertensión	11	4,7
Por recomendación del médico o nutricionista, Para bajar de peso	5	2,1
Cuando tengo alguna enfermedad como diabetes e hipertensión	9	3,8
Por recomendación de un instructor deportivo	7	3,0
Por recomendación del médico o nutricionista	43	18,4
Para bajar de peso	20	8,5
Para consumo regular en la alimentación diaria y para bajar de peso	15	6,4

Por recomendación del médico o nutricionista y para bajar de peso	25	10,7
Total	234	100,0

La tabla 15 examina el lugar de compra de alimentos por parte de los estudiantes cuando leen el etiquetado nutricional. Los datos muestran diversas preferencias: un 34,2% compra en supermercados, un 8,5% en mercados minoristas, un 6,0% en mercados mayoristas, un 9,0% en bodegas, un 5,6% en supermercados, mercados minoristas y mayoristas, un 5,1% en supermercados, mercados minoristas y bodegas, un 12,4% en supermercados y mercados minoristas, un 9,0% en supermercados y bodegas, y un 10,3% en supermercados y mercados mayoristas.

Tabla 15. Lugar de compra

¿Cuál es el lugar de compra de alimentos cuando lee el etiquetado nutricional?	Frecuencia	Porcentaje (%)
Supermercado	80	34,2
Mercado minorista	20	8,5
Mercado mayorista	14	6,0
Bodega	21	9,0
Supermercado, Mercado minorista y mayorista	13	5,6
Supermercado, Mercado minorista y bodega	12	5,1
Supermercado, Mercado minorista	29	12,4
Supermercado y bodega	21	9,0
Supermercado, Mercado mayorista	24	10,3
Total	234	100,0

La tabla 16 examina la influencia del precio y las promociones del producto en la lectura del etiquetado nutricional por parte de los estudiantes al decidir comprar alimentos. Los datos reflejan una variedad de respuestas: un 15,0% de estudiantes nunca se ven influenciados por el precio o las promociones, un 30,3% rara vez se ven influenciados, un 41,9% a veces se ven influenciados, y un 12,8% siempre se ven influenciados.

Tabla 16. Precio y/o promociones

¿Influye el precio y/ o promociones del producto en la lectura del etiquetado nutricional al decidir comprar alimentos?	Frecuencia	Porcentaje (%)
Nunca	35	15,0
Raras veces	71	30,3
Algunas veces	98	41,9
Siempre	30	12,8
Total	234	100,0

La tabla 17 examina si la publicidad y la marca de un producto influyen en la lectura del etiquetado nutricional por parte de los estudiantes al decidir comprar alimentos. Los datos revelan diversas respuestas: un 12,0% de estudiantes indican que nunca son influenciados por la publicidad y la marca, un 38,5% lo experimenta rara vez, un 36,3% algunas veces se ven influenciados, y un 13,2% siempre se ven influenciados por estos factores.

Tabla 17. Publicidad y/o marca

¿Influye la publicidad y/o marca del producto en la lectura del etiquetado nutricional al decidir comprar alimentos?	Frecuencia	Porcentaje (%)
Nunca	28	12,0
Raras veces	90	38,5
Algunas veces	85	36,3
Siempre	31	13,2
Total	234	100,0

La tabla 18 analiza qué tipo de medios de comunicación influye en la lectura del etiquetado nutricional al decidir comprar alimentos, según la percepción de los estudiantes. Los datos muestran una variedad de respuestas: un 15,4% se siente influenciado por Internet, un 16,2% por las redes sociales, un 8,5% por Internet y redes sociales, un 12,8% por la televisión, un 9,4% por televisión y redes sociales, un 5,6% por

Internet, televisión, avisos en el supermercado y radio, un 7,7% por Internet, televisión y avisos en el supermercado, un 6,0% por avisos en el supermercado, un 6,0% por televisión e Internet, un 5,6% por televisión, Internet y redes sociales, un 4,3% por redes sociales y avisos en el supermercado, y un 2,6% por Internet y avisos en el supermercado.

Tabla 18. Medios de comunicación

¿Para usted qué tipo de medios de comunicación influye la lectura del etiquetado nutricional al decidir comprar alimentos?	Frecuencia	Porcentaje (%)
Internet	36	15,4
Redes Sociales	38	16,2
Internet y redes sociales	20	8,5
Televisión	30	12,8
Televisión y redes sociales	22	9,4
Internet, televisión, Avisos en el supermercado, Radio	13	5,6
Internet, televisión, avisos en el supermercado	18	7,7
Avisos en el supermercado	14	6,0
Televisión e internet	14	6,0
Televisión, internet y redes sociales	13	5,6
Redes sociales y avisos del supermercado	10	4,3
Internet y avisos en el supermercado	6	2,6
Total	234	100,0

3.2. Asociaciones de características sociodemográficas y lectura etiquetado nutricional

La tabla 19 muestra las principales características significativas de la lectura y comprensión del etiquetado nutricional, especificadas líneas arriba, de acuerdo a las características sociodemográficas más significativas según la prueba Chi-cuadrado, $p < 0.05$ (sexo, estado civil, ocupación, programa, número de hijos, ingreso familiar y actividad física). Se observa que únicamente existe una asociación estadísticamente

significativa ($p < 0.05$) entre la característica "sexo" con la "lectura de etiquetado nutricional en lácteos".

Por otro lado, la característica "estado civil" presentó una asociación con "Situaciones de la lectura del etiquetado nutricional", le sigue "Medios de comunicación que influyen en la lectura del etiquetado nutricional" y después "Lectura de etiquetado nutricional de lácteos". También la característica "ocupación" está asociado con "Situaciones de la lectura del etiquetado nutricional" ($p < 0.010$) y le sigue "Lectura de etiquetado nutricional de lácteos". La característica "programa" también tiene asociaciones significativas con la "Comprensión del etiquetado nutricional", "Situaciones de la lectura del etiquetado nutricional", "Lectura de etiquetado nutricional de snacks", "Lectura de etiquetado nutricional de grasas y aceites", "Lectura de etiquetado nutricional de cereales" y "Lectura de etiquetado nutricional de lácteos". Además, el "número de hijos" también influye en la decisión de compra y se asocia con "Grupo etario priorizado", "Lectura de etiquetado nutricional" y "Lectura de etiquetado nutricional de cereales". Posteriormente, la característica de "ingreso familiar" está asociado con "Lectura de etiquetado nutricional de derivados cárnicos" y la "Comprensión del etiquetado nutricional". De acuerdo con el factor "actividad física" se asocia con la "lectura del etiquetado nutricional" con un p valor de 0.001. Finalmente, respecto a la magnitud de asociación, todas las características presentan una asociación débil.

Tabla 19. Factores asociados a la lectura del etiquetado nutricional

Sexo					
Características	Prueba X ²	Valor	df	Coefficiente de contingencia	Significación asintótica (bilateral)
Lectura de etiquetado nutricional de lácteos	Chi-cuadrado de Pearson	16,920	9	0,26	0,050
Estado civil					
Lectura de etiquetado nutricional de lácteos	Chi-cuadrado de Pearson	56,964	36	0,44	0,015
Situaciones de la lectura del etiquetado nutricional	Chi-cuadrado de Pearson	59,574	32	0,450	0,002
Medios de comunicación que influyen en la lectura del etiquetado nutricional	Chi-cuadrado de Pearson	67,949	44	0,47	0,012
Ocupación					
Lectura de etiquetado nutricional de lácteos	Chi-cuadrado de Pearson	41,427	20	0,238	0,003
Situaciones de la lectura del etiquetado nutricional	Chi-cuadrado de Pearson	31,897	16	0,340	0,010
Programa					
Lectura de etiquetado nutricional de cereales	Chi-cuadrado de Pearson	45,858	30	0,365	0,032
Comprensión del etiquetado nutricional	Chi-cuadrado de Pearson	35,873	9	0,258	0,001
Lectura de etiquetado nutricional de lácteos	Chi-cuadrado de Pearson	48,153	27	0,413	0,007
Lectura de etiquetado nutricional de grasas y aceites	Chi-cuadrado de Pearson	43,440	21	0,396	0,003
Situaciones de la lectura del etiquetado nutricional	Chi-cuadrado de Pearson	39,872	24	0,382	0,022
Lectura de etiquetado nutricional de snacks	Chi-cuadrado de Pearson	35,651	21	0,364	0,024

Número de hijos					
Lectura de etiquetado nutricional	Chi-cuadrado de Pearson	16,651	6	0,258	0,011
Lectura de etiquetado nutricional de cereales	Chi-cuadrado de Pearson	33,473	20	0,354	0,030
Grupo etario priorizado	Chi-cuadrado de Pearson	50,166	20	0,300	0,001
Ingreso familiar					
Comprensión del etiquetado nutricional	Chi-cuadrado de Pearson	23,401	9	0,253	0,005
Lectura de etiquetado nutricional de derivados cárnicos	Chi-cuadrado de Pearson	42,198	12	0,391	0,001
Realiza Actividad física					
Lectura de etiquetado nutricional	Chi-cuadrado de Pearson	29,121	9	0,333	0,001

CAPITULO IV. DISCUSIONES Y CONCLUSIONES

4.1. Discusiones

Se buscó identificar los factores asociados a la lectura del etiquetado nutricional en la decisión de compra de alimentos en estudiantes de una universidad privada, específicamente busca conocer los factores asociados a la lectura del etiquetado nutricional en la decisión de compra de alimentos en estudiante universitarios.

En los resultados se evidenció que dentro de las características estadísticamente significativas asociadas a la lectura del etiquetado nutricional fueron el sexo, estado civil, ocupación, programa, número de hijos, ingreso familiar y actividad física.

De acuerdo al primer factor (sexo), se encontró que este tiene una influencia sobre la lectura de etiquetado presentes en los lácteos ($p < 0.05$). Así mismo, Agud et al., en una investigación donde se utilizan variables muy parecidas a la actual investigación, encontró que el etiquetado nutricional tiene más mayor impacto en el género femenino con una media de 3,19, mientras que en hombres es de 2,95, de igual manera Hernández et al., demostraron que al relacionar las variables de sexo y frecuencia encontró que las mujeres tenían un mayor uso del etiquetado (54,4 %), mientras que los hombres “casi nunca” (42,1 %), así mismo al relacionar las variables de sexo e interpretación del etiquetado nutricional, las mujeres (77%) tienen mayor dominio de este, por lo tanto, hacen un mayor uso y frecuencia de lectura, esta situación puede analizarse, debido a que las mujeres tienen mayor predominancia en buscar una estética sana, por lo tanto tienen mayor cuidado con lo que consumen^{22,20}.

Por otro lado, en la investigación, el factor estado civil, ha tenido un impacto en la lectura de etiquetado para su decisión de compra, debido a que los resultados indicaron que la muestra de estudio estuvo conformada por un 82.9% de personas

solteras, y solo un 9,4% fueron personas casadas, se puede deducir que las personas "solteras" en mayor parte, se ven influenciadas por diversas situaciones de lectura, como "para consumo regular en la alimentación diaria", también se ve una influencia por los medios de comunicación como lo son las redes sociales, por otro lado el grupo de alimentos donde revisan más el etiquetado son los lácteos (datos presentados en la tabla 7). Actualmente, no se han realizado más estudios que relacionen las características de la lectura de etiquetado con el estado civil, sin embargo, existen estudios donde se pueden cuestionar las características de lectura, como es el caso de Bernales, donde nos señala, en su estudio realizado en consumidores peruanos y ecuatorianos, que el 39% los consumidores nacionales hacen uso del etiquetado como parte de su alimentación diaria, mientras que el 29.9% de los consumidores ecuatorianos, lo hacen por recomendación de su médico o nutricionista, este estudio nos confirma que una parte de la población peruana hace uso del etiquetado por decisión propia²³. Por otro lado, Hernández et al., nos revela que la publicidad que tiene mayor impacto en los consumidores son el internet y las redes sociales, seguido de la televisión, lo cual concuerda con lo encontrado, haciendo evidente el poder de influencia que tienen los medios tecnológicos, por lo que las empresas deberían aprovechar esa ventana para concientizar al consumidor y realice una compra saludable²⁰. Con respecto al grupo de alimentos más revisado, Cruz, revela que el 24% de consumidores que leen el etiquetado, al menos el 76% revisa el etiquetado en los productos lácteos, al igual que en nuestra investigación, la población en su mayoría revisa las etiquetas de "leche y yogurt"; el autor afirma que estas situaciones se repiten desde el 2017 cuando hubo acusaciones públicas sobre algunas "mezclas lácteas", generando desconfianza en los consumidores⁸.

En las investigaciones consideradas en los antecedentes, solo se centran en buscar asociaciones con características sociodemográficas como lo son el sexo, edad, ingresos,

etc., sin embargo, dejan de lado factores como es la "ocupación", en nuestra investigación se reveló que el 45,7% están en situación de desempleo, y el 27,4% tienen un empleo de forma "independiente", esto quiere decir que tanto la "lectura de etiquetado en productos lácteos", como las "situaciones de lectura" representan una fuerte asociación para futuramente decidir sobre la compra de alimentos; no obstante, al no encontrar bibliografía referente a las asociaciones con el factor "ocupación", Cruz revela que en su investigación la única asociación significativa con la lectura de los lácteos fue el "sexo", lo cual podemos diferir con los resultados encontrados en el presente estudio, ya que, no solamente existieron asociaciones con el "sexo", sino que también con el "estado civil" (solteros 82,9%), "ocupación" (sin ocupación 45,7%) y "programa" (terapia física y rehabilitación 54.3%), dichos resultados nos dan un plus como investigación ya que al agregar más características sociodemográficas obtenemos mayor número de asociaciones significativas⁸. Así mismo, Velázquez et al., revela que uno de los principales motivos de lectura de etiquetado fue "la preocupación por su salud" seguidamente de "dieta", esto puede tener cierta relación con nuestra investigación ya que el 42,3% revisa la etiqueta nutricional "para consumo regular en la alimentación diaria", seguidamente de "recomendación de un médico o nutricionista", estos datos revelan conductas similares en poblaciones totalmente distintas, ya que, Velázquez et al., lo aplica en adultos de los cuales solo el 50% son estudiantes universitarios, en contraste con nuestro estudio que fue aplicado 100% en estudiantes universitarios y en su gran mayoría "desempleados"¹⁷.

Con respecto a los factores asociados con la "programa", se encontró que el 54,3% pertenecían terapia física y rehabilitación y el 38.9% a nutrición, resaltan asociaciones como la "Comprensión del etiquetado nutricional", y en nuestra población solo el 44,4% comprende "algunas veces"; concordando con nuestros resultados, Cruz encontró que el 63% comprende "a veces" el etiquetado nutricional, de los cuales más del 50% de su

población fueron estudiantes universitarios (no se especifica programa); así mismo Hernández et al., demostró que el nivel de interpretación del etiquetado nutricional está fuertemente asociado con la programa ($p < 0,156$), siendo en su mayoría que estudiantes de nutrición manejan un mayor nivel de interpretación frente a estudiantes de otras programas, este dato, es un resultado muy esperado para esta programa, sin embargo se sugiere que en un futuro este nivel no decaiga^{8,20}. Por otro lado, otro factor asociado con la programa es la "Lectura de etiquetado nutricional de snacks", "Lectura de etiquetado nutricional de grasas y aceites" y "Lectura de etiquetado nutricional de cereales", siendo los más resaltantes los snacks salados (chifles, habas fritas, papas fritas) y cremas como Mayonesa, Kétchup, Mostaza, Ajíes, el ítem más resaltante son los snacks, que puede estar relacionado a la frecuencia de su consumo, según Cuba, señala que el 24% de limeños consume snacks al menos 1 vez por semana; estos datos difieren con los encontrados por Bernales, dado que se destaca que los consumidores de ambos supermercados utilizan menos el etiquetado nutricional en categorías como snacks, salsas y cremas, sin embargo los cereales si es una categoría resaltante y esto puede explicarse a que en el estudio de Bernales se realizó en personas consumidoras en aleatorio, en cambio nuestra investigación está orientada en estudiantes universitarios de la facultad de salud, donde interiorizan con mayor inteligencia estos temas de lectura^{3,23}.

Otra categoría relevante frente a la asociación de "número de hijos" fue el "grupo etario priorizado" donde su p valor fue 0,001, al respecto el número de hijos influye en la lectura de etiquetado para su posterior compra, solo el 20% de los encuestados tienen hijos, y en las encuestas sobresale el grupo de "infantes menores de 5 años", por su parte concordando esta información, Bernales, señala que los escolares e infantes son los grupos etarios más valorizados al momento de realizar una compra de alimentos en consumidores peruanos, mientras que en consumidores ecuatorianos, los adolescentes son

el grupo más priorizado, por otro lado, Agud et al., menciona que en las personas adultas mayores de 28 años, es donde existe un mayor priorización a la hora de lectura para su posterior compra; de acuerdo con lo mencionado anteriormente, es esta edad donde las personas tienen al menos 1 hijo dentro de su hogar, y es donde existe mayor influencia para decidir comprar alimentos^{23,22}.

Referente al factor "ingreso familiar", las características más resaltantes son la "Lectura de etiquetado nutricional de derivados cárnicos" y la "Comprensión del etiquetado nutricional", en ese sentido, Cruz, encontró que los derivados cárnicos es el segundo grupo más consultado con respecto al etiquetado nutricional, a su vez señaló que el 51% de los encuestados tenía un ingreso mensual entre S/ 851 y S/ 2550, por su parte Bernal, confirma esta información ya que en su estudio también encontró que los productos cárnicos son uno de los más revisados por los consumidores, esta situación se explica debido a que los productos hechos a base de carnes, sobrepasan los límites de grasa saturada, entonces, en relación a la presente investigación, si relacionamos el factor "lectura de etiquetas en derivados cárnicos" con "ingresos familiares", se puede decir que los estudiantes que tienen un ingreso familiar de s/. 851 a s/.2500, prefieren consultar las etiquetas nutricionales en alimentos que derivan de la carne, y que a su vez comprenden los rótulos nutricionales^{8,23}.

Como último factor asociado resaltó "la actividad física" con la "lectura del etiquetado nutricional" (41% manifestó leerlo "algunas veces"), así mismo Agud et al., señaló que el 40% de su población realiza actividad física "regularmente", además manifestó que las personas con conocimientos básicos, tienen actitudes negativas hacia el etiquetado nutricional, además no hay una asociación directa en su estudio, existe una gran desinformación hacia el etiquetado, por lo tanto, la actividad física no es un factor influyente²². Por lo general, la actividad física se relaciona con el cuidado de la salud,

sobre todo para elegir alimentos envasados de forma inteligente y saludable, aún más si se trata de estudiantes universitarios de carreras de la salud, se espera que, a un futuro, esta relación siga siendo la misma²².

Por otro lado, la influencia que representan las estrategias de marketing que realizan las empresas, como es la publicidad, destacando que este influye "raras veces" (38,5%), además en los medios de comunicación destacan redes sociales (16,2%), por su parte el precio influye "algunas veces" en un 41,9%, así como también el lugar de compra más considerado es el supermercado (34,2%); por su parte Cuba, refiere que la publicidad influye en un 26,2%, además que el precio y las promociones influyen en un 59,2% y 49% respectivamente, difiriendo con Hernández et al., que señalo no encontrar diferencias significativas con el precio, publicidad y marca asociados con la programa, siendo en su mayoría, estudiantes de nutrición, pero que pasear de ello, el internet y las redes sociales tienen un poder de influencia relevante^{3,20}. Por otro lado, y concordando con nuestro estudio, Andasme et al., refiere que el lugar de compra más visitado que influye en la decisión de compra son los Supermercados (70%)¹⁸. Conocer esta estadística resulta interesante para empoderar a los consumidores y fomentar elecciones alimenticias más saludables y conscientes, además puede ayudar a los consumidores a evitar trampas publicitarias y tomar decisiones que respalden su bienestar y valores personales¹⁸.

En relación a las limitaciones del estudio, se destaca la ausencia de estudios nacionales actualizados en el mismo contexto o con un enfoque similar, puede limitar la capacidad de contextualizar y comparar los resultados de esta investigación. Además, dado a que no hubo una mayor acogida en la participación voluntaria de ciertos individuos podría influir en la generalización de los hallazgos, limitando la capacidad de extrapolar los resultados a la población más amplia que se pretendía estudiar.

Con respecto a las implicancias de este estudio, se proporcionan valiosos conocimientos sobre cómo los estudiantes universitarios de la facultad de salud toman decisiones relacionadas con la compra de alimentos y cómo la lectura de etiquetas nutricionales influye en sus elecciones. Además, el estudio podría servir como punto de partida para futuras investigaciones, que deseen explorar las similitudes y diferencias en la lectura del etiquetado nutricional entre estudiantes universitarios de distintos tipos de instituciones y regiones geográficas. Esto, a su vez, podría conducir a estrategias más efectivas de promoción de la educación nutricional y de salud en el entorno universitario, como la inclusión de materias nutricionales en diversas carreras profesionales de las universidades.

4.2. Conclusiones

- Los principales factores estadísticamente asociados a la lectura de etiquetado nutricional en la decisión de compra de alimentos fueron: el sexo, estado civil, ocupación, programa, número de hijos, ingreso familiar y actividad física ($p < 0.05$).
- Las principales situaciones de lectura de etiquetado de alimentos fueron: "Para consumo regular en la alimentación diaria" y "Por recomendación del médico o nutricionista", representando el 42,3% y 18,4% respectivamente. Y los principales motivos de lectura se debieron a que la información nutricional este en la parte "frontal" y "posterior" del empaque
- Con respecto a la frecuencia de lectura y comprensión del etiquetado se demuestra que "algunas veces" la frecuencia y comprensión influyen en la decisión de compra de alimentos representando el 41,0% y 44,4% respectivamente

- De los ocho grupos de alimentos que leen el etiquetado nutricional fueron: Gaseosas (29,9%), Embutidos (46,2%), Leche y yogurt (21,4%), Cereales endulzados para el desayuno y barras de cereal endulzadas (14,5%), Chocolate (14,5%), snacks salados (chifles, habas fritas, papas fritas) (18,4%), Mayonesa, Ketchup, Mostaza y Ajíes (19,7%) y Aceite, mantequilla (17,5%).
- El grupo etario más priorizado en la lectura del etiquetado fueron: los "Adultos mayores "Adultos mayores (≥ 60 años)" e "infantes (≤ 5 años)" representando el 20,5% y 19,2% respectivamente.
- El lugar de compra más visitado para la lectura de etiquetado de alimentos fue en un 34,2% los supermercados; por otro lado, la publicidad "raras veces" (38,5%) y "algunas veces" (36,3%) influían en la lectura de etiquetas nutricionales, además el tipo de publicidad más usadas fueron las redes sociales e internet, representando el 16,2% y 15,4% respectivamente.
- El precio y promociones influían "algunas veces" y "raras veces" en la lectura de etiquetas nutricionales, representando el 41,9% y 30,3%, respectivamente.

4.3. Recomendaciones

- Se recomienda difundir de manera amplia los factores asociados a la lectura de etiquetas nutricionales, con el fin de concientizar sobre su importancia, promover la salud y empoderar al consumidor a una elección saludable sobre sus alimentos, y así poder contribuir a la mejora de la educación alimentaria en el Perú que permitan tomar decisiones informadas y beneficiosas para la salud.
- Se recomienda la difusión de esta información a grandes empresas y/o entidades, ya que puede influir en las políticas públicas relacionadas con la

información nutricional en los alimentos y las regulaciones que rigen la publicidad y el etiquetado de alimentos. Puede llevar a cambios que promuevan la transparencia y la integridad en la industria alimentaria.

- Se recomienda que las universidades, realicen asesoramientos o sesiones educativas a los estudiantes, desde el primer año de carrera, sobre la adecuada lectura de etiquetas nutricionales, con el fin de que se motiven, familiaricen y usen de forma adecuada los rótulos nutricionales.
- Es recomendable que investigaciones futuras se realicen en una muestra más amplia, lo que permitirá obtener una perspectiva más completa y representativa de la situación actual en el Perú. Esta expansión en el tamaño de la muestra facilitará la generación de estrategias y políticas destinadas a promover la comprensión y utilización de las etiquetas nutricionales en la población peruana, contribuyendo así a la mejora de la educación alimentaria y la toma de decisiones nutricionales.

REFERENCIAS

1. Organización Mundial de la Salud. Obesidad y Sobrepeso [Internet]. OMS. [Revisado 9 junio 2021, citado 29 agosto 2021]. Disponible en: Obesidad y sobrepeso (who.int)
2. Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. FAO/OPS: sobrepeso en Perú afecta a más de la mitad de la población, sobre todo a mujeres y niños [Internet]. Perú: FAO, 2021. [Revisado 2021, citado 29 agosto 2021]. Disponible en: Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura: FAO/OPS: sobrepeso en Perú afecta a más de la mitad de la población, sobre todo a mujeres y niños | FAO en Perú | Food and Agriculture Organization of the United Nations
3. Cuba N. y Ibrahim S. Impacto del etiquetado de octógonos en el comportamiento del consumidor en Lima Metropolitana en el 2020[Internet]. Lima: Universidad San Ignacio de Loyola, 2020. [Revisado 2020, citado 29 agosto 2021]. Disponible en:
<http://repositorio.usil.edu.pe/handle/USIL/11363>
4. Mejía C, Aguilar C, Alfaro S, Carranza B, Eulogio P, Gálvez A, Godo G. Factores que influyen en el uso del octógono como marcador de información nutricional en los consumidores en la población de Lima-Perú [Internet]. Lima, Perú: 2020. [Revisado 30 enero 2020, citado 29 agosto 2021]. [Alrededor de 10 páginas]. Disponible en: NUTRICION-30-1 (wordpress.com)
5. Diario El Peruano. Decreto Supremo que aprueba el Reglamento de la Ley N° 30021, Ley de Promoción de la Alimentación Saludable-DECRETO SUPREMO-N° 017-2017-SA [Internet]. Lima, Perú: 2017. [Revisado 17 junio 2017, citado 29 agosto 2021]. [Alrededor de 4 páginas]. Disponible en: Normas_Legales_20170617.indd (elperuano.pe)
6. Quispe M. Consumo de alimentos ultra procesados y el octógono nutricional en preescolares de la institución educativa Nuestra Señora del Carmen en Santa Anita [Internet]. Lima, Perú: Universidad Nacional Federico Villarreal, 2021. [Revisado 2021, citado 29 agosto 2021]. Disponible en: UNFV_QUISPE_FLORES_MILAGROS_YESSENIA_TITULO PROFESIONAL_2021..pdf

7. Codex Alimentarius CAC/GL 2-1985. Directrices sobre etiquetado nutricional [Internet]. 1985. [Revisado 2011, citado 29 agosto 2021]. Disponible en: DIRECTRICES SOBRE ETIQUETADO NUTRICIONAL (fao.org)
8. Cruz C. Uso Del Etiquetado nutricional en la decisión de compra de alimentos por consumidores de la ciudad de Piura – Perú [Internet]. Lima, Perú: Universidad Nacional de Piura, 2018. [Revisado 2018, citado 27 agosto 2021]. Disponible en: IND-CRU-HUA-2018.pdf (unp.edu.pe)
9. OMS & FAO. Etiquetado de los alimentos. Quinta edición [Internet]. Roma: Organización Mundial de la Salud y Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación, 2007. [Revisado 2007, citado 29 agosto 2021]. Disponible en: Etiquetado de los Alimentos (Codex Alimentarius) - Quinta edición (fao.org)
10. Llana Y. Conocimiento de los padres sobre el etiquetado nutricional y su influencia en el estado nutricional de sus hijos de 2 a 4 años de los centros comunitarios de la Ong Oscar de Perú – Lima [Internet]. Lima, Perú: Universidad Nacional Federico Villareal, 2019. [Revisado 2019, citado 8 septiembre 2021]. Recuperado de: Conocimiento de los padres sobre el etiquetado nutricional y su influencia en el estado nutricional de sus hijos de 2 a 4 años de los centros comunitarios de la Ong Oscar de Perú – Lima (unfv.edu.pe)
11. Goyzueta A & Morales J. Obesidad y sobrepeso en estudiantes de una universidad de Lima [Internet]. Lima, Perú: Norte.Health Care & Global Health, 2020. [Revisado 27 junio 2020, citado 29 agosto 2021]. Disponible en: doi: 10.22258/hgh.2020.41.67
12. Anaya S & Álvarez M. Factores asociados a las preferencias alimentarias de los niños [Internet]. Medellín, Colombia: Revista Eleuthera, 2018. Disponible en: <http://www.scielo.org.co/pdf/eleut/v18/2011-4532-eleut-18-00058.pdf>
13. Príncipe R. Factores que influyen en el consumo de alimentos ultra procesados en los estudiantes de nutrición, 2018 [Internet]. Lima, Perú: Universidad Nacional Federico Villareal, 2019. [Revisado 2019, citado 29 agosto 2021]. Disponible en: UNFV_PRÍNCIPE_MÁRQUEZ_ROSARIO_ESTRELLA_TÍTULO_PROFESIONAL_2019.pdf
14. Flabel. Flabel project final report - Food labelling to advance better education for life [Internet]. Bruselas: European Commision, 2013. [Revisado 29 abril 2013,

- citado 29 agosto 2021]. Disponible en:
https://cordis.europa.eu/result/rcn/55835_en.html
15. Berrospi M. & Sanchez A. 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 [Internet]. Lima, Perú: Universidad de Ciencias Aplicadas, 2018. [Revisado 2018, citado 10 octubre 2023]. Disponible en:
https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/624785/berrospi_rm.pdf?sequence=4&isAllowed=y
 16. Somocurcio L. Influencia Del Etiquetado De Alimentos Procesados En El Comportamiento Del Consumidor Universitario Peruano [Internet]. Lima, Perú: Universidad del Pacifico, 2021. [Revisado 2021, citado 10 octubre 2023]. Disponible en:
https://repositorio.up.edu.pe/bitstream/handle/11354/3271/SomocurcioLucia_Tesis_Licenciatura_2021.pdf?sequence=1
 17. Velázquez P. & Galeano C. Lectura, interpretación y uso del etiquetado nutricional en la decisión de compra de adultos de un barrio de Asunción. Rev. cient. cienc. salud [Internet]. 2023 [Revisado 2023, citado 10 octubre 2023]. Disponible en: http://scielo.iics.una.py/scielo.php?pid=S2664-28912023000100007&script=sci_arttext
 18. Adasme C., Carreño C., Aliaga L., Schnettler B. & Lobos G. Factores que determinan la elección de alimentos procesados por estudiantes universitarios en el contexto de las etiquetas de advertencia nutricional. Rev. chil. nutr. [Internet]. 2022 Ago [citado 10 octubre 2023]; 49(4): 451-458. Disponible en: https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0717-75182022000500451
 19. Organización Panamericana de la Salud. Promoción y publicidad de alimentos ultraprocesados y procesados y bebidas no alcohólicas. [Internet]. Perú: FAO. s.f [citado 10 octubre 2023]. Disponible en:
<https://www.paho.org/es/temas/promocion-publicidad-alimentos-ultraprocesados-procesados-bebidas-no-alcoholicas>
 20. Hernandez M., Gomez A. & Gomez S. Influencia del etiquetado nutricional en la decisión de compra

- estudiantes universitarios. [Internet]. Rev. chil. nutr. 2022. [Revisado 2022, citado 10 octubre 2023]. Disponible en: <http://www.scielo.org.co/pdf/penh/v24n1/0124-4108-penh-24-01-17.pdf>
21. Palacios L. & Vivas M. Influencia Del Etiquetado Nutricional De Los Alimentos En La Decisión De Compra Del Consumidor En Bogotá. [Internet]. Bogotá, Colombia: Colegio de Estudios Superiores de Administración, 2021. [citado 10 octubre 2023]. Disponible en: <https://repository.cesa.edu.co/bitstream/handle/10726/2096/ADM2018-00930.pdf?sequence=5&isAllowed=y>
 22. Aguad Y, Araya N, Elías J, Hidalgo-Alcázar C, Leger P. Impacto del etiquetado nutricional en el comportamiento de los consumidores de la IV Región, Chile [Internet]. Chile: 2020. [Revisado diciembre 2020, citado 8 septiembre 2021]. Disponible en: <http://dx.doi.org/10.22370/riace.2020.9.1.2596>
 23. Bernales A. Uso del etiquetado nutricional en la decisión de compra de alimentos en consumidores de un supermercado peruano y otro ecuatoriano [Internet]. Lima, Perú: Universidad Nacional Mayor de San Marcos, 2018. [Revisado 2018, citado 27 agosto 2021]. Disponible en: [Bernales_ca.pdf \(unmsm.edu.pe\)](#)
 24. Compañía Peruana de estudios de mercados y opinión pública. Etiquetado Nutricional en alimentos y bebidas envasadas [Internet]. Lima, Perú: Compañía Peruana de estudios de mercados y opinión pública S.A.C, 2018. [Revisado 16 febrero 2018, citado 1 octubre 2021]. Disponible en: https://www.cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/23/opnac_etiqueta_saludable_peru_201803.pdf
 25. Pico S, Quiroz C, Hernández M, Arroyave G, Idrobo I, Burbano L, Rojas I, & Piñeros A. Relación entre el patrón de consumo de alimentos y la composición corporal de estudiantes universitarios: estudio transversal [Internet]. Colombia: Nutrición Hospitalaria, 2021. [Revisado enero-febrero 2021, citado 29 agosto 2021]. Disponible en: [Nutrición Hospitalaria - Arán Ediciones, S.L. \(nutricionhospitalaria.org\)](#)
 26. Fernández C, Baptista P. Metodología de la investigación. 6ta Edición [Internet]. México: Editorial Mexicana, 2014. [Revisado 2014, citado 16 junio 2021]. Disponible en: [Metodología de la investigación - Sexta Edición \(epacartagena.gov.co\)](#)
-

27. Universidad Privada del Norte. Código de ética del investigador científico UPN [Internet]. Lima, Perú: Universidad Privada del Norte, 2016. [Revisado 31 octubre 2016, citado 1 octubre 2021]. Disponible en: <https://www.upn.edu.pe/sites/default/files/2020-06/codigo-etica-investigador-cientifico-upn.pdf>
28. Gonzales G & Vigo V. Perfil sociodemográfico, cultural y biológico de las gestantes adolescentes con anemia atendidas en el Centro Materno Infantil Santa Luzmila II, julio – diciembre 2019 [Internet]. Lima, Perú: 2020. [Revisado 2020, citado 16 junio 2021]. Disponible en: <https://hdl.handle.net/11537/25087>
29. Mallqui D, Robles L & Sánchez K. Factores de riesgo asociados a la Anemia Ferropénica en niños menores de 5 años que asisten al servicio de crecimiento y desarrollo del centro de salud Aparicio Pomares - Huánuco 2018 [Internet]. Huánuco, Perú: Universidad Nacional Hermilio Valdizán, 2018. [Revisado 2018, citado 16 junio 2021]. Disponible en: <http://repositorio.unheval.edu.pe/handle/UNHEVAL/3673>
30. Galarza G, Robles J, Chávez V, Pazmiño K % Castro J. Conocimientos, opiniones y uso del etiquetado nutricional de alimentos procesados en adolescentes ecuatorianos según el tipo de colegio [Internet]. Medellín, Colombia: Perspectivas en Nutrición Humana, 2019. [Revisado 20 septiembre 2019, citado 5 noviembre 2021]. Disponible en: <https://revistas.udea.edu.co/index.php/nutricion/article/view/336143/20795196>
31. Tolentino L, Rincón S, Bahena L, Ríos V & Barquera S. Conocimiento y uso del etiquetado nutrimental de alimentos y bebidas industrializados en México [Internet]. México: Salud pública de México, 2018. [Revisado junio 2018, citado 5 noviembre 2021]. Disponible en: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0036-36342018000300014
32. Cornejo A & Liza L. Factores asociados a la decisión de lectura de etiquetas de alimentos por consumidores de la Ciudad de Lima – Perú en el 2015 [Internet]. Lima, Perú: Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC), 2016. [Revisado 2016, citado 6 noviembre 2021]. Disponible en: [https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/620781/Tesis%](https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/620781/Tesis%20Factores%20asociados%20a%20la%20decisi%20n%20de%20lectura%20de%20etiquetas%20de%20alimentos%20por%20consumidores%20de%20la%20ciudad%20de%20lima%20-%20peru%20en%20el%202015.pdf)

- 20final.%20Angela%20Cornejo.%20Libia%20Liza..pdf?sequence=10&isAllowed=y
33. Song J, Huang J, Chen Y, Zhu Y, Li H, Wen Y, Yuan H, Liang Y. The understanding, attitude and use of nutrition label among consumers [Internet]. China: Nutrición hospitalaria, 2015. [Revisado 1 junio 2015, citado 6 noviembre 2021]. Disponible en: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/26040385/>
 34. Alférez M & Alférez S. 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 [Internet]. Tacna, Perú: Universidad Privada de Tacna, 2019. [Revisado Julio 2019, citado 21 abril 2022]. Disponible en: <https://repositorio.upt.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12969/1001/Alferez-Murias-Alferez-Murias.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
 35. Ministerio de Educación. Resolución Viceministerial N° 081-2020-MINEDU [Internet]. Lima, Perú: 12 marzo 2020. [Revisado 2020, citado 7 noviembre 2021]. Disponible en: https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/565533/RVM_N__081-2020-MINEDU.PDF

ANEXOS

Anexo 01: Matriz de consistencia

Formulación del problema	Justificación de la investigación	Marco teórico	Objetivos de la investigación	Hipótesis	Metodología
<p>Problema general ¿Qué factores están asociados a la lectura del etiquetado nutricional en la decisión de compra de alimentos en estudiantes de una universidad privada?</p> <p>Problemas específicos P.E.1: Cuáles son los principales motivos y situaciones de la lectura del etiquetado nutricional en la decisión de compra de alimentos en estudiantes de una universidad privada? P.E.2: ¿Cuál es la frecuencia de comprensión y lectura del etiquetado nutricional en la decisión de compra de alimentos en estudiantes de una universidad privada?</p>	<p>Las enfermedades crónicas no transmisibles (ECNT) como el sobrepeso y la obesidad, constituyen un alarmante problema de salud pública, donde el principal factor para el desarrollo de estas es la mala alimentación, por lo tanto, la alta ingesta de alimentos ultra procesados excedentes en azúcares, grasas y sodio, predisponen a padecer estas enfermedades. La población universitaria es cambiante ante cualquier factor en su vida cotidiana, las cuales suelen conllevar a malas decisiones en la alimentación, esto</p>	<p>Antecedentes de la investigación</p> <ul style="list-style-type: none"> Bernales, A. en Lima del año 2018, buscó describir el porcentaje de uso del etiquetado nutricional en la decisión de compra de alimentos personas de un supermercado peruano y otro ecuatoriano¹⁸. Concluyó que el 64% de usuarios peruanos usan la tabla de Información Nutricional y el 59% de los usuarios ecuatorianos usan el Etiquetado Semáforo. Cruz Huamán, C. en el 2018, realizó su tesis de titulación sobre “Uso del etiquetado nutricional en la decisión de compra de alimentos por consumidores de la ciudad de Piura – Perú, 2018”, donde busca encontrar el porcentaje de uso de las etiquetas nutricionales y su incidencia en la determinación de compra. Concluyó que los usuarios muestran un precario valor de lectura, y por lo tanto bajo uso del rótulo nutricional 	<p>Objetivo general Identificar los factores asociados a la lectura del etiquetado nutricional en la decisión de compra de alimentos en estudiantes de una universidad privada.</p> <p>Objetivos específicos OE1: Determinar la frecuencia de los motivos y situaciones de la lectura del etiquetado nutricional en la decisión de compra de alimentos en estudiantes de una universidad privada. OE2: Determinar la frecuencia de comprensión y lectura del etiquetado nutricional en la decisión de compra de alimentos en estudiantes de una universidad privada. OE3: Determinar la frecuencia del grupo de alimentos en la lectura el</p>	<p>Hipótesis general Existe relación entre los factores asociados a la lectura del etiquetado nutricional en la decisión de compra de alimentos en estudiantes de una universidad privada.</p>	<p>Enfoque Cuantitativo Tipo de investigación Básica Nivel Correlacional Diseño No experimental de corte transversal Población: La población de la investigación estuvo conformada por 4100 estudiantes de la Facultad de Salud de una Universidad Privada. Muestra 234 estudiantes. Muestreo no probabilístico por conveniencia. Técnica: - Encuesta Instrumento: -Cuestionario Tratamiento estadístico - Estadística descriptiva</p>

<p>P.E.3: ¿Cuáles son los grupos de alimentos donde se da la lectura el etiquetado nutricional en la decisión de compra de alimentos en estudiantes de una universidad privada?</p> <p>P.E.4: ¿Cuál es el grupo etario priorizado en la lectura del etiquetado nutricional en la decisión de compra de alimentos en estudiantes de una universidad privada?</p> <p>P.E.5: ¿Cuál es el lugar de compra, la publicidad y tipo de publicidad del producto en la lectura del etiquetado nutricional en la decisión de compra de alimentos en estudiantes de una universidad privada?</p> <p>P.E.6: ¿Cuál es el precio y promoción del producto en la lectura del etiquetado nutricional en la decisión de compra de alimentos en estudiantes de una universidad privada?</p>	<p>ocurre por la poca disposición de tiempo, la alta necesidad de alimentarse, estrés académico y el sedentarismo que existe a raíz de la pandemia Covid-19, es por ello suelen excederse en el consumo de alimentos ultra procesados con un desmedido aporte energético y bajo valor nutricional, y lo hacen sin percatarse y/o tomar en cuenta las advertencias nutricionales “octógonos”. Es importante y necesario investigar sobre temas que promuevan adecuados estilos de vida, es por ello, que la presente investigación tiene por objetivo identificar los factores asociados a la lectura del etiquetado nutricional en la decisión de compra de alimentos en estudiantes de una universidad privada, con la intención de</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Cuba y Ibrahim en Lima del 2020, busca analizar el impacto de los nuevos octógonos nutricionales en alimentos procesados y sus cambios de comportamiento en el consumidor limeño promedio. Concluyó que más del 78% de usuarios de Lima metropolitana interpretan y dan uso al etiquetado de octógonos. <p>Internacionales</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Hernández et al., en el año 2022, realizaron un artículo titulado “Influencia del etiquetado nutricional en la decisión de compra de estudiantes universitarios”, donde tuvieron como objetivo indagar la influencia de la interpretación del etiquetado nutricional en la decisión de compra, lograron encontrar que No se encontraron asociaciones significativas entre la escala de interpretación del EN con las variables sexo ($p = 0,750$), programas de pregrado ($p = 0,156$) y el conocimiento de la función del EN ($p = 0,284$) ● Andasme et al., en su artículo realizado en el año 2022, buscaron identificar si las etiquetas de advertencia nutricional intervienen en la toma de decisiones de alimentos, los resultados obtenidos, el estudio concluyó que, el control percibido y la formación en ciencias de la salud repercuten de forma positiva a la 	<p>etiquetado nutricional en la decisión de compra de alimentos en estudiantes de una universidad privada.</p> <p>OE4: Determinar la frecuencia del grupo etario priorizado en la lectura del etiquetado nutricional en la decisión de compra de alimentos en estudiantes de una universidad privada.</p> <p>OE5: Determinar la frecuencia del lugar de compra, la publicidad y tipo de publicidad del producto en la lectura del etiquetado nutricional en la decisión de compra de alimentos en estudiantes de una universidad privada.</p> <p>OE6: Determinar la frecuencia del precio y promoción del producto en la lectura del etiquetado nutricional en la decisión de compra de alimentos en estudiantes de una universidad privada.</p>		<p>- Programa computarizado SPSS, mediante la prueba Chi cuadrado</p>
--	--	---	---	--	---

	<p>seguir profundizando en estos temas, y concientizar a la población sobre la importancia sobre la lectura de etiquetas nutricionales.</p>	<p>elección de alimentos procesados sin advertencias publicitarias.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Velásquez et al., en el año 2023 realizaron una investigación”, donde analizaron si estos factores influyen en la elección de compra. Se evidenció que el 48% de consumidores realizan la decisión de compra debido a que leen el etiquetado, concluyendo que, la lectura del etiquetado nutricional es frecuente en los ciudadanos, mas no hacen una correcta interpretación y uso. ● Agud, Y. et al. en el 2020, buscaron detallar los posibles cambios que ha provocado el etiquetado nutricional en la decisión de compra de los consumidores de la IV región de Chile, concluyeron que el impacto del sello nutricional es más pronunciado en mujeres, con un promedio de 3.19, en comparación con los hombres, cuyo promedio es de 2.95 			
--	---	--	--	--	--

Anexo 02: Operacionalización de variables

Variable	Dimensión	Indicador	Tipo de variable	Técnica y instrumento
Edad	Edad del universitario	18-50 años	Ordinal	Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario de factores asociados a la lectura del etiquetado nutricional al decidir comprar alimentos.
Sexo	Sexo del universitario	Femenino Masculino	Nominal	
Año académico	Año académico del universitario	Primer año Segundo año Tercer año Cuarto año Quinto año	Ordinal	
Programa	Programa del universitario	Enfermería Nutrición Fisioterapia y rehabilitación Obstetricia Psicología	Nominal	
Ocupación	Ocupación del universitario	Empleado Independiente Sin ocupación	Nominal	
Estado civil	Estado civil del universitario	Soltera Casada Viuda Divorciada Conviviente	Nominal	
Cantidad de hijos	Cantidad de hijos del universitario	Sin hijos 1 hijo De 2 a más hijos	Ordinal	
Ingreso familiar	Ingreso familiar del universitario	< s/.850 s/. 851 a s/.2500 s/. 2551 a 4250 > s/.4251	Ordinal	
Actividad física	Actividad física del universitario ((mínimo 150 minutos semanales actividad física aeróbica, ej. correr o 75 minutos actividad física vigorosa	Nunca Raras veces Algunas veces Siempre	Ordinal	

	ej. ejercicios de mayor intensidad)		
Conocimiento de etiquetado	Ha recibido información por redes sociales	Nunca Raras veces Algunas veces Siempre	Ordinal
Factores asociados a la lectura del etiquetado nutricional al decidir comprar alimentos.	Motivo de lectura del etiquetado nutricional	<ul style="list-style-type: none"> ▪ La etiqueta de información nutricional en la parte frontal del empaque. ▪ La etiqueta de información nutricional en la parte posterior del empaque. ▪ El tamaño de la etiqueta de información nutricional. ▪ El color de la etiqueta de información nutricional. ▪ Las declaraciones de propiedades nutricionales y saludables del alimento. ▪ No revisa el etiquetado nutricional 	Nominal
	Frecuencia de la lectura del del etiquetado	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nunca ▪ Raras veces ▪ Algunas veces ▪ Siempre 	Ordinal
	Comprensión de la lectura del del etiquetado	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nunca ▪ Raras veces ▪ Algunas veces ▪ Siempre 	Ordinal
	Grupo de alimentos en que usa el etiquetado	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bebidas ▪ Derivados cárnicos ▪ Lácteos ▪ Cereales ▪ Dulces ▪ Snacks ▪ Salsas y cremas ▪ Grasas y aceites 	Nominal
	Grupo etario priorizado en la lectura del etiquetado	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Infante (< 5 años) ▪ Escolar (6 a 9 años) ▪ Adolescente (10 a 19 años) ▪ Adulto joven (20 a 29 años) ▪ Adulto (30 a 39 años) 	Nominal

		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Adulto mayor (> 60 años) ▪ Ningún miembro familiar 		
	Situaciones que prioriza en la lectura del etiquetado	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Para consumo regular en la alimentación diaria ▪ Cuando tengo alguna enfermedad como diabetes e hipertensión ▪ Por recomendación del médico o nutricionista ▪ Para bajar de peso ▪ Por recomendación de un instructor deportivo 	Nominal	
	Lugar de lectura del etiquetado nutricional	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Supermercado ▪ Mercado minorista ▪ Mercado mayorista ▪ Bodega 	Nominal	
	Influencia del precio y promoción del producto	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nunca ▪ Raras veces ▪ Algunas veces ▪ Siempre 	Ordinal	
	Influencia de la publicidad del producto	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nunca ▪ Raras veces ▪ Algunas veces ▪ Siempre 	Ordinal	
	Tipo de publicidad del producto	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Televisión ▪ Internet ▪ Redes sociales ▪ Avisos en el supermercado ▪ Radio 	Nominal	

Anexo 03: Ficha de recolección de datos

Datos Generales	
Edad:	18-50 años
Sexo	Femenino (1) Masculino (2)
Estado civil:	Soltera (1) Casada (2) Viuda (3) Divorciada (4) Conviviente (5)
Programa	Enfermería (1) Nutrición (2) Fisioterapia y rehabilitación (3) Obstetricia (4) Psicología (5)
Año académico:	Primer año (1) Segundo año (2) Tercer año (3) Cuarto año (4) Quinto año (5)
Ocupación:	Empleado (1) Independiente (2) Sin Ocupación (3)
Cantidad de hijos:	Sin hijos (1) 1 hijo (2) De 2 a más hijos (3)
Ingreso Familiar	< s/.850 (1) s/. 851 a s/.2500 (2) s/. 2551 a 4250 (3) > s/.4251 (4)
Actividad Física	Nunca (1) Raras veces (2) Algunas veces (3) Siempre (4)

Anexo 04: Consentimiento informado

CONSENTIMIENTO INFORMADO

La investigación tiene como objetivo recopilar los factores asociados a la lectura del etiquetado nutricional en la decisión de compra en estudiantes de la facultad de salud, Lima 2023. Si decide participar en este estudio se realizará una encuesta virtual, que constará de 20 preguntas, las cuales estarán divididas en 2 secciones.

No existen riesgos mínimos al participar en este trabajo de investigación, su participación será anónima, asimismo, usted es libre de participar en el estudio. No existe beneficio directo para usted por participar de este estudio. Sin embargo, se le informará de manera personal y confidencial de algún resultado que se crea conveniente que usted tenga conocimiento. Los datos que usted proporcione durante la encuesta serán confidenciales, así mismo su participación será anónima. La investigadora tendrá acceso a los datos y no se brindará ninguna información que permita dar indicios de su identidad. En el informe final del estudio no se proporcionará información individual que vulnerar la confidencialidad de su participación.

La información recolectada se utilizará para desarrollar análisis, que permitan conocer los factores asociados a la decisión de compra de alimentos en los universitarios de Ciencias de la Salud, considerando las normas de confidencialidad. Si usted decide participar en el estudio, podrá retirarse de éste en cualquier momento, o no participar de una parte del estudio sin perjuicio alguno. Si tiene alguna duda adicional, puede contactarme al correo: joice.ramos.galvez@gmail.com o llamar al: 934213557, la investigadora es Joice Samantha Ramos Galvez. He leído esta hoja de Consentimiento y acepto participar en este estudio según las condiciones establecidas.

Lima, _____ de _____ del 2023

Firma Investigador

Joice Samantha Ramos Galvez

Anexo 05: Encuesta de Factores asociados al etiquetado nutricional en la decisión de compra de alimentos.

CUESTIONARIO DE FACTORES ASOCIADOS A LA LECTURA DEL ETIQUETADO NUTRICIONAL EN ALIMENTOS ENVASADOS

TITULO DE LA INVESTIGACIÓN: “Factores asociados a la lectura del etiquetado nutricional en la decisión de compra de alimentos en estudiantes de una universidad privada”.

INSTRUCCIONES: Soy Joice Ramos Galvez, estudiante de Nutrición y Dietética y me encuentro realizando una investigación, que tiene por objetivo recopilar los factores asociados a la lectura del etiquetado nutricional en la decisión de compra. El tiempo destinado para completar el cuestionario es de 10 a 15 minutos, para lo cual se recomienda que a medida que lee cada oración, debe enfocar su atención en cada pregunta, para que las respuestas sean precisas y confiables.

Cabe resaltar que los resultados obtenidos, serán usados con fines investigativos.

Los estudiantes que deseen participar del proyecto de investigación, deberán confirmar su participación en la siguiente sección.

Muchas gracias.

Deseo formar parte del estudio de manera voluntaria

- a) Sí
- b) No

CARACTERÍSTICAS GENERALES

DATOS PERSONALES

Código de estudiante:

Correo electrónico:

1. Edad: _____ años

2. Sexo:
 - a) Masculino
 - b) Femenino

3. Estado civil
 - a. Soltera
 - b. Casada
 - c. Viuda
 - d. Divorciada
 - e. Conviviente

4. Programa
 - a. Enfermería
 - b. Nutrición
 - c. Fisioterapia y rehabilitación
 - d. Obstetricia
 - e. Psicología

5. Año académico
 - a. Primer año
 - b. Segundo año
 - c. Tercer año
 - d. Cuarto año
 - e. Quinto año

6. Ocupación
 - a. Empleado
 - b. Independiente
 - c. Sin Ocupación

7. Cantidad de hijos
 - a. Sin hijos
 - b. 1 hijo
 - c. De 2 a más hijos

8. Ingreso Familiar
 - a. < s/.850
 - b. s/. 851 a s/.2500
 - c. s/. 2551 a 4250
 - d. s/.4251

9. Realiza Actividad física (mínimo 150 minutos semanales actividad física aeróbica, ej. correr o 75 minutos actividad física vigorosa ej. ejercicios de mayor intensidad)
 - a. Nunca
 - b. Raras veces
 - c. Algunas veces
 - d. Siempre

10. Ha recibido capacitación o información sobre etiquetado nutricional por redes sociales, cursos, familiares, universidad, etc
 - a. Nunca
 - b. Raras veces
 - c. Algunas veces
 - d. Siempre

“FACTORES ASOCIADOS A LA LECTURA DEL ETIQUETADO NUTRICIONAL AL DECIDIR COMPRAR ALIMENTOS EN ESTUDIANTES DE UNA UNIVERSIDAD PRIVADA” (Adaptado Bernales-2018)

Debe tener en cuenta: Etiquetado nutricional **No** es: nombre del alimento, fecha de vencimiento, ingredientes, instrucciones de uso o condiciones de conservación del alimento.

Etiquetado nutricional

INFORMACION NUTRICIONAL				
Tamaño de porción:		250 mL		
Porción por envase:		4		
Cantidades por porción:				
		100mL	250mL	% VRN(*)
Energía	Kcal	56.8	142.0	7 %
Proteína	g	2.7	6.8	14 %
Grasa	g	3.2	8.0	12 %
Grasa saturadas	g	0.7	1.8	9 %
Carbohidratos	g	4.3	10.8	
Azúcares totales	g	4.3	10.8	12 %
Sodio	mg	44.0	110.0	6 %
Vitamina A	µg RE	120.0	300.0	38 %
Vitamina C	mg	6.0	15.0	15 %
Vitamina D	µg	2.0	5.0	100 %
Hierro	mg	2.5	6.3	45 %

(*) Aporte de nutrientes expresado como % de VRN Codex.
Valores de % diario basado en una dieta de 2000 Kcal

1. ¿Qué característica del etiquetado nutricional revisa al decidir comprar alimentos?
 - a. La información nutricional en la parte frontal del empaque.
 - b. La información nutricional en la parte posterior del empaque.
 - c. Tamaño de la etiqueta de información nutricional.
 - d. Color de la etiqueta de la información nutricional.
 - e. Las declaraciones de propiedades nutricionales.
 - f. No reviso el etiquetado nutricional.

2. ¿Con qué frecuencia lee el etiquetado nutricional para decidir qué alimentos comprar?
 - a. Nunca
 - b. Raras veces
 - c. A veces
 - d. Siempre

3. Al decidir comprar algún alimento, ¿Ud. tiene dificultad para comprender la información del etiquetado nutricional?
 - a. Nunca
 - b. Raras veces
 - c. A veces
 - d. Siempre

4. ¿En qué grupo de alimento usted usa el etiquetado nutricional para decidir su compra?
 - 4.1. ¿En qué BEBIDAS usted lee el etiquetado nutricional al decidir comprar alimentos?
 - a. Rehidratantes
 - b. Néctares
 - c. Gaseosas
 - d. Bebida de té
 - e. Energizantes
 - f. Ninguno
 - g. Otros (especifique):

 - 4.2. ¿En qué DERIVADOS CÁRNICOS usted lee el etiquetado nutricional al decidir comprar alimentos?
 - a. Embutidos
 - b. Conservas de pescado
 - c. Hamburguesas
 - d. Empanizado
 - e. Ninguno

f. Otros (especifique):

4.3. ¿En qué LÁCTEOS usted lee el etiquetado nutricional al decidir comprar alimentos?

- a. Leche
- b. Queso
- c. Yogurt
- d. Fórmulas infantiles
- e. Ninguno
- f. Otros (especifique):

4.4. ¿En qué CEREALES usted lee el etiquetado nutricional al decidir comprar alimentos?

- a. Pastas (fideos)
- b. Hojuelas (Avena)
- c. Cereales endulzados para el desayuno
- d. Barras de cereal endulzadas
- e. Ninguno
- f. Otros (especifique):

4.5. ¿En qué DULCES usted lee el etiquetado nutricional al decidir comprar alimentos?

- a. Chicles
- b. Caramelos
- c. Chocolates
- d. Bizcochos, galletas y queques
- e. Mermelada
- f. Ninguno
- g. Otros (especifique):

4.6. ¿En qué SNACKS usted lee el etiquetado nutricional al decidir comprar alimentos?

- a. Salados (chifles, habas, papas fritas)
- b. Dulce (maní confitado, pasas)
- c. Snacks picantes (hojuelas de maíz, chizitos)
- d. Ninguno
- e. Otros (especifique):

4.7. ¿En qué SALSAS Y CREMAS usted lee el etiquetado nutricional al decidir comprar alimentos?

- a. Mayonesa
- b. Kétchup
- c. Mostaza

- d. Salsa (Ají amarillo, ají criollo)
- e. Salsa de tomate
- f. Cremas (ajíes, rocoto)
- g. Ninguno
- h. Otros (especifique):

4.8. ¿En qué GRASAS Y ACEITES usted lee el etiquetado nutricional al decidir comprar alimentos?

- a. Aceites
- b. Mantequilla
- c. Margarina
- d. Ninguno
- e. Otros (especifique):

5. ¿Para qué miembro de su familia, usted prioriza la lectura del etiquetado nutricional al decidir la compra de un alimento?

- a. Infante (≤ 5 años)
- b. Escolar (6 a 9 años)
- c. Adolescente (10 a 19 años)
- d. Adulto joven (20 a 29 años)
- e. Adulto (30 a 39 años)
- f. Adulto mayor (≥ 60 años)
- g. Ningún miembro familiar

6. ¿En qué caso usted prioriza leer el etiquetado nutricional al decidir comprar alimentos?

- a. Para consumo regular en la alimentación diaria.
- b. Cuando tengo alguna enfermedad como diabetes e hipertensión
- c. Por recomendación del médico o nutricionista
- d. Para bajar de peso
- e. Por recomendación de un instructor deportivo
- f. Otros (especifique):

7. ¿Cuál es el lugar de compra de alimentos cuando lee el etiquetado nutricional?

- a. Supermercado
- b. Mercado minorista
- c. Mercado mayorista
- d. Bodega

8. ¿Influye el precio y/ o promociones del producto para en la lectura del etiquetado nutricional al decidir la comprar alimentos?

- a. Nunca
- b. Raras veces
- c. Algunas veces
- d. Siempre

9. ¿Influye la publicidad y/o marca del producto en la lectura del etiquetado nutricional al decidir comprar alimentos?

- a. Nunca
- b. Raras veces
- c. Algunas veces
- d. Siempre

10 ¿Para usted qué tipo de medios de comunicación influye la lectura del etiquetado nutricional al decidir comprar alimentos?

- a. Televisión
- b. Internet
- c. Redes Sociales
- d. Avisos en el supermercado
- e. Radio

Gracias por su colaboración

Anexo 06: Acta de validación por juicio de expertos

FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Consolidado de la validación de Juicio de Expertos del Test: **cuestionario de factores asociados a la lectura de etiquetado nutricional en alimentos envasados**

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN:

1.1 Nombre del Instrumento motivo de evaluación: **INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS**

1.2 Título de la Investigación: **“Factores asociados a la lectura del etiquetado nutricional al decidir comprar alimentos en estudiantes de una universidad privada”**


1.3 Autor del Instrumento: Joice Samantha Ramos Galvez

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORMANTES:

CUESTIONARIO DE LA LECTURA DE ETIQUETADO NUTRICIONAL EN ALIMENTOS ENVASADOS

Preguntas	CLARIDAD		COHERENCIA		OBJETIVIDAD		PERTINENCIA		RELEVANCIA		OBSERVACIONES (si debe de eliminar o modificar la pregunta por favor indique)
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	
1	x		x		x		x		x		
2	x		x		x		x		x		
3	x		x		x		x		x		
4	x		x		x		x		x		
5	x		x		x		x		x		
6	x		x		x		x		x		
7		x		x		x		x		x	
8	x		x		x		x		x		
9	x		x		x		x		x		
10	x		x		x		x		x		

ASPECTOS GENERALES	Si	No	
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario	X		
Los ítems permiten el logro del objetivo de la investigación	X		
Los ítems están distribuidos en forma lógica y secuencia	X		
El número de ítems es suficiente para recoger información. En caso de ser negativa su respuesta, sugiera los ítems a añadir.	X		
Están los ítems libres de errores ortográficos	X		

VALIDEZ			
Aplicable	x	No aplicable	
Aplicable atendiendo a las observaciones			
Validado por:	Mg. Brenda Romero Chuquiyauri	Fecha: 10/06/2023	
Profesión:			
DNI	45264525	Email: bromero@une.edu.pe	
Firma:			
Observaciones o Sugerencias:			

FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Consolidado de la validación de Juicio de Expertos del Test: **cuestionario de a la lectura de etiquetado nutricional en alimentos envasados**

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN:

1.1 Nombre del Instrumento motivo de evaluación: **INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS**

1.2 Título de la Investigación: **“Factores asociados a la lectura del etiquetado nutricional al decidir comprar alimentos en estudiantes de una universidad privada”**

1.3 Autor del Instrumento: Joice Samantha Ramos Galvez


II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORMANTES:

CUESTIONARIO DE LA LECTURA DE ETIQUETADO NUTRICIONAL EN ALIMENTOS ENVASADOS

Preguntas	CLARIDAD		COHERENCIA		OBJETIVIDAD		PERTINENCIA		RELEVANCIA		OBSERVACIONES (si debe de eliminar o modificar la pregunta por favor indique)
	Si	No	Si	No		No		No	Si	No	
1	X		X		X		X		X		
2	X		X		X		X		X		
3	X		X		X		X		X		
4	X		X		X		X		X		
5	X		X		X		X		X		
6	X		X		X		X		X		
7	X		X		X		X		X		
8	X		X		X		X		X		
9	X		X		X		X		X		
10	X		X		X		X		X		
ASPECTOS GENERALES									Si	No	

1. El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario	X		
2. Los ítems permiten el logro del objetivo de la investigación	X		
3. Los ítems están distribuidos en forma lógica y secuencia	X		
4. El número de ítems es suficiente para recoger información. En caso de ser negativa su respuesta, sugiera los ítems a añadir.	X		
5. Están los ítems libres de errores ortográficos	X		

VALIDEZ

Aplicable	X	No aplicable	
Aplicable atendiendo a las observaciones			
Validado por:	Roosvelt David León Lizama	Fecha: 11/07/2023	
Profesión:	Nutricionista		
DNI	42508032	Email: rdll.2784@gmail.com	
Firma:			
Observaciones o Sugerencias:			

FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Consolidado de la validación de Juicio de Expertos del Test: **cuestionario de lectura de etiquetado nutricional en alimentos envasados**

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN:

1.1 Nombre del Instrumento motivo de evaluación: **INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS**

1.2 Título de la Investigación: **“Factores asociados a la lectura del etiquetado nutricional al decidir comprar alimentos en estudiantes de una universidad privada**

1.3 Autor del Instrumento: Joice Samantha Ramos Galvez


II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORMANTES:

CUESTIONARIO DE LECTURA DE ETIQUETADO NUTRICIONAL EN ALIMENTOS ENVASADOS

Preguntas	CLARIDAD		COHERENCIA		OBJETIVIDAD		PERTINENCIA		RELEVANCIA		OBSERVACIONES (si debe de eliminar o modificar la pregunta por favor indique)
	Si	No	Si	No		No		No	Si	No	
1	X		X		X		X		X		
2	X		X		X		X		X		
3	X		X		X		X		X		
4	X		X		X		X		X		
5	X		X		X		X		X		
6	X		X		X		X		X		
7	X		X		X		X		X		
8	X		X		X		X		X		
9	X		X		X		X		X		
10	X		X		X		X		X		
ASPECTOS GENERALES									Si	No	

1. El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario	X		
2. Los ítems permiten el logro del objetivo de la investigación	X		
3. Los ítems están distribuidos en forma lógica y secuencia	X		
4. El número de ítems es suficiente para recoger información. En caso de ser negativa su respuesta, sugiera los ítems a añadir.	X		
5. Están los ítems libres de errores ortográficos	X		

VALIDEZ

Aplicable	X	No aplicable	
Aplicable atendiendo a las observaciones			
Validado por:	Christopher Brain Rosas Choo	Fecha: 09/07/2023	
Profesión:	Bromatólogo Nutricionista		
DNI	70434781	Email: christopherrosaschoo@gmail.com	
Firma:			
Observaciones o Sugerencias:			

FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Consolidado de la validación de Juicio de Expertos del Test: cuestionario de uso de etiquetado nutricional en alimentos envasados

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN:

1.1 Nombre del Instrumento motivo de evaluación: **INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS**

1.2 Título de la Investigación: **“Factores asociados al uso del etiquetado nutricional al decidir comprar alimentos en estudiantes de una universidad privada**


1.3 Autor del Instrumento: Joice Samantha Ramos Galvez

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORMANTES:

CUESTIONARIO DE USO DE ETIQUETADO NUTRICIONAL EN ALIMENTOS ENVASADOS

Preguntas	CLARIDAD		COHERENCIA		OBJETIVIDAD		PERTINENCIA		RELEVANCIA		OBSERVACIONES (si debe de eliminar o modificar la pregunta por favor indique)	
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No		
1	x		x		x		x		x			
2	x		x		x		x		x		Utilizar el término “algunas veces”	
3		x	x		x		x		x		Mejorar redacción	
4		x		x	x		x		x		Mejorar la redacción, indicaciones y agregar el apartado para otros alimentos	
5		x	x		x		x		x			
6		x		x	x		x		x			
7		x	x		x		x		x			
8	x		x		x		x		x			
9	x		x		x		x		x			
10	x		x		x		x		x			
ASPECTOS GENERALES										Si	No	

El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario		x	
Los ítems permiten el logro del objetivo de la investigación	x		
Los ítems están distribuidos en forma lógica y secuencia	x		
El número de ítems es suficiente para recoger información. En caso de ser negativa su respuesta, sugiera los ítems a añadir.	x		
Están los ítems libres de errores ortográficos		x	

VALIDEZ			
Aplicable		No aplicable	
Aplicable atendiendo a las observaciones			x
Validado por:	M. Sc. Hally Ruth Huilca Maldonado	Fecha: 30/06/2023	
Profesión:	Nutricionista		
DNI	46235452	Email: hhuilca@une.edu.pe	
Firma:			
Observaciones o Sugerencias: La ficha de validación no indica un apartado para evaluar los ítems de características generales.			

FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Consolidado de la validación de Juicio de Expertos del Test: cuestionario de uso de etiquetado nutricional en alimentos envasados

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN:

1.1 Nombre del Instrumento motivo de evaluación: **INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS**

1.2 Título de la Investigación: **"Factores asociados al uso del etiquetado nutricional al decidir comprar alimentos en estudiantes de una universidad privada"**

1.3 Autor del Instrumento: **Joice Samantha Ramos Gálvez**

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORMANTES:

CUESTIONARIO DE USO DE ETIQUETADO NUTRICIONAL EN ALIMENTOS ENVASADOS

Pregunta *	CLARIDAD		COHERENCIA		OBJETIVIDAD		PERTINENCIA		RELEVANCIA		OBSERVACIONES (si debe de eliminarse o modificar la pregunta por favor indique)
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	
1	X		X		X		X		X		
2	X		X		X		X		X		
3	X		X		X		X		X		
4	X		X		X		X		X		
5	X		X		X		X		X		
6	X		X		X		X		X		
7	X		X		X		X		X		
8	X		X		X		X		X		
9	X		X		X		X		X		
10	X		X		X		X		X		
ASPECTOS GENERALES									Si	No	
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario									X		
Los ítems permiten el logro del objetivo de la investigación									X		

Los ítems están distribuidos en forma lógica y secuencia	X		
El número de ítems es suficiente para recoger información. En caso de ser negativa se sugiere, sugiera los ítems a añadir.	X		
Están los ítems libres de errores ortográficos	X		

VALIDEZ			
Aplicable	X	No aplicable	
Aplicable atendiendo a las observaciones			
Validado por:	EDWALD FERNANDO MANCHEGO REA	Fecha: 03/07/2023	
Profesión:	NUTRICIONISTA		
DNI	61255909	Email: edman_618@hotmail.com	
Firma:	 Lic. Edwald F. Manchego Rea NUTRICIONISTA CNP: 1821		
Observaciones o Sugerencias:			

Anexo 07: Tabla de Validez V-Iken

V-K > 0.8 Para que los ítems sean válidos, (sí:1; no:0)

1. Claridad

CLARIDAD									
S	N	C	ITEM	J1	J2	J3	J4	J5	V-K
5	5	2	1	1	1	1	1	1	1.00
5	5	2	2	1	1	1	1	1	1.00
4	5	2	3	1	1	0	1	1	0.80
4	5	2	4	1	1	0	1	1	0.80
4	5	2	5	1	1	0	1	1	0.80
4	5	2	6	1	1	0	1	1	0.80
3	5	2	7	1	1	0	1	0	0.60
5	5	2	8	1	1	1	1	1	1.00
5	5	2	9	1	1	1	1	1	1.00
5	5	2	10	1	1	1	1	1	1.00
PROMEDIO									0.88

2. Claridad

COHERENCIA									
S	N	C	ITEM	J1	J2	J3	J4	J5	V-K
5	5	2	1	1	1	1	1	1	1.00
5	5	2	2	1	1	1	1	1	1.00
5	5	2	3	1	1	1	1	1	1.00
4	5	2	4	1	1	0	1	1	0.80
5	5	2	5	1	1	1	1	1	1.00
4	5	2	6	1	1	0	1	1	0.80
4	5	2	7	1	1	1	1	0	0.80
5	5	2	8	1	1	1	1	1	1.00
5	5	2	9	1	1	1	1	1	1.00
5	5	2	10	1	1	1	1	1	1.00
PROMEDIO									0.94

3. Relevancia

RELEVANCIA									
S	N	C	ITEM	J1	J2	J3	J4	J5	V-K
5	6	2	1	1	1	1	1	1	0.83
5	6	2	2	1	1	1	1	1	0.83
5	6	2	3	1	1	1	1	1	0.83
5	6	2	4	1	1	1	1	1	0.83
5	6	2	5	1	1	1	1	1	0.83
5	6	2	6	1	1	1	1	1	0.83
4	6	2	7	1	1	1	1	0	0.67
5	6	2	8	1	1	1	1	1	0.83

5	6	2	9	1	1	1	1	1	0.83
5	6	2	10	1	1	1	1	1	0.83
PROMEDIO									0.82

4. Pertinencia

PERTINENCIA									
S	N	C	ITEM	J1	J2	J3	J4	J5	V-K
5	5	2	1	1	1	1	1	1	1.00
5	5	2	2	1	1	1	1	1	1.00
5	5	2	3	1	1	1	1	1	1.00
5	5	2	4	1	1	1	1	1	1.00
5	5	2	5	1	1	1	1	1	1.00
5	5	2	6	1	1	1	1	1	1.00
4	5	2	7	1	1	1	1	0	0.80
5	5	2	8	1	1	1	1	1	1.00
5	5	2	9	1	1	1	1	1	1.00
5	5	2	10	1	1	1	1	1	1.00
PROMEDIO									0.98

5. Objetividad

OBJETIVIDAD									
S	N	C	ITEM	J1	J2	J3	J4	J5	V-K
5	5	2	1	1	1	1	1	1	1.00
5	5	2	2	1	1	1	1	1	1.00
5	5	2	3	1	1	1	1	1	1.00
5	5	2	4	1	1	1	1	1	1.00
5	5	2	5	1	1	1	1	1	1.00
5	5	2	6	1	1	1	1	1	1.00
4	5	2	7	1	1	1	1	0	0.80
5	5	2	8	1	1	1	1	1	1.00
5	5	2	9	1	1	1	1	1	1.00
5	5	2	10	1	1	1	1	1	1.00
PROMEDIO									0.98

6. Promedio General

ITEMS	PROMEDIO
Claridad	0.88
Coherencia	0.94
Relevancia	0.82
Pertinencia	0.98
Objetividad	0.98
TOTAL	0.92