

FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de **ADMINISTRACIÓN Y MARKETING**

“INFLUENCIA DEL SELLO OCTOGONAL FRONTAL DE LOS ALIMENTOS Y BEBIDAS PROCESADAS EN LA DECISIÓN DE COMPRA DE LOS CONSUMIDORES CENTENNIALS DEL DISTRITO DE COMAS, LIMA 2022”

Tesis para optar al título profesional de:

Licenciada en Administración y Marketing

Autora:

Vanessa Angela Cubas Rodriguez

Asesor:

Mg. María Soledad Rodriguez Castillo

<https://orcid.org/0000-0001-7508-6708>

Lima - Perú

JURADO EVALUADOR

Jurado 1 Presidente(a)	Liliana Beatriz Carrillo Carranza	40730539
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 2	Paulo Cáceres Iglesias	41412453
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 3	José Wilfredo Yañez Palomino	09439562
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

DEDICATORIA

Dedico el presente trabajo en primer lugar a Dios, quien me ha dado a fuerza de superar todas las dificultades y por permitirme haber llegado a este momento importante de mi vida universitaria. Por otro lado, dedico este trabajo a mi madre que es el motor, mi fortaleza e inspiración y apoyo incondicional que recibí durante la redacción de este trabajo.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por darme la sabiduría para desarrollar esta investigación, y poder finalizar satisfactoriamente el proceso de aprendizaje en la carrera que me apasiona. Agradezco a los docentes de la carrera de Administración y Marketing por su dedicación, por sus enseñanzas y sobre todo por transmitirme su pasión por la carrera. También agradezco a mis familiares y amigos, que siempre me alentaron a seguir mis sueños

Tabla de contenido

JURADO CALIFICADOR	2
DEDICATORIA	3
AGRADECIMIENTO	4
TABLA DE CONTENIDO	5
ÍNDICE DE TABLAS	6
RESUMEN	7
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	8
1.1. Realidad problemática	8
1.2. Formulación del problema	16
1.3. Objetivos	17
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA	18
CAPÍTULO III: RESULTADOS	22
CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	29
REFERENCIAS	35
ANEXOS	39

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Análisis de la confiabilidad para medir la variable Sellos Octogonal frontal.....	19
Tabla 2: Análisis de la confiabilidad para medir la variable Decisión de Compra.....	19
Tabla 3: Escala valorativa de la variable Sello Octogonal frontal.....	20
Tabla 4: Escala Valorativa de la variable decisión de compra.....	20
Tabla 5: Niveles de Distribución de la variable sello octogonal frontal y sus dimensiones.....	21
Tabla 6: Niveles de distribución de la variable decisión de compra y sus dimensiones.....	22
Tabla 7: Prueba de correlación del coeficiente Rho de Spearman entre el sello octogonal frontal implementados en los alimentos y bebidas procesadas y la decisión de compra.....	24
Tabla 8: Prueba de correlación del coeficiente Rho de Spearman entre el nivel de percepción de los sellos octogonales frontales y la decisión de compra.....	25
Tabla 9: Prueba de correlación del coeficiente Rho de Spearman entre el nivel de conocimiento de los sellos octogonales frontales y la decisión de compra	26

RESUMEN

El presente estudio de investigación tiene como objetivo general identificar la influencia del sello octogonal frontal implementado en los alimentos y bebidas procesadas, en la decisión de compra del consumidor centennials del Distrito de Comas – Lima, 2022. El presente estudio tiene un tipo de metodología cuantitativa, con un alcance correlacional descriptivo, con un diseño no experimental – transversal. Como método de análisis de datos se utilizó el cuestionario, que se realizó a una muestra de 384 personas, donde se obtuvo como resultado principal que si influye el sello octogonal frontal en la decisión de compra de los consumidores centennials. Asimismo, se obtuvo como resultado que el nivel de percepción influye un 64.8% y el nivel de conocimiento un 59.6% con la implementación de los sellos octogonales en los alimentos y bebidas procesadas.

PALABRAS CLAVES: Rotulado frontal, sellos octogonales, decisión de compra.

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

Para que el consumidor pueda obtener mayor información sobre los ingredientes de los alimentos y bebidas procesadas, por el rol del etiquetado nutricional en los productos es imperativo, dado que describe el componente básico del producto (Organización Mundial de la Salud [OMS], 2007). Igualmente, sirve como una herramienta de apoyo, donde el consumidor podrá encontrar datos sobre los ingredientes que incluye el producto para mantener su durabilidad, y así el usuario pueda tomar decisiones favorables para su salud (Rodríguez & Monroy, 2015)

En un estudio realizado por Carballo, Villareal y Del Toro (2015), titulada “El etiquetado nutricional, política de seguridad”, señala que el etiquetado nutricional asegura a discernir aquellos productos que contengan ingredientes que perjudiquen la salud del consumidor, con el objetivo de que ellos puedan optar por elegir productos que les beneficien, y así no pueda generar problemas de salud a largo plazo.

Por otra parte, el gobierno peruano mediante Decreto Legislativo N°1304 aprobó la Ley de Etiquetado y Verificación de los Reglamentos Técnicos de los Productos Industriales Manufacturados el 29 de diciembre 2017. Este dispositivo legal establece de forma imprescindible el etiquetado para productos procesados que sean comercializados a nivel nacional, con el fin de proteger el derecho a la información sobre los componentes, advertencias de riesgo de los productos a los usuarios y consumidores. Asimismo, tiene por finalidad lograr el cumplimiento de las disposiciones contenidas dentro del decreto, a efectos de cautelar la salud, seguridad y vida de las personas (El Peruano, 2020).

A causa de que el Perú, figura como unos de los países de Latinoamérica con mayor venta per cápita de productos procesados y de bebidas procesadas (Organización Panamericana de la Salud [OFS] & OMS, 2019). El 36.9% de la población peruana mayor a 15 años a más sufren problemas de sobrepeso, provocando que en un futuro padezcan de enfermedades no transmisibles como: cardiovasculares, cáncer, enfermedades respiratorias crónicas y diabetes (Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI], 2017).

Por ello la Organización Panamericana de la Salud, manifiesta que el etiquetado nutricional es indispensable ya que permite a los consumidores a tomar decisiones más saludables. Además, Perú como otros países de América tienen prevalencia más alta de obesidad, dado que no tienen una buena alimentación saludable y llevan una vida sedentaria (Organización Panamericana de la Salud [OPS], 2019).

Luego de 6 años de la aprobación de la Ley N° 30021 – “Ley de Promoción de la Alimentación Saludable para niños, niñas y adolescentes”, que tiene el objetivo la promoción y protección efectiva a la salud pública dirigida a los niños, niñas y adolescentes, con el fin de reducir y eliminar problemas de salud vinculadas al sobrepeso, obesidad y aquellas enfermedades no transmisibles (El Peruano, 2013). En el 2019 las autoridades del Ministerio de Salud decide realizar una modificación en la Ley N° 30021, mediante el Decreto Supremo N° 015 – 2019 SA de fecha 16 de Junio de 2019 publicaron el Manual de Advertencias Publicitarias, el cual dispone de manera obligatoria el funcionamiento del etiquetado de octógonos en los alimentos procesados y bebidas no alcohólicas, en donde se muestra los siguientes mensajes: “altos en azúcar”, “alto en sodio”, “grasas saturadas” y “contiene grasas trans” (El Peruano, 2020).

Asimismo, como en otros países de Latinoamérica, al tener el mismo problema de salud pública en sus ciudadanos optaron por implementar nuevos sistemas de etiquetado

frontal en los empaques de los alimentos ultra procesados, que ayuden a seleccionar un producto más saludable. Por ejemplo, Ecuador y Bolivia, los cuales implementaron un sistema semáforo, que consiste en el uso de los colores rojo, amarillo y verde indicando las cantidades de nutrientes presentes en el producto. Por otro lado, se encuentra el caso de Chile y Uruguay que incorporaron el sistema de advertencias, que es la incorporación de un símbolo octogonal que señala los excesos en sodios, grasas y azúcares en los productos (Ministerio de Salud y Desarrollo Social, 2018).

Asimismo, el director de Intervenciones Estratégicas del Ministerio de la Salud (MINSA), Gustavo Rosell De Almeida explicó que el objetivo del rotulado es disuadir a la población del consumo excesivo de productos procesados, y detener la tasa de la población que presenta problemas de enfermedades no transmisibles en el país, por lo cual el Perú incorporó nuevas disposiciones legales a causa de la preocupación de la salud de los residentes, dado que los peruanos presentan rasgos crecientes de enfermedades no transmisibles como: cardiovascular, cáncer, diabetes, obesidad y sobrepeso (Tarqui, 2017)

En ese sentido, el Instituto Nacional de Estadística e Informática-INEI (2017) realizó una encuesta, y tuvieron los siguientes resultados: 14 millones de peruanos mayores de 15 años presentaron problemas de exceso de peso generando un problema de salud pública para el Estado. El sobrepeso y la obesidad es responsable del 43.6% de mortalidad por enfermedad cardíaca hipertensiva (MINSA, 2019). Según el estudio realizado por Detum (2018) en su informe especial de opinión pública sobre la Ley de Alimentación Saludable mencionan que: un 28% de la población peruana se informa de los contenidos de los productos, mientras que un 72% se informan muy poco, otros no se informan. Es decir que una gran parte de peruanos no tienen el hábito de informarse sobre los componentes que tienen los productos que ellos consumen con frecuencia.

En el caso de la Región Lima tiene prevalencia el exceso de peso, con un 26.4% de su población mayor de 15 años de edad sufren de obesidad (INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS E INFORMÁTICAS [INEI], 2019). Por otra parte, el distrito de Comas ocupa el cuarto lugar con alto índice de anemia y desnutrición a nivel Lima Metropolitana, razón por la cual el alcalde de Comas junto a representantes del Ministerio de Salud realiza campañas de prevención, con el fin de promover e incentivar la alimentación saludable a los pobladores del distrito, pues el 11 % de habitantes presentan problemas de sobrepeso (Córdova, 2019).

Por ello la presente investigación permitirá obtener resultados que pueden generar un impacto para aquellas empresas del rubro de alimentos ya que, si existiera una influencia en la toma de decisiones de compra del consumidor, las marcas podrían aplicar estrategias de Marketing que hagan mención los beneficios que tiene su gamas de productos hacia el bienestar de los consumidores, o crearían nuevas líneas de productos saludables o light para satisfacer a este población del mercado en donde hace relevancia el cuidado de su salud. Por lo tanto, se plantea la siguiente pregunta investigación: ¿De qué manera influye el sello octogonal frontal implementados en los alimentos y bebidas procesadas, en la decisión de compra del consumidor centennials del distrito de Comas – Lima, 2022?

Asimismo, para responder la pregunta de investigación, se formula el objetivo específico: Identificar la influencia del sello octogonal frontal implementado en los alimentos y bebidas procesadas, en la decisión de compra del consumidor centennials del Distrito de Comas – Lima, 2022. De igual manera, se formula el primer objetivo específico: Determinar si el nivel de percepción de los sellos octogonales frontales influye en la decisión de compra de los consumidores centennials del distrito de Comas – Lima, 2022,

y el segundo objetivo específico: Determinar si nivel de conocimiento de los sellos octogonales frontales influye en la decisión de compra de los consumidores centennials del distrito de Comas – Lima, 2022. Además, se considera pertinente establecer hipótesis general, Influye significativamente el sello octogonal frontal implementados en los alimentos y bebidas procesadas en la decisión de compra del consumidor centennials del distrito de Comas – Lima, 2022. Las hipótesis específicas: Influye positivamente el nivel de percepción en la decisión de compra de los consumidores centennials del distrito de Comas – Lima, 2022 y determinar si nivel de conocimiento de los sellos octogonales frontales influye en la decisión de compra de los consumidores centennials del distrito de Comas – Lima, 2022.

Agregado al estudio, se deben de resaltar algunos que pretende sustentar la investigación:

En el estudio titulado “Etiquetado nutricional, una mirada desde los consumidores de alimentos” realizado por Restrepo (2014) concluye que, es un medio de información puesto que los consumidores no siempre comprenden lo que se menciona en el etiquetado, por ello es necesario las entidades del estado deben de realizar programas que ayuden a los consumidores a interpretar los datos de manera apropiada.

En la investigación realizada por Santos, Bravo, Velarde & Aramburu (2019) titulada “Efectos del Etiquetado nutricional frontal de alimentos y bebidas: sinopsis de revisiones sistemáticas” manifiesta que el etiquetado frontal ayuda a mejorar la decisión de compra de alimentos saludables, además por que simplifica la información nutricional, es sencilla de interpretar.

En otro estudio de Cruz (2018), titulada “Uso del Etiquetado nutricional en la decisión de compra de alimentos por consumidores de la ciudad de Piura” señalan que es

importante que el consumidor comprenda e interprete adecuadamente el etiquetado nutricional, ya que mediante la información recaudada podrá tomar mejores decisiones de compra al consumir un producto.

En un estudio realizado por el investigador Araya (2017) con la en la tesis titulada “Efectos del etiquetado de alimentos en el comportamiento de los consumidores” señala que los sistemas de etiquetado generan un impacto positivo en el consumidor, ya que les ayuda a entender de forma clara y práctica el contenido de los productos, como así también los usuarios optan por comprar otros productos de la misma categoría o productos que no sean dañinos para su salud, mejorando su estilo de vida.

En la investigación de Alférez. M y Alférez. S (2019), titulada “Implicancias potenciales de la introducción del sistema de advertencias al consumidor basado en octógonos en el etiquetado frontal de alimentos procesados excesivos en nutrientes” concluye que el sistema del rotulado frontal, permite a los consumidores a comprender cuales son los productos que superar los parámetros de salud. Además, en la encuesta realizada en este estudio, visualizar que la gran parte de la población del Departamento de Tacna está dispuesta a pagar un precio elevado por un producto, siempre que en el alimento procesado tenga el sistema de etiquetado frontal.

También se encontró una la investigación titulada: “Diseño cuasi experimental para el análisis de la decisión de compra del consumidor limeño ante los sistemas de rotulado frontal en abarrotos y lácteos”, realizado por Ezcurra, Fernández y Hinostroza (2019) señala lo siguiente: la incorporación del rotulado ha generado cambios positivos en la conducta del consumidor, sin embargo, es importante recalcar que el estado deberá acompañar a los consumidores en este cambio de comportamiento, por lo que tendrá que

realizar charlas o campañas publicitarias que genere impacto, con el objetivo de disuadir a conservar un estilo de vida salútfero.

En el estudio titulado “Factores que influyen en el uso del octógono como marcador de información nutricional en los consumidores en la población”, investigado por Mejía, Aguilar, Alfaro, Carranza, Eulogio, Gálvez-N y Godo (2020), se realizó una encuesta para la investigación donde se obtuvo los siguientes datos: un 75% mencionaron que los octógonos influyen en la decisión de la compra y 25% no les influye, sin embargo, el usuario todavía es vulnerable a los precios del producto. Los autores concluyen que la incorporación de los octógonos ha tendido aprobación por parte de los consumidores, pero el factor precio todavía impacta en ellos

En esta misma labor de investigación, se encontró el estudio titulado:” El etiquetado nutricional de alimentos y su incidencia en la decisión de compra de los consumidores de Trujillo”, realizado por Ugarriza (2017). concluye que: es necesario que el estado tome en cuenta el sistema nutricional de semáforo ejecutado por Ecuador como una nueva alternativa, ya que en su encuesta realiza para la investigación obtuvo los siguientes resultados: un 59% de consumidores comprende mejor la información mediante el sistema de etiquetado semáforo, y un 41% menciona que el sistema octogonal les parece más apropiada.

Otra investigación realizada por Caceres (2017) titulada “Influencia del rotulado frontal en la percepción del aporte nutricional de una bebida procesada con fruta en la comunidad educativa de la facultad de ciencias de la Pontificia Universidad Javeriana” concluye que el sistema de rotulado octogonal aporta a los consumidores una información sencilla, una ventaja de este sistema es que permite comparar los productos mediante la cantidad de octógonos incorporados en el etiquetado. En su encuesta realiza a los

ciudadanos de Colombia, obtuvo como resultados que los octógonos permite tomar decisiones más rápidas en el proceso de compra del producto.

Por lo tanto, en referencia al marco teórico en relación al conocimiento necesario la definición de los siguientes conceptos:

Cáceres (2017), define que el sello octogonal nos da una referencia sobre el contenido de los alimentos y bebidas a consumir, dando oportunidad a que la población pueda tomar una decisión adecuada al realizar su compra. En el Perú la ley que aprueban “el Manual de Advertencia Publicitarias en el marco de lo establecido en la Ley N° 30021, precisan un Manual de Advertencias, en donde especifican la asignación de los productos que superen los parámetros dados, den el uso de los siguientes rotulados: Alto en Sodio, Alto en Azúcar, Alto en Grasas Saturadas y Contienen Grasas Trans. (El Peruano, 2020). Araya (2017), nos da mención que es este tipo de rotulado, también ha sido implementado en otros países como es el caso de Chile en su ley 26.606 en donde los productos comercializado que superan los parámetros establecidos por dicha ley deberán de tener las etiquetas ya mencionadas.

Excurra, Fernández & Henostroza (2019) menciona que el comportamiento de compra, se da al inicio en reconocer la necesidad, la recolección de información o datos relevantes del producto que se piensa adquirir. Por ello, indica que existen factores que impulsan al realizar la compra de un producto en específico. Kotler (2010) nos da mención que la decisión de compra es el proceso de aprendizaje, social, personal y psicológico que pasa el consumidor al adquirir un alimento o bebida. El factor aprendizaje consiste en adquirir todos los conocimientos sobre el producto a adquirir y si cumple con sus necesidades y expectativas. El factor social, trata de adquirir opciones referenciales de sus grupos cercanos como la familia y amigos sobre un tema en específico, e incluso

influencers. En cuanto el factor personal, interviene el estilo de vida, la edad, la situación profesional y económico, la personalidad, e costumbres y/o creencias. El factor psicológico, nos hace referencia a la formación de las creencias y/o costumbres, percepciones, motivaciones y aprendizaje, que ayudan a comprender la decisión de compra.

Según la OPS (2019) " Los alimentos y bebidas procesadas, son aquellos que tienen adición o introducción de sustancias (sal, azúcar, aceite, preservantes y/o aditivos) que modifican las condiciones naturales a los alimentos, con el fin de su conservación y adecuada perseverarían, así hacerlos más agradables o atractivos. Sin embargo, es cierto que generalmente conservan la identidad básica, una gran parte de ellos al requerir de sustancias para la durabilidad del producto hacen que sean desbalanceados nutricionalmente.

La justificación teórica, se encuentra en el estudio desarrollado por Carrasco (2021) quien indica que existe una relación significativa entre la decisión de compra y la implementación de los sellos octogonales en los alimentos procesados. La justificación es poder determinar si los factores de los sellos octogonales determinados afectan a la decisión de compra, para de esta forma se puedan aplicar estrategias de marketing frente a los resultados logrados.

1.2. Formulación del problema

¿De qué manera influye el sello octogonal frontal implementados en los alimentos y bebidas procesadas, en la decisión de compra del consumidor centennials del distrito de Comas – Lima, 2022?

1.3. Objetivos

I.1.1. Objetivo general

Identificar la influencia del sello octogonal frontal implementado en los alimentos y bebidas procesadas, en la decisión de compra del consumidor centennials del Distrito de Comas – Lima, 2022.

I.1.2. Objetivos específicos

- Determinar si el nivel de percepción de los sellos octogonales frontales influye en la decisión de compra de los consumidores centennials del distrito de Comas – Lima, 2022.
- Determinar si nivel de conocimiento de los sellos octogonales frontales influye en la decisión de compra de los consumidores centennials del distrito de Comas – Lima, 2022.

1.4. Hipótesis:

1.4.1. Hipótesis General

Influye significativamente el sello octogonal frontal implementados en los alimentos y bebidas procesadas en la decisión de compra del consumidor centennials del distrito de Comas – Lima, 2022.

1.4.2. Hipótesis Especifico

- Influye positivamente el nivel de percepción en la decisión de compra de los consumidores centennials del distrito de Comas – Lima, 2022.
- Determinar si nivel de conocimiento de los sellos octogonales frontales influye en la decisión de compra de los consumidores centennials del distrito de Comas – Lima, 2022.

CAPÍTULO II: METODOLOGÍA

El presente estudio tiene un enfoque cuantitativo, puesto que tiene un problema de estudio en el cual procede una serie de hipótesis que serán respondidas en base a la recopilación de datos que serán analizadas mediante métodos estadísticos (Hueso & Cascant, 2012). **Según su enfoque**, la investigación es no experimental, debido a que las variables de estudio no serán manipuladas solo serán observadas en su contexto natural (Hernández, Fernández & Baptista, 2014). Asimismo, el **tipo de diseño** es transversal dado que se recolectaron datos en un momento único de las variables de estudios y luego se analizaron mediante los datos recopilados (Cortés & Iglesias, 2004). Finalmente, **según el alcance** la investigación es correlacional – descriptivo, dado que se buscó asociar y describir las características del estudio de las variables dependiente “decisión de compra” e independiente “sello octogonal frontal” mediante un padrón predecible en la población (Hernández, Fernández & Baptista 2014).

La población para el presente estudio está conformada por la consumidores mujeres y hombres centennials del rango de edad de 20 a 26 años que realicen una o más compras de alimentos y bebidas procesadas en los principales supermercados: Metro (2 locales) y Tottus (1), ubicados en la Zona 07 y Zona 13 del distrito de Comas. Asimismo, damos a entender que el luego de limitar la población, se procedió a establecer una muestra de estudio, para la presente investigación se usará el tipo de muestreo probabilístico simple, ya que es una población finita ya que conoce el número de personas que componen esta población.

En el presente estudio de investigación tiene una **muestra aleatoria simple** dado que todos los sujetos tuvieron la oportunidad de ser elegidos como parte de la muestra. Asimismo, se aplicó la fórmula de población finita para hallar la muestra necesaria:

$$n = \frac{Z^2(p * q)}{e^2 + \left(\frac{Z^2(p * q)}{N}\right)}$$

n = Tamaño de muestra

Z = Nivel de Confianza deseado

p = Proporción de la población con la característica deseada (éxito)

q = Proporción de la población sin la característica deseada (fracaso)

e = Nivel de error dispuesto a cometer

p = Probabilidad de que no ocurra el evento estudiado

N = Tamaño de la Población

Datos:

N = 46 140

Z= 1.96 con un nivel de confianza del 95%

e = 5%

p = 50%

q = 50%

n = cantidad de personas a encuestar

Obteniendo como resultado: 384

$$n = \frac{1.96^2(0.5*0.5)}{0.05^2 + \left(\frac{1.96^2(0.5*0.5)}{46\ 140}\right)}$$

= 384 personas a encuestar

Para el desarrollo de esta fórmula estadística, se consultó con los datos encontrados en la plataforma del Ministerio de Salud, donde se definió que el tamaño de la población es 46 140 personas que se encuentran en el rango de edad 20 a 26 años del distrito de Comas, se estableció un nivel de confianza del 95%, con un margen de error de 5%. De tal forma que al aplicar la fórmula presentada para una población finita, se obtuvo como resultado una muestra de 384 personas de las cuales fueron aplicados al instrumento de recolección de datos.

La técnica de recolección de datos utilizada fue el cuestionario, dicha técnica se ejecutó de forma presencial mediante el uso de un aparato digital como es el caso de un teléfono móvil. Del cual, se presentó a la persona a encuestar, previamente con la autorización de que los datos recolectados serán confidenciales y con fines meramente académicos para el cumplimiento del objetivo de la investigación.

El análisis de datos se dio por técnicas estadísticas, se manejó como herramienta el Programa Estadístico SPSS, en donde nos permitió cuantificar los datos recolectados en el cuestionario realizado a la muestra. Por otro lado, para poder conocer datos importantes de la investigación se elaboró tablas que ayuden a tener una mejor comprensión del resultado. De igual forma, para probar si existía una correlación de las variables de investigación se realizó la prueba estadística Spearman.

La prueba de normalidad, se aplicó con la finalidad de comparar la función de la distribución acumulada empírica de los datos de la muestra. Cabe mencionar que, Vargas (2005) menciona que, para realizar una prueba de normalidad de ajuste, es necesario utilizar el estadígrafo Kolmogorov – Smirnov, puesto que es indispensable utilizarlo cuando las muestras de datos son mayores a 50, si no fuera ese caso, se debe de utilizar el

estadístico Shapiro Wilk. Por tal motivo, se está planteando la hipótesis de la prueba de normalidad: H_0 : La información de las variables y dimensiones provienen de una distribución normal H_a : La información de las variables y dimensiones no provienen de una distribución normal.

Para la validación del instrumento, se empleó una matriz de validación de expertos en donde el grupo de expertos evalúan las preguntas formuladas para el desarrollo del cuestionario. Del mismo modo, la aprobación del cuestionario fue cedido por tres docentes de la línea de carrera de Administración y Marketing, especializados en temas empresariales y comportamiento del consumidor perteneciente al grupo de docentes de la Universidad Privada del Norte. (Ver Anexo 4)

En relación a la confiabilidad de instrumento de investigación, se empleó el método estadístico Alfa de Cronbach que permitió comprobar la confiabilidad del instrumento por variable de estudio. En este caso para la variable dependiente tuvo un 0.853 de confiabilidad, y un 0.771 para la variable independiente.

Por último, **los criterios éticos** seguidos fue el adecuado respeto por los derechos de los autores que fueron parte del proceso de recolección de información para la elaboración del marco teórico, además el citando correcto a los autores de las investigaciones, y referenciándolos según las normas APA. Por último, la confidencialidad de los datos recolectados de las personas participes de la investigación.

CAPÍTULO III: RESULTADOS

ANÁLISIS DE CONFIABILIDAD

Tabla 1

Análisis de la confiabilidad para medir la variable Sellos Octogonal frontal

Alfa de Cronbach	N ^a de elementos
0,771	7

En la tabla 1, se puede observar que la variable Sellos Octogonal frontal tiene un valor de Alfa de Cronbach 0,771, lo cual nos indica que, el instrumento tiene una moderada confiabilidad.

Tabla 2

Análisis de la confiabilidad para medir la variable Decisión de Compra

Alfa de Cronbach	N ^a de elementos
0,853	13

En la tabla 2, se puede observar que la variable Decisión de Compra tiene un valor de Alfa de Cronbach 0,883, lo cual nos indica que, el instrumento tiene una alta confiabilidad.

Escala valorativa de la variable Sello Octogonal Frontal

Se presenta en este acápite los resultados descriptivos de las variables analizadas, es decir, el Sello Octogonal frontal y la Decisión de Compra. Se realizó una escala valorativa de la variable Sello Octogonal Frontal, para que puedan presentar los puntajes teóricos, niveles, rangos de la variable Sello Octogonal Frontal. Es por esta razón, que los puntajes de la variable varían entre 13 y 35 puntos, la dimensión percepción fluctúa entre 9 y 25 puntos y el conocimiento fluctúa entre 2 y 10 puntos.

Tabla 3

Escala Valorativa de la Variable Sello Octogonal Frontal

Variable	Puntajes		Nivel de influencia		
	Máximo	Mínimo	Baja	Media	Alta
Sello Octogonal frontal	35	13	7-16	17-26	27-35
Percepción	25	9	5-11	12-18	19-25
Conocimiento	10	2	2-4	5-7	8-10

Fuente: Elaboración propia

Se presentan los puntajes teóricos, niveles, rangos de la variable “Decisión de Compra”. Es por esa razón que, los puntajes de la variable varían entre 30 y 65 puntos. En relación a los factores de aprendizaje y psicológico estos valores fluctúan entre 7 y 20 puntos, el factor social fluctúa entre 3 y 15 puntos, y finalmente, el factor personal fluctúa entre 2 y 10 puntos.

Tabla 4

Escala Valorativa de la variable decisión de compra

Variable	Puntajes		Nivel de influencia		
	Máximo	Mínimo	Baja	Media	Alta
Decisión de Compra	65	30	13-20	31-48	49-65
Factor de aprendizaje	20	7	4-8	9-14	15-20
Factor social	15	3	3-6	7-11	12-15
Factor personal	10	2	2-4	5-7	8-10
Factor psicológico	20	7	4-8	9-14	15-20

Fuente: Elaboración Propia

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Determinar si el nivel de percepción de los sellos octogonales frontales influye en la decisión de compra de los consumidores centennials del distrito de Comas – Lima, 2022.
- Determinar si nivel de conocimiento de los sellos octogonales frontales influye en la decisión de compra de los consumidores centennials del distrito de Comas – Lima, 2022

Tabla 5

Niveles de Distribución de la variable sello octogonal frontal y sus dimensiones

	Baja		Media		Alta		Total	
	n	%	n	%	N	%	n	%
Sello octogonal frontal	2	0,5	133	34,6	249	64,8	384	100,0
Percepción	3	0,8	152	39,6	229	59,6	384	100,0
Conocimiento	10	2,6	157	40,9	217	56,5	384	100,0

Fuente: Elaboración Propia

Se puede apreciar en la tabla 5, que del total de consumidores centennials del distrito de Comas encuestados, el 64,8% de ellos perciben un nivel de influencia alta con la implementación de los sellos octogonales en los alimentos y bebidas procesadas, el 34,6% perciben un nivel medio y solo un 0,5% de ellos lo perciben con un nivel bajo.

Por otro lado, a nivel de la dimensión percepción, los consumidores centennials del distrito de Comas que fueron encuestados, el 59,6% de ellos perciben un nivel de influencia alta con la implementación de los sellos octogonales en los alimentos y bebidas procesadas, el 39,6% perciben un nivel medio y solo un 0,8% de ellos lo perciben con un nivel bajo.

Por otro lado, a nivel de la dimensión conocimiento, los consumidores centennials del distrito de Comas que fueron encuestados, el 56,5% de ellos perciben un nivel de influencia alta con la implementación de los sellos octogonales en los alimentos y bebidas

procesadas, el 40,9% perciben un nivel medio y solo un 2,6% de ellos lo perciben con un nivel bajo.

Prueba de hipótesis general.

Ho: El sello octogonal frontal implementados en los alimentos y bebidas procesadas no influye significativamente en la decisión de compra del consumidor centennials del distrito de Comas – Lima, 2022.

Ha: El sello octogonal frontal implementados en los alimentos y bebidas procesadas influye significativamente en la decisión de compra del consumidor centennials del distrito de Comas – Lima, 2022.

Regla de decisión

Si $\alpha > 5\%$; No se rechaza la hipótesis nula

Si $\alpha \leq 5\%$; Se rechaza la hipótesis nula

Tabla 7

Prueba de correlación del coeficiente Rho de Spearman entre el sello octogonal frontal implementados en los alimentos y bebidas procesadas y la decisión de compra

		Sello octogonal frontal	Decisión de compra
Rho de Spearman	Coefficiente de correlación	1,000	0,596**
	Sello octogonal frontal Sig. (bilateral)	.	0,000
	N	384	384
	Decisión de compra Coeficiente de correlación	0,596**	1,000
	Sello octogonal frontal Sig. (bilateral)	0,000	.
	N	384	384

** . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

La correlación de Spearman entre el sello octogonal frontal implementados en los alimentos y bebidas procesadas y la decisión de compra encontró un coeficiente de

$r_s = 0,596$, revelando una relación positiva y significativa, con un grado de correlación fuerte.

Con respecto al nivel de significancia, este valor resultó $p=0,000$, el cual fue menor al valor teórico $\alpha = 0,05$, por lo que, se puede afirmar que la relación encontrada es estadística significativa, por lo cual rechazamos la hipótesis nula. En tal sentido, se concluye que el sello octogonal frontal implementados en los alimentos y bebidas procesadas influye significativamente en la decisión de compra del consumidor centennials del distrito de Comas – Lima, 2022.

Prueba de hipótesis específica 1

Ho: El nivel de percepción de los sellos octogonales frontales no influye significativamente en la decisión de compra del consumidor centennials del distrito de Comas – Lima, 2022.

Ha: El nivel de percepción de los sellos octogonales frontales influye significativamente en la decisión de compra del consumidor centennials del distrito de Comas – Lima, 2022

Regla de decisión

Si $\alpha > 5\%$; No se rechaza la hipótesis nula

Si $\alpha \leq 5\%$; Se rechaza la hipótesis nula

Tabla 8

Prueba de correlación del coeficiente Rho de Spearman entre el nivel de percepción de los sellos octogonales frontales y la decisión de compra

			Nivel de percepción	Decisión de compra
Rho de Spearman	Nivel de percepción	Coeficiente de correlación	1,000	0,480**
		Sig. (bilateral)	.	0,000
		N	384	384
	Decisión de compra	Coeficiente de correlación	0,480**	1,000
		Sig. (bilateral)	0,000	.
		N	384	384

** . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

La correlación de Spearman entre el nivel de percepción de los sellos octogonales frontales y la decisión de compra encontró un coeficiente de $r_s = 0,480$, revelando una relación positiva y significativa, con un grado de correlación moderada.

Con respecto al nivel de significancia, este valor resultó $p=0,000$, el cual fue menor al valor teórico $\alpha = 0,05$, por lo que, se puede afirmar que la relación encontrada es estadística significativa, por lo cual rechazamos la hipótesis nula. En tal sentido, se concluye que el nivel de percepción de los sellos octogonales frontales influye significativamente en la decisión de compra del consumidor centennials del distrito de Comas – Lima, 2022.

Prueba de hipótesis específica 2

H₀: El nivel de conocimiento de los sellos octogonales frontales no influye significativamente en la decisión de compra del consumidor centennials del distrito de Comas – Lima, 2022.

H_a: El nivel de conocimiento de los sellos octogonales frontales influye significativamente en la decisión de compra del consumidor centennials del distrito de Comas – Lima, 2022

Regla de decisión

Si $\alpha > 5\%$; No se rechaza la hipótesis nula

Si $\alpha \leq 5\%$; Se rechaza la hipótesis nula

Tabla 9

Prueba de correlación del coeficiente Rho de Spearman entre el nivel de conocimiento de los sellos octogonales frontales y la decisión de compra

			Nivel de conocimiento	Decisión de compra
Rho de Spearman	Nivel de conocimiento	Coefficiente de correlación	1,000	0,589**
		Sig. (bilateral)	.	0,000
		N	384	384
	Decisión de compra	Coefficiente de correlación	0,589**	1,000
		Sig. (bilateral)	0,000	.
		N	384	384

** . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

La correlación de Spearman entre el nivel de percepción de los sellos octogonales frontales y la decisión de compra encontró un coeficiente de $r_s = 0,589$, revelando una relación positiva y significativa, con un grado de correlación fuerte.

Con respecto al nivel de significancia, este valor resultó $p=0,000$, el cual fue menor al valor teórico $\alpha = 0,05$, por lo que, se puede afirmar que la relación encontrada es estadística significativa, por lo cual rechazamos la hipótesis nula. En tal sentido, se concluye que el nivel de conocimiento de los sellos octogonales frontales influye significativamente en la decisión de compra del consumidor centennials del distrito de Comas – Lima, 2022.

CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

4.1. Discusión

Acorde al objetivo general del presente trabajo de investigación, que es identificar la influencia del sello octogonal frontal implementado en los alimentos y bebidas procesadas, en la decisión de compra del consumidor centennials del Distrito de Comas – Lima, 2022. En el estudio de Carrasco (2022) en su investigación titulada: “Decisión de compra de los estudiantes universitarios: sellos octogonales” afirma que la implementación de los sellos octogonales si influye en la elección de compra, además nos hacen mención que su grupo de muestra si se toman el tiempo de visualizar los ingredientes nutricionales que tiene el producto procesado, por ello hacemos mención según la información recolectada que poco a poco las personas están preocupándose sobre los ingredientes añadidos a los alimentos que ellos consumen con regularidad, además de entender cuáles son aquellos productos procesados más dañinos que otros. Asimismo, en el estudio de investigación Santos, Bravo, Velarde & Aramburu (2019) refiere que el etiquetado nutricional frontal implementados en los alimentos procesados, ha ocasionado un impacto positivo debido que las personas están optando por consumir productos más convenientes para su salud. Sin embargo, resalta que es indispensable que el etiquetado nutricional frontal debe de acompañarse con tácticas para incentivar el consumo de productos saludables, y así estimular a llevar una vida más activa y menos sedentaria. Por otra parte, en dicho estudio respalda la presente investigación, dado que en sus resultados nos hace mención que, si existe una influencia del sello octogonal frontal en la decisión de compra del consumidor, sin embargo, es importante que para que genere un mayor impacto en los consumidores, aplicar estrategias que ayuden a reforzar la elección de alimentos menos dañinos para la salud.

En relación al primer objetivo específico, que es determinar si el nivel de percepción de los sellos octogonales frontales influye en la decisión de compra de los consumidores centennials del distrito de Comas – Lima, 2022, según los datos analizados en la presente investigación el 64.8% de los encuestados perciben un nivel de influencia alta con la implementación de los sellos octogonales en los alimentos y bebidas procesadas, puesto que toman importancia a los indicadores de la variable independiente de la investigación, es decir la conformidad sobre la implementación del sello octogonal en donde interviene los aspectos como: el tamaño y la ubicación de donde se encuentra el sello de octogonal de advertencia. Del mismo modo, el tiempo e interpretación que está relacionado al interés de leer el texto del sello octogonal agregados en la etiqueta de los alimentos procesados. Según los resultados obtenidos en la investigación titulada “Octógonos y decisión de compra en estudiantes, Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas – 2020”, de Carrasco, Mori, García & Madeline (2021), certifica que los atributos como: el tamaño, color, y ubicación de los octógonos les permite tomar una mejor elección de compra, dándonos a entender que la dimensión de percepción es uno de los factores más relevantes en la decisión de compra del consumidor. Asimismo, en otro estudio de Alférez & Alférez (2019) con la tesis titulada “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”, mediante sus datos recolectados, nos hace mención que el 58% de su muestra “siempre”, “a veces” y “casi siempre” observan la información del producto o bebida procesada. Concordado con el resultado recolectado en la presente investigación, podemos mencionar que la percepción (tamaño, la ubicación, el tipo de lectura e interpretación) de cómo ve los sellos octogonales incorporados en los productos hace que el consumidor pueda tener una idea más concisa de cual perjudicial es el alimento que va a comprar o consumir.

En relación al segundo objetivo específico que es determinar si nivel de conocimiento de los sellos octogonales frontales influye en la decisión de compra de los consumidores centennials del distrito de Comas – Lima, 2022. En los resultados obtenidos en la investigación, a nivel de la dimensión conocimiento, los consumidores centennials del distrito de Comas que fueron encuestados, el 56,5% de ellos tienen conocimiento sobre la implementación de los sellos octogonales en los alimentos y bebidas procesadas, el 40,9% perciben un nivel medio y solo un 2,6% de ellos lo perciben con un nivel bajo. En concordancia con los resultados obtenidos, el estudio de Arroyo (2021) en su investigación titulada “Nivel de Conocimiento de Advertencia publicitaria y Decisión de Compra de Alimentos Etiquetados con Octógono en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad Nacional de Huancavelica – 2021”, precisa que el 39.4% y el 37.6% de sus encuestados “casi siempre” y “a veces” conocen los tipos de advertencias añadidas al etiquetado de los alimentos y bebidas procesadas. En los datos obtenidos en el estudio a mención nos precisa que el nivel de conocimiento de los sellos octogonales es medio, si bien cierto hoy en día hay una tendencia por parte de los centennials del cuidado personal, en donde es relevante adquirir productos más saludables, es preciso indicar que el nivel de conocimiento es medio dado que aun falta la inducción de aprendizaje por parte de las autoridades responsables de el porque hay ciertos productos que tienen el sello octogonal frontal. De igual en la investigación de Huamán (2018) titulada “Uso del etiquetado nutricional en la decisión de compra de alimentos por consumidores de la ciudad de Piura – Perú, 2018”, el 63.2% y el 22.2% de sus encuestados “a veces” y “siempre” comprenden la información que representa el sello octogonal de advertencia, dándonos a entender que la población está tomando conciencia de las los alimentos y bebidas procesadas que consumen en su día a día. Del mismo modo, en el estudio de Chumpitaz & Ugaz (2022), en su investigación titulada “Los determinantes en el

conocimiento del etiquetado que influye en la compra de gaseosas de la zona 2 de lima en el último trimestre del 2019”, nos da mención que el 31% y el 30% tiene conocimiento sobre el sello frontal a través de dos fuentes: por anuncio del mismo gobierno y empresas privadas, dándonos a entender de qué habido un proceso de aprendizaje escalonado en cuanto el conocimiento de este rotulado de advertencia.

Las limitaciones de la investigación se dieron en el proceso de recolección de datos mediante el uso del cuestionario dado que no todas personas deseaban participar u otras no tenían el tiempo disponible para realizarla. Sin embargo, se logró desarrollar el cuestionario de forma exitosa.

La implicancia práctica del estudio de investigación, permite concluir que la implementación de los sellos octogonales en los alimentos y bebidas procesadas si afecta en la decisión de compra del consumidor. En este sentido, se ofrece un marco de referencia a futuros de investigadores que impulsen el estudio de las variables en análisis. Asimismo, conocer la influencia que tiene los sellos octogonales en la decisión de compra de los consumidores centennials, es así que se puede decir que esta investigación contribuirá en gran medida a que las empresas o nuevas empresas puedan ejecutar estrategias que cubra a este segmento que se preocupa por el tipo de alimento y bebida consume. De acuerdo, a las implicancias teóricas la tesis permitió demostrar que otros investigadores también han basado sus estudios en conceptos, teorías, entre otros, de autores que se consideraron en la presente tesis. Por último, en relación a las implicancias metodológicas, al igual que otros autores, el enfoque cuantitativo considerado en la tesis es un enfoque muy recurrente en las investigaciones de estas dos variables de estudio, así como el tipo no experimental y de diseño correlacional y descriptivo. En conclusión, el análisis de la información permite

reconocer que este tipo de investigaciones son las adecuadas para poder demostrar la correlación y la descripción de las variables de estudio.

4.2. Conclusiones

En relación a lo señalado y al análisis de los resultados obtenidos en el presente estudio de investigación, responden y sustentan al objetivo general de la tesis. Por ello, el análisis de datos permitió validar la hipótesis general considerada en la investigación, puesto que se demostró con el análisis que si existe una relación positiva entre las variables “sello octogonal frontal” y “decisión de compra”.

De acuerdo al objetivo general que es identificar la influencia del sello octogonal frontal implementado en los alimentos y bebidas procesadas, en la decisión de compra del consumidor centennials del Distrito de Comas – Lima, 2022, se obtuvo que el 64,8% de los encuestados perciben un nivel de influencia alta con la implementación de los sellos octogonales en los alimentos y bebidas procesadas, el 34.6% perciben un nivel medio y solo un 0.5% de ellos lo perciben con un nivel bajo. Demostramos que ante la implementación de los Sellos Octogonales frontales aplicadas en los alimento y bebidas procesadas, ha permitido que el consumidor sea más consistente al momento de elegir un producto que al largo podría ser perjudicial para su salud,

Por otro lado, el primer objetivo específico que es determinar si el nivel de percepción de los sellos octogonales frontales influye en la decisión de compra de los consumidores centennials del distrito de Comas – Lima, 2022, se logró demostrar que el 64.8% de los encuestados perciben un nivel de influencia alta con la implementación de los sellos octogonales en los alimentos y bebidas procesadas, el 34.6% perciben un nivel medio y solo un 0.5% lo perciben con un nivel bajo. Podremos mencionar, que la primera dimensión de la variable independiente con la variable dependiente tuvo una correlación

alta, debido que dicha dimensión influye en la decisión de compra del consumidor, es decir la conformidad de la implementación, el diseño, la ubicación del sello octogonal, así como el tiempo para poder leer y entender, e interpretar los significados de los cuatro sellos octogonales existentes, influyen en cada uno de los consumidores, dado que los centennials están tomando aun mayor relevancia su cuidado personal y salud. Según Ipsos (2019) nos hace mención que el 85% han visualizado el sello octogonal en los productos que consume, y que los octógonos que son más relevantes son el Alto en Azúcar y Alto en Grasas Saturadas. Asimismo, recalca que el 49% de la población encuestada consume verduras y vegetales en su alimentación diaria dado que un 88% piensa que para tener una vida saludable es necesario tener una alimentación balanceada.

Correspondiente al segundo objetivo específico que es determinar si nivel de conocimiento de los sellos octogonales frontales influye en la decisión de compra de los consumidores centennials del distrito de Comas – Lima, 2022, se obtuvo como resultado que el 56.5% de ellos tienen conocimiento sobre la implementación de los sellos octogonales en los alimentos y bebidas procesadas, el 40.9% perciben un nivel medio y solo un 2.6% de ellos lo perciben con un nivel bajo, esto nos da mención que si bien es cierto un poco más de la mitad de la muestra tienen y conoce sobre la implementación del sello octogonal frontal. Sin embargo, es importante que las autoridades responsables realicen campañas de concientización para que esta población “centennials” pueda tener el conocimiento previo sobre dicha implementación. Asimismo, es indispensable recalcar que dado a los resultados obtenidos en el presente estudio hemos logrado verificar que cada vez son más personas que están tomando conciencia sobre el cuidado y bienestar de la salud.

REFERENCIAS

- Alfárez, M., & Alfárez, S. (2019). Implicancias potenciales de la introducción del sistema de Advertencias al consumidor basado en octógono en el etiquetado frontal de alimentos procesados excesivos en nutrientes, Tacna 2019. Obtenido de: <http://repositorio.upt.edu.pe/bitstream/UPT/1001/1/Alferez-Murias-Alferez-Murias.pdf>
- Araya, S. (2017). Efectos del Etiquetado de Alimentos en el Comportamiento de los Consumidores. Obtenido de: <http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/146296/Efectos-del-etiquetado-de-alimentos-en-el-comportamiento-de-los-consumidores.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Arroyo, A. (2021). Nivel de Conocimiento de Advertencia Publicitaria y Decisión de compra de alimentos etiquetados con octógonos en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad Nacional de Huancavelica – 2021. Recuperado de la página web: <https://repositorio.unh.edu.pe/items/a8274ef2-2015-47ac-ac30-eb7e6d2f2d99>
- Caceres, K. (2017). Influencia del rotulado frontal en la percepción del aporte nutricional de una bebida procesada en fruta en la comunidad educativa de la facultad de ciencias de la pontificia universidad javeriana. Recuperado de la página web: <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/33779/CaceresPinzonKatherineAndrea2017.pdf?sequence=6&isAllowed=y>
- Carballo, A., Villarreal, A., & Del Toro, J. (2012). La Etiqueta Nutricional, Política de Seguridad Alimentaria. Recuperado de la página web: <https://www.redalyc.org/pdf/268/26823176008.pdf>
- Carrasco, A. (2021). Octógonos y decisión de compra en estudiantes, Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas – 2020. Recuperado de la página web: <https://repositorio.untrm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14077/2431/Carrasco%20Ritua y%20Angelica%20Mar%C3%ADa.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Carrasco Rituay, A. N., Mori Ramírez, P. O., García Rivas Plata, C. E., & Madeleine Nanny, T. C., (2022). Decisión de compra de los estudiantes universitarios: sellos octagonales. Revista Universidad y Sociedad. Recuperado de la página web: <https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/2868>
- Córdova, N. (2019). *Andina*. Comas decreta lucha frontal contra la anemia y la desnutrición infantil. Recuperado de la página web: <https://andina.pe/agencia/noticia-comas-decreta-lucha-frontal-contra-anemia-y-desnutricion-infantil-745858.aspx>
- Cortés M., & Iglesias M. (2004). Generalidades sobre Metodología de la Investigación. Recuperado de la página web: http://www.unacar.mx/contenido/gaceta/ediciones/metodologia_investigacion.pdf
- Cruz, C. (2018). El uso del Etiquetado nutricional en la decisión de compra de los alimentos por consumidores de la ciudad de Piura – Perú, 2018. Recuperado de la página web:

<http://repositorio.unp.edu.pe/bitstream/handle/UNP/1388/IND-CRU-HUA-2018.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Chumpitaz, C & Ugaz, P. (2022). Los determinantes en el conocimiento del etiquetado que influye en la compra de gaseosas para los millennials de la zona 2 de lima en el último trimestre del 2019. Recuperado de la página web: <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/654664>

Detum Internacional. (2018). *Ley de Alimentación Saludable - Informe Especial de Opinión Pública*. Recuperado de la página web: http://www.datum.com.pe/new_web_files/files/pdf/Leydealimentaci%C3%B3nsaludable.pdf

El Peruano. (2020). *Decreto que aprueba el Reglamento del Decreto Legislativo N° 1304. Decreto Legislativo que aprueba la Ley de Etiquetado y Verificación de Reglamentos Técnicos de los Productos Industriales Manufacturados*. Recuperado de la página web: <https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/decreto-supremo-que-aprueba-el-reglamento-del-decreto-legisl-decreto-supremo-n-015-2017-produce-1574550-4/>

El Peruano. (2020). *Aprueban Manual de Advertencias Publicitarias en el marco de lo establecido en la Ley N° 30021, Ley de promoción de la alimentación saludable para niños, niñas y adolescentes, y su Reglamento aprobado por Decreto Supremo N° 017-2017-SA*. Recuperado de la página web: <https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/aprueban-manual-de-advertencias-publicitarias-en-el-marco-de-decreto-supremo-n-012-2018-sa-1660606-1/>

El Peruano. (2013). *Ley de promoción de la alimentación saludable para niños, niñas y adolescentes*. Recuperado de la página web: http://www.sipi.siteal.iipe.unesco.org/sites/default/files/sipi_normativa/decreto_supremo_30021-13_alimentacion_nna.pdf

Ezcurra, D., Fernández, E., & Henostroza, R. (2019). Diseño cuasi experimental para el Análisis de la decisión de Compra del consumidor limeño ante los sistemas de rotulado frontal en abarrotes y lácteos. Recuperado de la página web: http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/15570/EZCURRA_VI LLENA_FERN%c3%81NDEZ_LLATAS_HENOSTROZA_MENDOZA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). Metodología de la Investigación. Recuperado de la página web: https://periodicooficial.jalisco.gob.mx/sites/periodicooficial.jalisco.gob.mx/files/metodologia_de_la_investigacion_-_roberto_hernandez_sampieri.pdf

Hueso & Cascant. (2012). Metodología y Técnicas Cuantitativas de Investigación. Obtenido de: <http://repositorio.minedu.gob.pe/bitstream/handle/123456789/4600/Metodolog%C3%ADa%20y%20t%C3%A9cnicas%20cuantitativas%20de%20investigaci%C3%B3n.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Huaman, C. (2018). Uso del Etiquetado nutricional en la decisión de compra del consumidor de alimentos por consumidores de la ciudad de Piura, 2018. Recuperado de la página web: <http://repositorio.unp.edu.pe/handle/UNP/1388>

- Instituto Nacional de Estadísticas e Informática (INEI). (2017). *Programas de Enfermedades No Transmisibles*. Recuperado de la página web: https://www.inei.gov.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1526/cap01.pdf
- Instituto Nacional de Estadísticas e Informáticas (INEI). (2017). *El 36,9% de las personas de 15 y más años de edad tiene sobrepeso*. Recuperado de la página web: <http://m.inei.gov.pe/prensa/noticias/el-369-de-las-personas-de-15-y-mas-anos-de-edad-tiene-sobrepeso-10776/#:~:text=En%20el%20a%C3%B1o%202017%2C%20el%2021%2C0%25%20de%20la,en%20%2C5%20puntos%20porcentuales>.
- Instituto Nacional de Estadísticas e Informática (INEI). (2019). *Perú: Enfermedades No Transmisibles y Transmisibles, 2018*. Recuperado de la página web: https://www.inei.gov.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1657/libro.pdf
- Inostroza, L. (2018). Comportamiento del consumidor ante las normativas de etiquetados en la industria de alimentos y bebidas: el caso de la ley de etiquetados de Chile. Recuperado de la página web: <http://diposit.ub.edu/dspace/handle/2445/125418>
- Ipsos (2019). Alimentación y vida saludable en Lima. Recuperado de la página web: <https://www.ipsos.com/es-pe/alimentacion-y-vida-saludable-en-lima>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). Fundamentos del Marketing. *Pearson Education*. Fundamentos del Marketing. Recuperado de la página web: https://www.academia.edu/42228045/Kotler_P_and_Armstrong_G_2008_Fundamentos_de_marketing_8va_edici%C3%B3n_Pearson_Educaci%C3%B3n_M%C3%A9xico
- Mejia, C., Aguilar, C., Alfaro, S., Carranza, B., Eulogio, P., Gálvez-N, A., & Godo, G. (2020). Factores que influyen en el uso del octógono como marcador de información nutricional en los consumidores en la población. Recuperado de la página web: <https://revista.nutricion.org/PDF/MEJIA.pdf>
- Ministerio de Salud (MINSA). (2016). *Población Estimada por Edades Simples y Grupos de Edad, según Provincia y Departamento de Lima – Año 2016*. Recuperado de la página web: <http://www.minsa.gov.pe/estadisticas/estadisticas/Poblacion/PoblacionMarcos.asp?15>
- Ministerio de Salud (MINSA). (2019). *Unos 14 millones de peruanos sufren de sobrepeso y obesidad*. Recuperado de la página web: <https://andina.pe/agencia/noticia-minsa-14-millones-peruanos-sufren-sobrepeso-y-obesidad-770928.aspx>
- Ministerio de Salud y Desarrollo Social. (2018). *Etiquetado Nutricional Frontal de Alimentos*. Recuperado de la página web: https://www.fbioyf.unr.edu.ar/evirtual/pluginfile.php/174458/mod_resource/content/1/INFORME-etiquetado-nutricional-frontal-alimentos%202018.pdf
- Organización Mundial de la Salud (OMS), Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO). (2007). *Etiquetado de los Alimentos*. Recuperado de la página web: <http://www.fao.org/3/a1390s/a1390s00.pdf>

- Organización Panamericana de la Salud & Organismo Mundial de la Salud. (2019). *Alimentos y Bebidas ultraprocesados en América Latina*. Recuperado de la página web: https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/51523/9789275320327_spa.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Organización Panamericana de la Salud (2019). *Etiquetado Nutricional*. Recuperado de la página web: <https://www.paho.org/es/campa%C3%B1as/etiquetado-alimentos>
- Organización Panamericana de la Salud (2019). Clasificación de los alimentos y sus implicaciones en la salud. Recuperado de la página web: https://www3.paho.org/ecu/dmdocuments/clasificacion_alimentos.pdf
- Restrepo, S. (2014). Etiquetado nutricional, una mirada desde los consumidores de alimentos. Recuperado de la página web: <https://revistas.udea.edu.co/index.php/nutricion/article/view/23420>
- Rodríguez, M., & Monroy, R. (2015). Etiquetado y seguridad alimentaria de los alimentos de mayor consumo. Recuperado de la página web: <http://www.jovenesenlaciencia.ugto.mx/index.php/jovenesenlaciencia/article/view/262>
- Santos, G., Bravo, F., Velarde, P., & Aramburu, A. (2019). Efectos del etiquetado nutricional frontal de alimentos y bebidas: sinopsis de revisiones sistemáticas. Recuperado de la página web: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC6692502/>
- Tarqui, V. (2017). *Andina*. Desde hoy es obligatorio etiquetado octogonal en alimentos procesados. Recuperado de la página web: <https://andina.pe/agencia/noticia-desde-hoy-es-obligatorio-etiquetado-octogonal-alimentos-procesados-755352.aspx>
- Parella, S., Martins, F. (2012). Investigación Cuantitativa. *Editorial Fedupel*. Recuperado de la página web: <https://es.calameo.com/read/000628576f51732890350>
- Ugarriza, G. (2017). El Etiquetado nutricional de los Alimentos y su incidencia en la decisión de compra de los consumidores de Trujillo, año 2017. Recuperado de la página web: <https://pdfs.semanticscholar.org/685d/76be574cda9359322a9b65eead012da307c0.pdf>
- Ventura, J. (2017). ¿Población o muestra?: Una diferencia necesaria. Recuperado de: <http://www.revsaludpublica.sld.cu/index.php/spu/article/view/906/948>
- Zamora, D., & Calvo, A. (2019). Cambios empresariales y de consumo en la industria de alimentos y bebidas. Recuperado de la página web: https://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi?article=1542&context=finanzas_comercio

ANEXOS

Anexo 1

Matriz de Consistencia

Influencia del sello octogonal frontal de los alimentos y bebidas procesadas en la decisión de compra de los consumidores centennials del distrito de Comas, Lima, 2022.					
PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	METODOLOGÍA	POBLACIÓN
¿De qué manera influye el sello octogonal frontal implementados en los alimentos y bebidas procesadas, en la decisión de compra del consumidor centennials del distrito de Comas, Lima?	OBJETIVO GENERAL: Identificar la influencia del sello octogonal frontal implementado en los alimentos y bebidas procesadas, en la decisión de compra del consumidor centennials del Distrito de Comas – Lima, 2022.	HIPOTESIS GENERAL: Influye significativamente el sello octogonal frontal implementados en los alimentos y bebidas procesadas en la decisión de compra del consumidor centennials del distrito de Comas – Lima, 2022.	VARIABLE INDEPENDIENTE: Sello Octogonal frontal	TIPO DE INVESTIGACIÓN: Aplicada ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN Investigación Cuantitativa DISEÑO: No Experimental – Transversal ALCANCE: Correlacional – Descriptivo	POBLACIÓN: El estudio está conformado por los habitantes de Comas de 20 a 26 años hombres y mujeres, jóvenes con/sin estudios secundarios y universitarios.
	OBJETIVO ESPECIFICO - Determinar si el nivel de percepción de los sellos octogonales frontales influye en la decisión de compra de los consumidores centennials del distrito de Comas – Lima, 2022. - Determinar si el nivel de conocimiento de los sellos octogonales frontales influye en la decisión de compra de los consumidores centennials del distrito de Comas – Lima, 2022.	HIPOTESIS ESPECIFICO: - Influye positivamente el nivel de percepción de los sellos octogonales frontales en la decisión de compra de los consumidores centennials del distrito de Comas – Lima, 2022. - Influye significativamente el nivel de conocimiento de los sellos octogonales frontales en la decisión de compra del consumidor centennials del distrito de Comas – Lima, 2022.	VARIABLE DEPENDIENTE: Decisión de Compra	TÉCNICA: Encuesta INSTRUMENTO: Programa Estadístico SPSS MÉTODO DE ANÁLISIS DE DATOS: Cuestionario	

Anexo 2

Matriz de Operacionalización

Influencia del sello octogonal frontal de los alimentos y bebidas procesadas en la decisión de compra de los consumidores centennials del distrito de Comas, Lima, 2022.					
VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM	ESCALA DE MEDICIÓN
Sellos Octogonal frontal	Es una herramienta que permite identificar aquellos alimentos con perfil nutricional desfavorable. Asimismo, funciona como un medio de comunicación informativo por parte los fabricantes hacia los consumidores, con la finalidad de notificar los componentes, aditivos químicos del alimento procesado (OMS & OFS, 2019).	Percepción	Conformidad	<ul style="list-style-type: none"> ¿Estás de acuerdo con la implementación del sello octogonal frontal en los alimentos de consumo? ¿Considera usted que el color negro, el tamaño y ubicación frontal de los octógonos de advertencias son los indicados? 	ESCALA: Tipo Likert VALORES: 1. Nunca 2. Casi nunca 3. A veces 4. Casi Siempre 5. Siempre
			Tiempo	<ul style="list-style-type: none"> ¿Usted se da el tiempo para leer los sellos octogonales frontales en los alimentos? 	
			Interpretación	<ul style="list-style-type: none"> ¿A usted le interesa leer el texto que acompaña a los sellos octogonales? ¿Usted lee el sello octogonal de advertencia en todos los productos sin importar la marca? 	
		Conocimiento	Información	<ul style="list-style-type: none"> ¿Usted conoce los tipos de texto que acompaña a los sellos octogonales de advertencia? ¿Usted entiende el significado de los sellos octogonales? 	ESCALA: Tipo Likert
Decisión de Compra	Etapa de evaluación donde el consumidor califica la marca, el precio y el desarrolla la intención de compra Asimismo la decisión de compra será adquirir un producto específico que cumpla y satisfaga las necesidades del consumidor (Kotler, 2018).	Elección y decisión de compra	Aprendizaje	<ul style="list-style-type: none"> ¿Considera que la presencia de los sellos octogonales de advertencia contribuye a la compra de productos más saludable? ¿Cuándo usted está a punto de comprar un alimento con algún rotulado octogonal frontal, decide no comprarlo para cuidar su salud? ¿Usted considera que la existencia de octógonos de advertencia en un producto es un indicador de su calidad nutricional? ¿Usted compraría un alimento procesado de mejor calidad para preservación de su salud? 	VALORES: 1. Nunca 2. Casi nunca 3. A veces 4. Casi Siempre 5. Siempre
			Social	<ul style="list-style-type: none"> ¿Si su familia consume un alimento procesado, al margen de si presenta un sello octogonal de advertencia, usted también lo haría? 	

				<ul style="list-style-type: none"> • ¿Si sus amigos consumen un alimento procesado, al margen de si presenta un sello octogonal de advertencia, usted también lo haría? • ¿Usted considera que al igual que la mayoría de sus amigos, que es mejor aquel producto procesado que no tiene sello octogonal de advertencia? 	<p>ESCALA:</p> <p>Tipo Likert</p> <p>VALORES:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Nunca 2. Casi nunca 3. A veces 4. Casi Siempre 5. Siempre
		Personal	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Usted, considera que conocer los tipos de octógonos de advertencia, permite al consumidor tomar una decisión acertada en el proceso de compra? • ¿Usted elegiría un producto procesado con sello octogonal después de leer la etiqueta de advertencia? 		
		Psicológico	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Está dispuesto a considerar el mensaje de advertencia del octógono, para adquirir un producto? • ¿Usted dejaría de consumir un alimento procesado por la cantidad de advertencias de sellos octogonales que posee? • ¿Conocer el marco legal de consumo de alimentos y bebidas procesadas con octógonos de advertencia, le permite una mejor decisión de compra? • ¿Identificar un octógono de advertencia en un producto procesado es importante para su decisión de compra? 		

Anexo 3

Encuesta

Influencia del sello octogonal frontal de los alimentos y bebidas procesadas en la decisión de compra de los consumidores centennials del distrito de Comas, Lima

 vanessa.crangela.05@gmail.com (no compartidos) 
[Cambiar de cuenta](#)

*Obligatorio

Bloque del Perfil del Entrevistado

Género *

Femenino

Masculino

Edad *

20 - 21 años

22 - 23 años

24 - 25 años

26 años

¿Cuál es su estado civil actualmente? *

Soltero(a)

Casado(a)

¿Cuál es el nivel de estudio que se encuentra? *

Educación Secundaria

Estudiante universitario/técnico

Egresado universitario / técnico

Conocimiento y percepción

¿Estás de acuerdo con la implementación del sello octogonal frontal en los alimentos de consumo? *

- Nunca
- Pocas veces
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

¿Considera usted que el color negro, el tamaño y ubicación frontal de los octógonos de advertencias son los indicados? *

- Nunca
- Pocas veces
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

¿Usted se da el tiempo para leer los sellos octogonales frontales en los alimentos? *

- Nunca
- Pocas veces
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

¿A usted le interesa leer el texto que acompaña a los sellos octogonales? *

- Nunca
- Pocas veces
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

¿A usted le interesa leer el texto que acompaña a los sellos octogonales? *

- Nunca
- Pocas veces
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

¿Usted lee el sello octogonal de advertencia en todos los productos sin importar la marca? *

- Nunca
- Pocas veces
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

¿Usted conoce los tipos de texto que acompaña a los sellos octogonales de advertencia? *

- Nunca
- Pocas veces
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

¿Usted entiende el significado de los sellos octogonales? *

- Nunca
- Pocas veces
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

Comportamiento de Compra

¿Considera que la presencia de los sellos octogonales de advertencia contribuye * a la compra de productos más saludable?

- Nunca
- Pocas veces
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

¿Cuándo usted está a punto de comprar un alimento con algún rotulado octogonal frontal, decide no comprarlo para cuidar su salud? *

- Nunca
- Pocas veces
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

¿Usted considera que la existencia de octógonos de advertencia en un producto * es un indicador de su calidad nutricional?

- Nunca
- Pocas veces
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

¿Usted compraría un alimento procesado de mejor calidad para preservación de * su salud?

- Nunca
- Pocas veces
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

¿Si su familia consumen un alimento procesado, al margen de si presenta un sello octogonal de advertencia, usted también lo haría? *

- Nunca
- Pocas veces
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

¿Si sus amigos consumen un alimento procesado, al margen de si presenta un sello octogonal de advertencia, usted también lo haría? *

- Nunca
- Pocas veces
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

¿Usted considera que al igual que la mayoría de sus amigos, es mejor aquel producto procesado que no tiene sello octogonal de advertencia? *

- Nunca
- Pocas veces
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

¿Usted, considera que conocer los tipos de octógonos de advertencia, permite al consumidor tomar una decisión acertada en el proceso de compra? *

- Nunca
- Pocas veces
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

Comportamiento de Compra

¿Usted elegiría un producto procesado con sello octogonal después de leer la etiqueta de advertencia? *

- Nunca
- Pocas veces
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

¿Está dispuesto a considerar el mensaje de advertencia del octógono, para adquirir un producto? *

- Nunca
- Pocas veces
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

¿Usted dejaría de consumir un alimento procesado por la cantidad de advertencias de sellos octogonales que posee? *

- Nunca
- Pocas veces
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

¿Conocer el marco legal de consumo de alimentos y bebidas procesadas con octógonos de advertencia, le permite una mejor decisión de compra? *

- Nunca
- Pocas veces
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

Anexo 4

Validación de Instrumento



MATRIZ PARA LA EVALUACIÓN DE EXPERTO

Título de la Investigación:	influencia del sello octogonal frontal de los alimentos y bebidas procesadas en la decisión de compra de los consumidores centennials del distrito de Comas, Lima.
Línea de Investigación:	Comportamiento del Consumidor
Apellidos y nombres del experto:	Ricardo Efraín Salazar Del Corzo
El Instrumento de medición pertenece a la variable:	Cuestionario

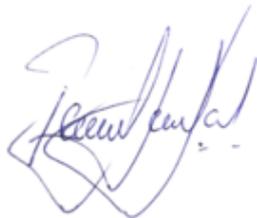
Mediante la matriz de evaluación de expertos, Ud. tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "x" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre la variable en estudio.

N°	PREMISA / PREGUNTA	APRECIACIÓN		OBSERVACIONES
		Si	No	
Conocimiento y percepción de los Sellos Octogonales				
1	¿Estás de acuerdo con la implementación del sello octogonal frontal en los alimentos de consumo?	X		
2	¿Considera usted que el color negro, el tamaño y ubicación frontal de los octógonos de advertencias son los indicados?	X		
3	¿Usted se da el tiempo para leer los sellos octogonales frontales en los alimentos?	X		
4	¿A usted le interesa leer el texto que acompaña a los sellos octogonales?	X		
5	¿Usted lee el sello octogonal de advertencia en todos los productos sin importar la marca?	X		
6	¿Usted conoce los tipos de texto que acompaña a los sellos octogonales de advertencia?	X		
7	¿Usted entiende el significado de los sellos octogonales?	X		
Decisión de Compra de alimentos y bebidas procesadas				
8	¿Considera que la presencia de los sellos octogonales de advertencia contribuye a la compra de productos más saludable?	X		
9	¿Cuándo usted está a punto de comprar un alimento con algún rotulado octogonal frontal, decide no comprarlo para cuidar su salud?	X		
10	¿Usted considera que la existencia de octógonos de advertencia en un producto es un indicador de su calidad nutricional?	X		
11	¿Usted compraría un alimento procesado de mejor calidad para preservación de su salud?	X		
12	¿Si su familia consume un alimento procesado, al margen de si presenta un sello octogonal de advertencia, usted también lo haría?	X		
13	¿Si sus amigos consumen un alimento procesado, al margen de si presenta un sello octogonal de advertencia, usted también lo haría?	X		

14	¿Usted considera que al igual que la mayoría de sus amigos, que es mejor aquel producto procesado que no tiene sello octogonal de advertencia?	X		
15	¿Usted, considera que conocer los tipos de octógonos de advertencia, permite al consumidor tomar una decisión acertada en el proceso de compra?	X		
16	¿Usted elegiría un producto procesado con sello octogonal después de leer la etiqueta de advertencia?	X		
17	¿Está dispuesto a considerar el mensaje de advertencia del octógono, para adquirir un producto?	X		
18	¿Usted dejaría de consumir un alimento procesado por la cantidad de advertencias de sellos octogonales que posee?	X		
19	¿Conocer el marco legal de consumo de alimentos y bebidas procesadas con octógonos de advertencia, le permite una mejor decisión de compra?	X		
20	¿Identificar un octógono de advertencia en un producto procesado es importante para su decisión de compra?	X		

Sugerencia:

Firma del experto



MATRIZ PARA LA EVALUACIÓN DE EXPERTO

Título de la Investigación:	Influencia del sello octogonal frontal de los alimentos y bebidas procesadas en la decisión de compra de los consumidores centennials del distrito de Comas, Lima.
Línea de Investigación:	Comportamiento del Consumidor
Apellidos y nombres del experto:	Moisés Gustavo García Jiménez
El instrumento de medición pertenece a la variable:	Cuestionario

Mediante la matriz de evaluación de expertos, Ud. tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "x" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre la variable en estudio.

N°	PREMISA / PREGUNTA	APRECIACIÓN		OBSERVACIONES
		Si	No	
Conocimiento y percepción de los Sellos Octogonales				
1	¿Estás de acuerdo con la implementación del sello octogonal frontal en los alimentos de consumo?	x		
2	¿Considera usted que el color negro, el tamaño y ubicación frontal de los octógonos de advertencias son los indicados?	x		
3	¿Usted se da el tiempo para leer los sellos octogonales frontales en los alimentos?	x		
4	¿A usted le interesa leer el texto que acompaña a los sellos octogonales?	x		
5	¿Usted lee el sello octogonal de advertencia en todos los productos sin importar la marca?	x		
6	¿Usted conoce los tipos de texto que acompaña a los sellos octogonales de advertencia?	x		
7	¿Usted entiende el significado de los sellos octogonales?	x		
Decisión de Compra de alimentos y bebidas procesadas				
8	¿Considera que la presencia de los sellos octogonales de advertencia contribuye a la compra de productos más saludable?	x		Cambiar dimensión
9	¿Cuándo usted está a punto de comprar un alimento con algún rotulado octogonal frontal, decide no comprarlo para cuidar su salud?	x		Cambiar dimensión
10	¿Usted considera que la existencia de octógonos de advertencia en un producto es un indicador de su calidad nutricional?	x		Cambiar dimensión
11	¿Usted compraría un alimento procesado de mejor calidad para preservación de su salud?	x		Cambiar dimensión
12	¿Si su familia consume un alimento procesado, al margen de si presenta un sello octogonal de advertencia, usted también lo haría?	x		
13	¿Si sus amigos consumen un alimento procesado, al margen de si presenta un sello octogonal de advertencia, usted también lo haría?	x		

14	¿Usted considera que al igual que la mayoría de sus amigos, que es mejor aquel producto procesado que no tiene sello octogonal de advertencia?	x		
15	¿Usted, considera que conocer los tipos de octógonos de advertencia, permite al consumidor tomar una decisión acertada en el proceso de compra?	x		
16	¿Usted elegiría un producto procesado con sello octogonal después de leer la etiqueta de advertencia?	x		
17	¿Está dispuesto a considerar el mensaje de advertencia del octógono, para adquirir un producto?	x		
18	¿Usted dejaría de consumir un alimento procesado por la cantidad de advertencias de sellos octogonales que posee?	x		
19	¿Conocer el marco legal de consumo de alimentos y bebidas procesadas con octógonos de advertencia, le permite una mejor decisión de compra?	x		
20	¿Identificar un octógono de advertencia en un producto procesado es importante para su decisión de compra?	x		

Sugerencia:

En la matriz de operacionalización, en mi opinión, se debería cambiar la dimensión de cultura a aprendizaje, ya que las preguntas están más enfocadas a la experiencia del consumidor.

Firma del experto

MATRIZ PARA LA EVALUACIÓN DE EXPERTO

Título de la investigación:	Influencia del sello octogonal frontal de los alimentos y bebidas procesadas en la decisión de compra de los consumidores centennials del distrito de Comas, Lima.
Línea de investigación:	Comportamiento del Consumidor
Apellidos y nombres del experto:	Alvarez Zapata Carlos Jesús
El instrumento de medición pertenece a la variable:	Cuestionario

Mediante la matriz de evaluación de expertos, Ud. tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "x" en las columnas de SÍ o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre la variable en estudio.

N°	PREMISA / PREGUNTA	APRECIACIÓN		OBSERVACIONES
		Si	No	
Conocimiento y percepción de los Sellos Octogonales				
1	¿Estás de acuerdo con la implementación del sello octogonal frontal en los alimentos de consumo?	x		
2	¿Considera usted que el color negro, el tamaño y ubicación frontal de los octógonos de advertencias son los indicados?	x		
3	¿Usted se da el tiempo para leer los sellos octogonales frontales en los alimentos?	x		
4	¿A usted le interesa leer el texto que acompaña a los sellos octogonales?	x		La pregunta debe estar más orientadas al indicador interpretación
5	¿Usted lee el sello octogonal de advertencia en todos los productos sin importar la marca?	x		La pregunta debe estar más orientadas al indicador interpretación
6	¿Usted conoce los tipos de texto que acompaña a los sellos octogonales de advertencia?	x		
7	¿Usted entiende el significado de los sellos octogonales?	x		
Decisión de Compra de alimentos y bebidas procesadas				
8	¿Considera que la presencia de los sellos octogonales de advertencia contribuye a la compra de productos más saludable?	x		
9	¿Cuándo usted está a punto de comprar un alimento con algún rotulado octogonal frontal, decide no comprarlo para cuidar su salud?	x		
10	¿Usted considera que la existencia de octógonos de advertencia en un producto es un indicador de su calidad nutricional?	x		
11	¿Usted compraría un alimento procesado de mejor calidad para preservación de su salud?	x		
12	¿Si su familia consume un alimento procesado, al margen de si presenta un sello octogonal de advertencia, usted también lo haría?	x		

13	¿Si sus amigos consumen un alimento procesado, al margen de si presenta un sello octogonal de advertencia, usted también lo haría?	x		
14	¿Usted considera que al igual que la mayoría de sus amigos, es mejor aquel producto procesado que no tiene sello octogonal de advertencia?	x		
15	¿Usted, considera que conocer los tipos de octógonos de advertencia, permite al consumidor tomar una decisión acertada en el proceso de compra?	x		
16	¿Usted elegiría un producto procesado con sello octogonal después de leer la etiqueta de advertencia?	x		
17	¿Está dispuesto a considerar el mensaje de advertencia del octógono, para adquirir un producto?	x		
18	¿Usted dejaría de consumir un alimento procesado por la cantidad de advertencias de sellos octogonales que posee?	x		
19	¿Conocer el marco legal de consumo de alimentos y bebidas procesadas con octógonos de advertencia, le permite una mejor decisión de compra?	x		
20	¿Identificar un octógono de advertencia en un producto procesado es importante para su decisión de compra?	x		

Sugerencia: La pregunta 4 y 5 debe alinearse con el indicador que según matriz es interpretación

Firma del experto



Mag. Carlos Jesús Álvarez Zapata

Anexo 5

Tabla 6

Niveles de distribución de la variable decisión de compra y sus dimensiones

	Baja		Media		Alta		Total	
	n	%	n	%	N	%	n	%
Decisión de compra	1	0,3	102	26,6	281	73,2	384	100,0
Factor de aprendizaje	4	1,0	86	22,4	294	76,6	384	100,0
Factor social	6	1,6	111	28,9	267	69,5	384	100,0
Factor personal	7	1,8	138	35,9	239	62,2	384	100,0
Factor psicológico	4	1,0	109	28,4	271	70,6	384	100,0

Fuente: Elaboración propia

Se puede apreciar en la tabla 6, que del total de consumidores centennials del distrito de Comas encuestados, el 73,2% de ellos perciben un nivel de influencia alta en la decisión de compra con la implementación de los sellos octogonales en los alimentos y bebidas procesadas, el 26,6% perciben un nivel medio y solo un 0,3% de ellos lo perciben con un nivel bajo.

Por otro lado, en relación al factor de aprendizaje, los consumidores centennials del distrito de Comas que fueron encuestados, el 76,6% de ellos perciben un nivel de influencia alta en la decisión de compra con la implementación de los sellos octogonales en los alimentos y bebidas procesadas, el 22,4% perciben un nivel medio y solo un 1,0% de ellos lo perciben con un nivel bajo.

Con relación al factor social, los consumidores centennials del distrito de Comas que fueron encuestados, el 69,5% de ellos perciben un nivel de influencia alta en la decisión de compra con la implementación de los sellos octogonales en los alimentos y bebidas procesadas, el 28,9% perciben un nivel medio y solo un 1,6% de ellos lo perciben con un nivel bajo.

Sobre el factor personal, los consumidores centennials del distrito de Comas que fueron encuestados, el 62,2% de ellos perciben un nivel de influencia alta en la decisión de compra con la implementación de los sellos octogonales en los alimentos y bebidas procesadas, el 35,9% perciben un nivel medio y solo un 1,8% de ellos lo perciben con un nivel bajo.

Finalmente, sobre el factor psicológico, los consumidores centennials del distrito de Comas que fueron encuestados, el 70,6% de ellos perciben un nivel de influencia alta en la decisión de compra con la implementación de los sellos octogonales en los alimentos y bebidas procesadas, el 28,4% perciben un nivel medio y solo un 1,0% de ellos lo perciben con un nivel bajo.