



FACULTAD DE MEDICINA “HIPÓLITO UNANUE”

PERCEPCIÓN Y DECISIÓN DE COMPRA DE ALIMENTOS CON ADVERTENCIAS
NUTRICIONALES EN PADRES DE FAMILIA DE UNA INSTITUCIÓN EDUCATIVA
PÚBLICA DURANTE LA PANDEMIA POR COVID - 19, 2022

Línea de investigación:

Salud Pública

Tesis para optar el título profesional de Licenciado en Nutrición

Autor:

Aliaga Sandoval, Christian Santiago

Asesora:

Flores Paucar, Magaly Luisa

ORCID: 0000-0002-6869-7217

Jurado:

Yarleque Chocas, Mirtha Marieta

López Gabriel, Julia Isabel

D' Arrigo Huapaya, Guadalupe Rosa

Lima - Perú

2022

Referencia:

Aliaga,C. (2022). *Percepción y decisión de compra de alimentos con advertencias nutricionales en padres de familia de una institución educativa publica durante la pandemia por covid -19, 2022* [Tesis de pregrado, Universidad Nacional Federico Villarreal]. Repositorio Institucional UNFV. <https://repositorio.unfv.edu.pe/handle/20.500.13084/6403>



Reconocimiento - No comercial - Sin obra derivada (CC BY-NC-ND)

El autor sólo permite que se pueda descargar esta obra y compartirla con otras personas, siempre que se reconozca su autoría, pero no se puede generar obras derivadas ni se puede utilizar comercialmente.

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



FACULTAD DE MEDICINA “HIPÓLITO UNANUE”

**PERCEPCIÓN Y DECISIÓN DE COMPRA DE ALIMENTOS CON
ADVERTENCIAS NUTRICIONALES EN PADRES DE FAMILIA DE UNA
INSTITUCIÓN EDUCATIVA PÚBLICA DURANTE LA PANDEMIA POR COVID -
19, 2022**

Línea de investigación:

Salud pública

Tesis para optar el Título Profesional de Licenciado en Nutrición

Autor

Aliaga Sandoval, Christian Santiago

Asesora

Dra. Magaly Luisa Flores Paucar
ORCID: 0000-0002-6869-7217

Jurado

Yarleque Chocas Mirtha Marieta
López Gabriel Julia Isabel
D' Arrigo Huapaya Guadalupe Rosa

Lima – Perú

2022

Dedicatoria

Dedico este trabajo hecho con mucho esfuerzo y dedicación a mi mamá, Carmen Sandoval, por todo el amor brindado, por todo su esfuerzo, por su valentía y su apoyo incondicional durante todo este camino que elegí para convertirme en un profesional, sin ella muy difícilmente hubiera conseguido llegar hasta este momento. Me encuentro muy agradecido con Dios y me siento muy afortunado ya que estoy seguro de que no me pudo haber tocado una mejor mamá.

ÍNDICE

I. INTRODUCCIÓN	6
1.1 Descripción y formulación del problema	7
1.2 Antecedentes	9
1.3 Objetivos	14
- Objetivo General	14
-Objetivos Específicos	14
1.4 Justificación	14
1.5 Hipótesis	15
II. MARCO TEÓRICO	16
2.1 Bases teóricas sobre el tema de investigación	16
III. MÉTODO	20
3.1 Tipo de investigación	20
3.2 Ámbito temporal y espacial	20
3.3 Variables	20
3.4 Población y muestra	21
3.5 Instrumentos	22
3.6 Procedimientos	24
3.7 Análisis de datos	25
3.8 Consideraciones éticas	25
IV. RESULTADOS	26
V. DISCUSIÓN DE RESULTADOS	44

	3
VI. CONCLUSIONES	47
VII. RECOMENDACIONES	48
VIII. REFERENCIAS	49
IX. ANEXOS	54

Resumen

Objetivo: Determinar la relación entre la percepción y la decisión de compra de alimentos con advertencias nutricionales de los padres de familia de una institución educativa pública durante la pandemia por COVID -19, 2022. **Método:** Estudio cuantitativo, de diseño no experimental de tipo correlacional causal realizado a 134 padres de familia de una institución educativa pública de Lima. Para la recolección de datos se creó una encuesta y se aplicó de manera virtual, el instrumento fue validado previamente mediante juicio de expertos para su aplicación. **Resultados:** Del total de participantes, la mayoría (90.3 %) eran mujeres. Con respecto a la percepción sobre las advertencias nutricionales, el 79% presentó una percepción positiva y el 21% una percepción negativa. Con respecto a la decisión de compra de alimentos con advertencias nutricionales, el 67% mostro una decisión de compra saludable y el 33% una decisión de compra no saludable. Además, los que presentan tanto una percepción positiva como una decisión de compra saludable fue un 60, 4%. **Conclusiones:** Los resultados muestran que existe una relación significativa ($p < 0.05$) entre percepción y la decisión de compra de alimentos con advertencias nutricionales en los padres de familia de la I.E. 1015 República de Italia del Cercado de Lima.

Palabras clave: advertencias nutricionales, percepción, decisión de compra, padres de familia.

Abstract

Objective: Determine the relationship between the perception and the decision to purchase food with nutritional warnings of parents of a public educational institution during the COVID-19 pandemic, 2022. **Method:** Quantitative study, non-experimental design of causal correlational study carried out on 134 parents of a public educational institution in Lima. For data collection, a survey was created and applied virtually, the instrument was previously validated by expert judgment for its application. **Results:** Of the total number of participants, the majority (90.3%) were women. Regarding the perception of nutritional warnings, 79% presented a positive perception and 21% a negative perception. Regarding the decision to purchase food with nutritional warnings, 67% showed a healthy purchase decision and 33% an unhealthy purchase decision. In addition, those who present both a positive perception and a healthy purchase decision was 60.4%. **Conclusions:** The results show that there is a significant relationship ($p < 0.05$) between perception and the decision to purchase food with nutritional warnings in the parents of the I.E. 1015 República de Italia of Cercado de Lima.

Key words: nutritional warnings, perception, purchase decision, parents.

I. INTRODUCCIÓN

A mediados del año 2017, en el Perú, se aprobó el reglamento de la Ley de alimentación saludable N° 30021, de las distintas acciones a favor de la salud pública que podemos encontrar en esta ley, se incluye la normativa para la implementación del etiquetado de advertencias o también llamados octógonos de advertencia, una herramienta que sirve de apoyo para que el consumidor pueda entender y ser consciente del producto que está a punto de comprar y así poder tomar una decisión más informada. Este modelo de etiquetado comenzó a utilizarse por primera vez en el mundo a principios del año 2016 en Chile, quien fue pionero en el desarrollo de este etiquetado, y es que Chile en ese entonces era el país que lideraba las tasas de prevalencia de sobrepeso y obesidad junto con México y Bahamas con 63%, 64% y 69%, respectivamente (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura [FAO], 2017).

Una de las causas de la malnutrición por exceso (sobrepeso y obesidad) es el consumo excesivo de aquellos alimentos que contienen nutrientes críticos para la salud, así también puede ser un factor causal para el desarrollo de otras enfermedades crónicas no transmisibles (ECNT) como la diabetes mellitus, la hipertensión, riesgo cardiovascular, etc. (Organización Panamericana de la Salud [OPS], 2020) Distintas organizaciones como la OMS y la FAO vienen advirtiendo de esta “silenciosa pandemia” (sobrepeso y obesidad) que ha ido aumentando su prevalencia lentamente en estos últimos años y que deja a las personas con un estado de salud muy deficiente.

Por la importancia de prevenir estas enfermedades a largo plazo, promover la alimentación saludable y proteger la alimentación de las personas, hoy encontramos instaurado los octógonos de advertencia en los alimentos que lo ameritan; sin embargo, aún se necesitan más estudios que evalúen el impacto de este etiquetado frontal en la población peruana, es así que esta investigación busca determinar la percepción y decisión de compra

en los padres de familia sobre los alimentos que contengan éstas advertencias nutricionales, de tal forma que sirva como punto de partida para el desarrollo de investigaciones más profundas; que conlleve a la creación de otras estrategias nutricionales complementarias con el fin de reforzar las normas planteadas en la Ley 30021.

1.1 Descripción y formulación del problema

Poco a poco se ha ido desplazando los alimentos naturales por la comida procesada y ultra procesada, esta transición alimentaria es la que genera efectos preocupantes para la salud de la población.

Según el informe “Alimentos y bebidas ultra procesados en América Latina: tendencias, efecto sobre la obesidad e implicaciones para las políticas públicas”, durante los años 2000 a 2013 las adquisiciones por persona de estos productos aumentaron en América Latina. Este incremento en el consumo está muy relacionado al aumento del peso corporal, pues señala que estos alimentos impulsan el crecimiento de las tasas de incidencia de sobrepeso y obesidad. La compra por persona de productos ultra procesados creció más rápido en Uruguay (146%), Bolivia (130%) y Perú (107%). Gran porcentaje de este incremento fue en la demanda de bebidas azucaradas. (OPS, 2015) Hoy en día, encontramos estos alimentos procesados en cualquier lugar al que vayamos, su accesibilidad ha crecido en los últimos años, su traslado es mucho más sencillo a diferencia de otros alimentos y, al igual que su caducidad, es mucho más prolongada. Para Clemente (2007) el proceso de decisión de compra es muy rápido, solo toma unos cuantos segundos en un local que abastece alimentos. Es por esta razón que los sistemas de etiquetado frontal son importantes, debido a que captan rápidamente la atención de los consumidores y facilitan la comprensión de la información (Cabrera et al., 2017). A diferencia de otros sistemas de etiquetado, como los semáforos, los sistemas de advertencia nutricional se ubican y se leen con mayor rapidez y facilitan al cliente

la comprensión acerca del contenido en exceso de ciertos nutrientes (Arrúa et al., 2017). Ya se ha demostrado que las advertencias nutricionales reducen claramente la intención de compra de alimentos que presentan nutrientes críticos en cantidades excesivas y fomenta la decisión de optar por productos más saludables (Khandpur et al., 2018). En una investigación reciente publicada en el año 2021 se menciona que gran parte de los participantes percibe que el octógono del paquete influye en la elección de alimentos (Casas-Caruajulca et al., 2021). Estos resultados coinciden con Colet y Polío (2014) ya que ellos indican que la percepción es uno de los factores psicológicos que influyen al momento de tomar decisiones de compra.

Durante el año 2020, a nivel nacional, el 10% de los niños menores de cinco años presentaba exceso de peso; 2 puntos porcentuales por encima del porcentaje registrado el año 2019. En las personas de 15 a más años, 4 de cada 10 personas (39,9%) presentaba al menos una comorbilidad o factores de riesgo para su salud, es decir, obesidad, diabetes mellitus o hipertensión arterial, el 24,6% de la población en este rango de edad tiene obesidad, 3.6 puntos porcentuales más en comparación al año 2017. Cifras parecidas se registran con respecto a la hipertensión, 21,7% en esta población. Para finalizar el 4,5% tiene diabetes mellitus, diagnosticada por un profesional de la salud (Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI], 2020).

Estos datos motivaron el desarrollo de esta investigación, el poder saber si la estrategia planteada por el Minsa, los octógonos de advertencia, tienen impacto en la población. En esta oportunidad conoceremos las percepciones y decisión de compra de alimentos de los padres de familia, quienes son los que toman la decisión al momento de adquirir los alimentos para el hogar.

1.1.1 Problema general

¿Cuál es la relación entre la percepción y la decisión de compra de alimentos con advertencias nutricionales en padres de familia de una institución educativa pública, durante la pandemia por COVID -19, 2022?

1.1.2 Problemas específicos

¿Cuál es la percepción de los padres de familia sobre los alimentos con advertencias nutricionales de una institución educativa pública durante la pandemia por COVID -19, 2022?

¿Cuál es la decisión de compra de alimentos con advertencias nutricionales de los padres de familia de una institución educativa pública durante la pandemia por COVID -19, 2022?

1.2 Antecedentes

1.2.1 Internacionales

Hernández-Rocha et al. (2022) en su estudio descriptivo correlacional evaluaron la percepción y comprensión del nuevo etiquetado de advertencia nutricional mexicano en una población de 713 adultos mediante una encuesta digital. Se observó que la incorporación de ese etiquetado incrementó la elección de compra de productos más saludables. Por otro lado, solo un pequeño porcentaje (13,32%) de los participantes logró distinguir adecuadamente los nutrientes críticos en alimentos que presentaban este etiquetado. Como conclusión este estudio indica que se podría cambiar la inclinación por parte de las personas hacia productos menos dañinos; sin embargo, la comprensión nutricional es aún poco eficiente, evidenciando la precaria capacidad de los participantes para reconocer los nutrientes críticos en exceso en un producto con octógonos, por ese motivo este etiquetado puede ser insuficiente para tomar una decisión de compra informada.

Scarpelli-Dourado et al. (2021) estudiaron el impacto de los mensajes frontales de advertencia (MFA) en el patrón de compra de alimentos de las familias chilenas. Los resultados fueron los siguientes: la madre de familia es la principal responsable de las compras de alimentos en su hogar (62,0%). Asimismo, el MFA considerado como el más importante por los encuestados fue “Alto en azúcares” (18,0%). También casi la mitad de los participantes (49,5%) dejó de adquirir alimentos debido a la presencia de MFA. Además, se observó que existe menos probabilidad de cambiar el patrón de compra de alimentos en las familias que no consideraban importante los MFA, en los que no entendían los MFA y en los que no tenían la costumbre de leer el etiquetado antes de la ley de implementación. Se concluyó que los factores relacionados a la compra de alimentos con MFA tienen que ver con la importancia que les dan, su entendimiento, los hábitos de leer el etiquetado y la solicitud de alimentos por los hijos al momento de la compra.

Alaniz y Castillo (2020) en su investigación realizada en adultos responsables de escolares de las comunas de La Serena y Coquimbo - Chile, evaluaron el reconocimiento, juicio de valor y uso del etiquetado frontal por parte de personas responsables de escolares de dichas comunidades. Los resultados indicaron que el 86,2% valoró como no saludable un alimento si es que contaba con algún octógono en su etiqueta y el 68,1% como alimento saludable en su ausencia. Además, el 97,4% eligió los alimentos con menor cantidad de sellos, una gran mayoría (91,3%) indicó que redujo la cantidad de alimentos comprados que tenían estos sellos con relación al periodo anterior a la vigencia de la Ley. De este estudio se concluye que los sellos son conocidos, entendidos y sobre todo considerados al momento de seleccionar los alimentos.

Aguad et al. (2020) analizaron el impacto de la implementación del sistema de etiquetado nutricional de los alimentos procesados en el comportamiento de 400

consumidores de la IV región de Chile. Este estudio descriptivo muestra que a pesar de la implementación el patrón de consumo de alimentos o hábitos alimentario no está cambiando; en otras palabras, el etiquetado nutricional tiene poca influencia en la decisión de compra de los consumidores.

Cornejo (2017) en su investigación buscó determinar el impacto de la ley en un grupo de jóvenes chilenos. Se determinó que existe una relación inversa entre la cantidad de sellos y la intención de compra, a mayor cantidad de sellos de advertencia la intención de compra disminuye. Con respecto a la percepción sobre los alimentos con sellos, si un alimento presenta más sellos los jóvenes lo perciben como un alimento menos saludable. A partir de los resultados expuestos se puede llegar a la conclusión que la cantidad de sellos afecta la decisión de compra de los consumidores.

1.2.2 Nacionales

Casas-Caruajulca et al. (2021) desarrollaron una investigación sobre la percepción del etiquetado frontal de alimentos, la adquisición y el consumo de alimentos ultra procesados en personas de 18 a 59 años de edad en todo el Perú durante la cuarentena por COVID-19. En este estudio transversal que usó una encuesta en línea como instrumento, se encontró que un 77,9% y un 68,7% de participantes mostró una percepción positiva acerca de la implementación de los octógonos de advertencia y el diseño de la etiqueta, respectivamente. Por otra parte, el 63,3% estuvo de acuerdo o totalmente de acuerdo en que los octógonos influyen en la compra de alimentos y con respecto a la lectura del etiquetado frontal las mujeres fueron las que más lo leyeron en comparación con los hombres (31,5% vs 23,3%). De este estudio se pudo concluir que los participantes presentaron una percepción positiva acerca de la implementación de los octógonos nutricionales; sin embargo, tanto la compra como el consumo de alimentos ultra procesados aumentaron.

Quispe (2021) analizó las percepciones sobre el etiquetado octogonal de madres de escolares del nivel primaria que acuden a un centro de salud en la ciudad de Lima y encontró que aproximadamente el 50% de las madres tiene una percepción nula acerca de los octógonos; así mismo, al momento de elegir el producto a comprar gran parte no le presta atención a los octógonos pues más atención reciben los mensajes nutricionales relacionados con vitaminas y minerales que aparecen en el empaque. También, la mayoría no percibe de forma negativa el consumo de aquellos productos que presentan octógonos en su etiqueta frontal; y en cuanto a si el octágono facilita o no la decisión de compra, indican que eso dependerá si el cliente lo revisa y de su decisión final. Como conclusión, la mayor parte de las madres percibieron de manera positiva a los alimentos con etiquetado frontal octogonal “Alto en azúcar” y “Alto en grasas saturadas”, sin embargo, no tuvieron la misma percepción con los etiquetados de “Alto en Sodio” y “Contiene grasas trans” porque no los entendían.

Flores y Quispe (2021) realizaron un estudio en Puno para determinar la relación entre la lectura de los octógonos nutricionales y hábitos de alimentación saludable en consumidores de alimentos envasados. La mitad de los encuestados (50,2%) indicaron que los octógonos influyen en su decisión de compra mientras que la otra mitad (49,8%) señalaron lo contrario. Asimismo, una gran mayoría (86,7%) percibe que los octógonos sí ayudarían a mejorar su alimentación. Se concluye que una gran parte de los consumidores leen los octógonos al momento de adquirir un alimento, pero no perciben la lectura del etiquetado como una habito saludable.

Carrasco (2021) desarrolló un estudio para determinar la relación entre los octógonos y la decisión de compra de alimentos en los estudiantes de una universidad de Amazonas. Los resultados que se obtuvieron de la investigación fueron los siguientes: el 53% de los participantes siempre o casi siempre señala que las características del octógono (color,

tamaño y ubicación) le ayuda a tomar buenas decisiones de compra, también se encontró que el 39% de estudiantes del grupo de ciencias de la salud al momento de realizar una compra tuvieron en cuenta la cantidad de octógonos nutricionales en los productos, mientras que en las otras carreras solo el 36%. Para cuidar su estética corporal los estudiantes a veces optan por dejar de comprar estos alimentos y el 37% siempre o casi siempre deja de adquirirlos para cuidar su salud. Existe una correlación moderada entre los octógonos y la decisión de compra, con un coeficiente de Rho de Spearman de 0,417.

Mejía et al. (2019) en su estudio transversal analítico titulado “Factores que influyen en el uso del octógono como marcador de información nutricional en los consumidores en la población peruana” obtuvo los siguientes resultados: del total de encuestados, alrededor de la mitad (48%) estuvo totalmente de acuerdo con que el octógono influye en su elección de compra. Estas advertencias nutricionales influyen menos en los hombres ($p=0,005$), pero en mayor cantidad en los jóvenes ($p<0,001$) y las personas hipertensas ($p<0,001$). Además, las mujeres ($p<0,001$), los mayores de edad ($p=0,006$), los que consumen comida más salada ($p=0,026$), dulce ($p=0,002$) o los hipertensos ($p<0,001$) leen más los octógonos. Por otro lado, los que no estuvieron de acuerdo con el empleo de octógonos fueron los hombres ($p<0,001$), los hipertensos ($p<0,001$) y los dislipidémicos ($p<0,001$). Se concluye que la mitad de los participantes están de acuerdo con la aplicación de octógonos.

1.3 Objetivos

- Objetivo General

Determinar la relación entre la percepción y la decisión de compra de alimentos con advertencias nutricionales de los padres de familia de una institución educativa pública durante la pandemia por COVID -19, 2022.

-Objetivos Específicos

Identificar la percepción de los padres de familia sobre los alimentos con advertencias nutricionales de una institución educativa pública durante la pandemia por COVID -19, 2022.

Conocer la decisión de compra de alimentos con advertencias nutricionales de los padres de familia de una institución educativa pública durante la pandemia por COVID -19, 2022.

1.4 Justificación

A nivel teórico, la investigación brinda información acerca de la percepción y la decisión de compra de alimentos con advertencias nutricionales durante la pandemia por COVID-19. Los resultados del estudio ponen en evidencia la relación entre estas dos variables, también podrán ser utilizados como referencia para realizar estudios a gran escala a favor de la salud pública. En el ámbito práctico, los resultados de este estudio nos permitirán conocer la percepción de los padres de familia y como está influye al tomar una decisión de compra, estos datos nos sirven para diseñar estrategias complementarias a las comprendidas en la Ley de alimentación saludable interviniendo en aquellos puntos que faltan reforzar. A nivel metodológico, se llevó a cabo un estudio descriptivo correlacional de diseño transversal en un distrito de la ciudad de Lima. Para la recolección de datos se elaboró un cuestionario el

cual fue validado mediante juicio de expertos para su ejecución, este instrumento también podrá ser utilizado para posteriores investigaciones que busquen obtener información acerca de las variables estudiadas. En la justificación económico social, el estudio contribuye a mejorar las prácticas y hábitos alimentarios de los padres de familia de los menores de nivel primaria de la institución educativa previniendo a futuro la aparición de enfermedades crónicas no transmisibles en esta población y de esa manera disminuyendo los gastos en salud por estas enfermedades.

1.5 Hipótesis

1.5.1 Hipótesis Nula (H₀)

La percepción no tiene relación con la decisión de compra de alimentos con advertencias nutricionales en los padres de familia de una institución educativa pública durante la pandemia por COVID - 19, 2022.

1.5.2 Hipótesis Alterna (H_a)

La percepción si tiene relación con la decisión de compra de alimentos con advertencias nutricionales en los padres de familia de una institución educativa pública durante la pandemia por COVID - 19, 2022.

II. MARCO TEÓRICO

2.1 Bases teóricas sobre el tema de investigación

2.1.1 Percepción

Existen varios conceptos sobre la percepción, pero en base a la teoría de Gestalt, la percepción es un proceso mental primordial y ordenado que se encarga de extraer y seleccionar solo la información relevante para luego generar una representación mental para así darle paso a otras actividades psicológicas como el aprendizaje, la memoria, el pensamiento, entre otros. (Oviedo, 2004)

2.1.1.1. Las leyes de la percepción. Dentro de las leyes de la percepción podemos encontrar seis leyes las cuales son las siguientes: a) Concepto de forma: en la relación entre el sujeto y el objeto, el primero extrae la información sobre la estructura del objeto para poder diferenciarlo de otros objetos. El contorno o borde es lo que representa al objeto, es una característica única del objeto que permite identificarlo, tener una clara idea de él y hacerlo inconfundible; b) Pregnancia: la cual es una característica de las formas visuales en las que el observador tiende a captar la información de la forma más simple posible; c) Proximidad: en la ley de proximidad el sujeto tiende a relacionar elementos próximos y percibe como ajenos a los elementos que se encuentran alejados; d) Semejanza o igualdad: esta ley expresa que nuestra mente presta mayor atención y capta con mayor intención aquella información homogénea que tiende a repetirse por encima de aquella que es menos frecuente; e) Tendencia al cierre: nuestra mente agrega elementos faltantes para completar una figura, un conjunto de líneas puntiagudas no es percibido de esa manera si es que estos conforman una unidad integrada como la silueta de una imagen conocida; y por ultimo: f) Relación figura – fondo: se llama “fondo” al elemento homogéneo que muestra información constante que no varía. Por otro lado, se denomina “figura” a todo componente que ofrece el contraste que

hace posible la caracterización del fondo, ambos se complementan y también pueden intercambiar roles. (Oviedo, 2004)

2.1.2 Decisión de compra de alimentos

La resolución de cualquier cosa que se encuentra en duda lleva la definición de decisión según la RAE (2022).

2.1.2.1. Fases del proceso de decisión de compra. Según Kotler y Armstrong (2008), el proceso de decisión de compra abarca cinco etapas. La primera etapa es el “reconocimiento de la necesidad” en la cual el individuo identifica su necesidad y esto le plantea un problema. Reconoce su presente estado de insatisfacción y lo compara con el estado que desea conseguir. Le sigue la “búsqueda de información”, aquí el cliente suele buscar información y puede hacerlo de dos distintas maneras: la primera es de forma pasiva, se limita solamente a recepcionar lo que escucha o ve en un anuncio publicitario; la segunda de forma activa intentando descubrir información a través de sus amigos, profesionales o familiares. Al realizar esta búsqueda, el consumidor conoce el producto, las diferentes marcas, sus características, los diversos precios, etc. En la mitad del proceso encontramos la “evaluación de alternativas”, a partir de la información recolectada, el consumidor hace una evaluación de los beneficios de cada marca, valorizando las características por las cuales está más interesado. Luego continua la “decisión de compra”, en esta fase se realiza la compra, se decide la marca, la cantidad que se desea adquirir y dónde, cuándo y cómo se efectúa el pago. Y por último tenemos el “comportamiento poscompra”, esta etapa depende de la satisfacción o insatisfacción que le produzca el producto; es decir si la compra llegó a cumplir con el objetivo. Si el producto cumple con sus expectativas, volverá a comprarlo con total seguridad; si no las cumple, no lo comprará más e incluso puede que no lo recomiende a otras personas.

Cabe recalcar que no siempre un consumidor pasa por las cinco etapas ya descritas; por ejemplo, un comprador compulsivo puede pasar de frente a la cuarta etapa saltando las que la preceden. (Kotler y Armstrong, 2008)

2.1.2.2. Factores que influyen en el proceso de decisión de compra del consumidor final. La compra no es un acto aislado, es un proceso que cuenta con fases y puede ser influenciado por muchos factores. (Colet y Polío, 2014)

A. Factores internos. Llamados también determinantes internos porque son manifestados por el propio consumidor, de su idiosincrasia, su manera de ser. En este grupo tenemos la percepción, el aprendizaje, las convicciones, las actitudes, la motivación, la personalidad y la memoria. (Colet y Polío, 2014)

B. Factores externos. Son muchos de los factores externos que participan en este proceso, algunos de ellos son: familia, clase social, cultura, estatus, circunstancias económicas, ocupación, nivel de satisfacción y opulencia del consumidor, valor añadido de los productos, etc. (Colet y Polío, 2014)

2.1.3 Advertencias nutricionales

Las advertencias nutricionales brindan información al consumidor a través de sellos en la etiqueta frontal del alimento. Estos sellos presentan una forma octogonal y un contraste de colores blanco y negro que ayudan en la identificación rápida y fácil de productos que presentan excesivas cantidades de nutrientes críticos. Son de uso obligatorio en varios países de Latinoamérica como Chile, Perú y Uruguay; mientras en otros países se está planteando su implementación. Las advertencias publicitarias forman parte de un sistema de etiquetado el cual contribuye a efectuar las recomendaciones de la Organización Mundial de la Salud, aparte protegerá a los consumidores contra distintos factores de riesgo de mortalidad como lo son la hipertensión, la hiperglucemia y el sobrepeso u obesidad, que deterioran a largo plazo

la salud. (OPS, 2020). En el Perú las advertencias nutricionales forman parte de un conjunto de políticas que se complementan entre sí en la Ley N° 30021. Dentro de la variedad de sellos que existen, a nivel nacional podemos encontrar los sellos de “Alto en azúcar”, “Alto en sodio”, “Alto en grasas saturadas” y “Contiene grasas trans” en los productos alimenticios. (República del Perú, 2018)

2.1.3.1 Implementación de los octógonos de advertencia en el Perú. Durante el gobierno del ex presidente Ollanta Humala, exactamente en el mes de mayo del año 2013, surge la Ley 30021, La Ley de Promoción para la Alimentación Saludable para niños, niñas y adolescentes, una ley que como su nombre lo dice buscaba promover la alimentación saludable y la vida sana a través de la educación, una de las estrategias incorporadas eran los octógonos de advertencia, es así que por los beneficios que iba generar esta ley se buscaba su aprobación de manera unánime; sin embargo la ley solamente fue archivada. (Congreso de la República, 2013)

Luego de 4 largos años en el gobierno del expresidente Pedro Pablo Kuczynski se publicó en reglamento de la Ley 30021 y el Manual de advertencias publicitarias, este manual indicaba que, si un producto excede los niveles permitidos de azúcar, sodio, grasas saturadas y/o grasas trans debía llevar los octógonos de advertencia y no solo tendrían que aparecer en los productos si no también en la publicidad de estos. Este manual del Minsa se inspiró en el modelo de etiquetado utilizado por el Ministerio de salud (Minsal) chileno, la OMS lo recomienda y lo declara un sistema sencillo y claro de entender para el consumidor. (República del Perú, 2018). Hubo muchas complicaciones e intentaron cambiar los octógonos de advertencia por el etiquetado semáforo, que es claramente difícil de entender, sin embargo, se mantuvieron estos sellos y el manual de la ley saludable entró en vigencia finalmente el 17 de junio del 2019.

III. MÉTODO

3.1 Tipo de investigación

Se llevó a cabo un estudio de enfoque cuantitativo, de diseño no experimental de tipo correlacional causal ya que relaciona dos variables, no experimental porque el investigador no tiene el control de la variable independiente, de diseño transversal ya que la muestra fue evaluada una sola vez y prospectiva porque los datos fueron recogidos por el investigador. (Hernández-Sampieri et al., 2014)

3.2 Ámbito temporal y espacial

El presente estudio se desarrolló durante los meses de julio y setiembre del presente año 2022; con respecto al ámbito espacial, fue desarrollado en la I.E. 1015 República de Italia, ubicada en el distrito de Cercado de Lima en el departamento de Lima, Perú.

3.3 Variables

El presente estudio presenta las siguientes variables:

3.3.1 *Variable independiente*

Percepción sobre los alimentos con advertencias nutricionales

Naturaleza: Cualitativa

Escala: Nominal

Definición conceptual: Es la primera impresión de una cosa a través de las impresiones que comunican los sentidos.

Definición operacional: Es la percepción de los padres de familia acerca de los alimentos con advertencias nutricionales.

3.3.2 *Variables dependientes*

Decisión de compra de alimentos con advertencias nutricionales

Naturaleza: Cualitativa

Escala: Nominal

Definición conceptual: Es la determinación definitiva que se toma para adquirir un alimento.

Definición operacional: Es la decisión de los padres de familia al momento de comprar alimentos con advertencias nutricionales.

3.4 Población y muestra

3.4.1 Población

La población estuvo conformada por 206 padres de familia de los escolares de la I.E. 1015 República de Italia.

Criterios de inclusión

Padres de familia de ambos sexos mayores de 18 años de edad.

Padres de familia de los escolares que estén estudiando en la I.E. 1015 República de Italia.

Criterios de exclusión

Padres de familia que no manejan la plataforma de Google Forms.

Padres de familia que se nieguen a participar del estudio.

3.4.2 Muestra

Se calculó aplicando la ecuación para la estimación de una proporción en una población finita.

$$n = \frac{N(p)(q)Z^2}{(N - 1)e^2 + Z^2(p)(q)}$$

Donde:

N = 206

Z = nivel de confianza al 95%: 1.96

q = 0.5 (50%)

q = 0.5 (50%)

e = 0.05 (5%)

n = 134

Aplicando la fórmula se obtuvo una muestra final de 134 padres de familia el cual es el número de participantes a los cuales se les aplicara el cuestionario para la investigación.

3.5 Instrumentos

Cuestionario virtual (Anexo D) elaborado por el investigador para determinar las percepciones y decisiones de compra de los padres de familia de la I.E. 1015 República de Italia. El cuestionario fue validado mediante juicio de expertos por 3 docentes con grado de maestría (Anexo E), se recibió las sugerencias y observaciones de cada experto y se realizaron las modificaciones respectivas para que pueda ser ejecutado. Además, cada una de las preguntas tuvieron un puntaje V de Aiken mayor a 0.8.

El instrumento cuenta de 3 secciones: 3 pregunta de datos generales del participante, 10 preguntas de percepción sobre las advertencias nutricionales y finalmente 7 preguntas acerca de la decisión de compra, contenido conformado por 20 preguntas en total. Cada pregunta tuvo 3 alternativas: “De acuerdo”, “Ni de acuerdo ni en desacuerdo” y “En desacuerdo”.

Para la primera sección “Percepción sobre las advertencias nutricionales” la alternativa “De acuerdo” tendrá una puntuación de 2 puntos, la alternativa “Ni de acuerdo ni en desacuerdo” tendrá una puntuación de 1 punto y la alternativa “En desacuerdo” tendrá una puntuación de 0 puntos.

La valoración de la percepción fue clasificada en “percepción positiva” y “percepción negativa” y se realizó de la siguiente manera:

- **Percepción positiva:** 12 – 20 puntos
- **Percepción negativa:** 0 – 11 puntos

Para la segunda sección “Decisión de compra” la alternativa “De acuerdo” tendrá una puntuación de 3 puntos, la alternativa “Ni de acuerdo ni en desacuerdo” tendrá una puntuación de 1.5 puntos y la alternativa “En desacuerdo” tendrá una puntuación de 0 puntos.

La valoración de la decisión de compra fue clasificada en “Decisión de compra saludable” y “Decisión de compra no saludable” y se realizó de la siguiente manera:

- **Decisión de compra saludable:** 12 – 21 puntos
- **Decisión de compra no saludable:** 0 – 11 puntos

3.6 Procedimientos

3.6.1 Autorización

Para la recolección de datos se gestionó una solicitud mediante un oficio dirigido a la directora de la I.E. 1015 República de Italia para obtener el consentimiento y ejecutar el estudio (Anexo C).

3.6.2 Procesos

Luego de obtener el permiso se efectuó la encuesta de manera virtual a través de la plataforma Google Forms para recolectar los datos. La encuesta se realizó a los padres de familia que cumplían los criterios de inclusión expresados anteriormente, el trabajo de recolección tuvo una duración aproximada de 1 semana.

3.6.3 Organización

Se ordenó las encuestas separándolas según el género de los participantes para luego pasar a procesar los datos recolectados.

3.6.4 Procesamiento de datos

La primera parte del procesamiento fue realizado en el programa Microsoft Excel 2019 y luego, los datos se exportaron al programa SPSS versión 27.0.

3.6.5 Recuento de datos – Plan de tabulación

Los datos recolectados fueron revisados minuciosamente y se descartaron aquellos que presentaban datos incompletos, después se procedió a realizar la doble digitación y almacenamiento de toda la información recogida, en hojas de cálculo preparadas para dicho fin, en el programa Microsoft Office Excel 2019. Acorde con el método utilizado y haciendo

uso de una computadora se elaboraron las tablas y cuadros estadísticos necesarios para luego analizar los datos encontrados.

3.6.6 Presentación de datos

Sobre la base del plan de tabulación de datos, se presentó los datos en cuadros y gráficos elaborados con el programa Microsoft Office Excel 2019.

3.7 Análisis de datos

3.7.1 Análisis Descriptivo

Se describió de forma ordenada y sistemática los datos recogidos y tabulados recalcando los porcentajes, frecuencia absoluta y frecuencia relativa, más relevantes de cada una de las variables estudiadas.

3.7.2 Análisis Inferencial

Se aplicó la prueba de asociación Chi Cuadrado, luego se diseñó tablas y figuras según sea el caso para incorporarlas a la sección de resultados. (Hernández-Sampieri et al., 2014)

3.8 Consideraciones éticas

Para llevar a cabo esta investigación se tomó en cuenta los aspectos éticos y legales necesarios en toda investigación. No representa riesgos para los participantes ya que se solicitó el llenado de la encuesta de manera anónima y voluntaria para conocer sus percepciones y decisiones de compra de alimentos con advertencias nutricionales. Se tomo en cuenta y se respetaron los principios de la declaración de Helsinki: no maleficencia, autonomía y confidencialidad.

IV. RESULTADOS

4.1 Resultados Descriptivos

La muestra final estuvo constituida por 134 padres de familia del nivel primaria, de ambos sexos, el 90% fueron mujeres y el 10%, varones.

Tabla 1

Características de los padres de familia, según grupo etario, Lima – 2022.

Rango de Edad	Masculino		Femenino		Total	
	n	%	n	%	n	%
18 - 29 años	1	0.75	16	11.94	17.0	12.69
30 - 45 años	9	6.72	88	65.67	97.0	72.39
46 - 60 años	2	1.49	16	11.94	18.0	13.43
61 años a más	1	0.75	1	0.75	2.0	1.49
Total	13	9.70	121	90.30	134.0	100%

Fuente: Elaboración propia.

Nota. El grupo etario mayoritario, más del 70%, estuvo conformado por los padres de familia con edades entre los 30 a 45 años, mientras que en el grupo minoritario estaban los padres con una edad mayor a 60 años. Asimismo, el 90.30% de la muestra de padres de familia fueron del género femenino con grupo etario mayoritario de 65.67% con rango de edad de 30 – 45 años.

Tabla 2

Características de los padres de familia, según grado de instrucción, Lima – 2022.

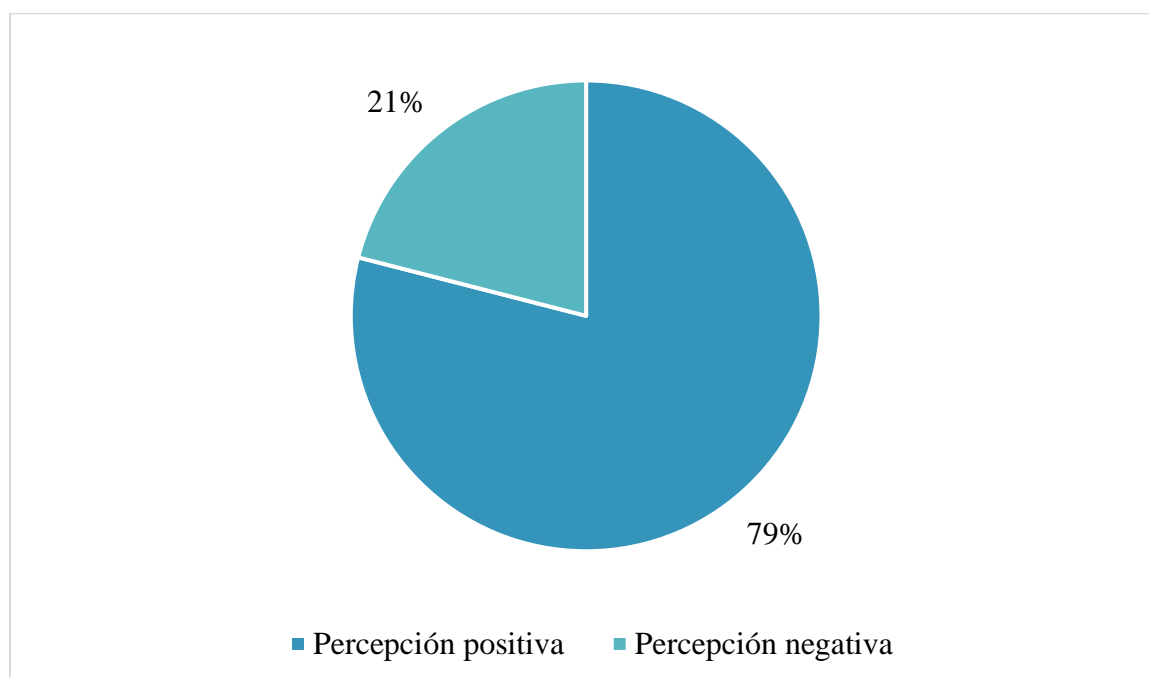
Grado de instrucción	n	%
Primaria	9	7
Secundaria	46	34
Técnica	41	31
Universitaria	38	28
Total	134	100

Fuente: Elaboración propia.

Nota. La mayoría de los padres de familia que participaron de la investigación contaban con secundaria completa o educación técnica, asimismo solo el 7% de los padres de familia tenían un grado de instrucción de primaria.

Figura 1

Percepción sobre los alimentos con advertencias nutricionales en padres de familia de una institución educativa pública, Lima – 2022.

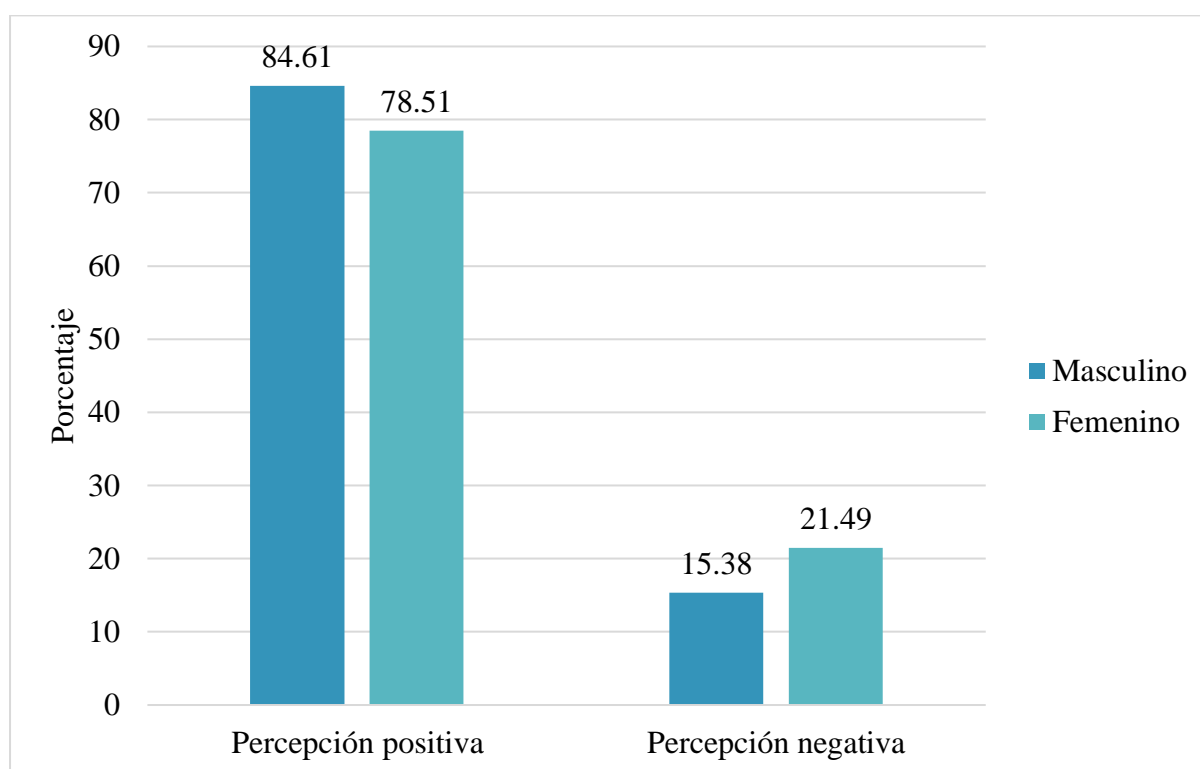


Fuente: Elaboración propia.

Nota. El 79% de los padres de familia encuestados mostraron una percepción positiva respecto a las advertencias nutricionales, no obstante, el 21% presentó una percepción negativa.

Figura 2

Percepción sobre los alimentos con advertencias nutricionales en padres de familia de una institución educativa pública, según sexo, Lima – 2022.

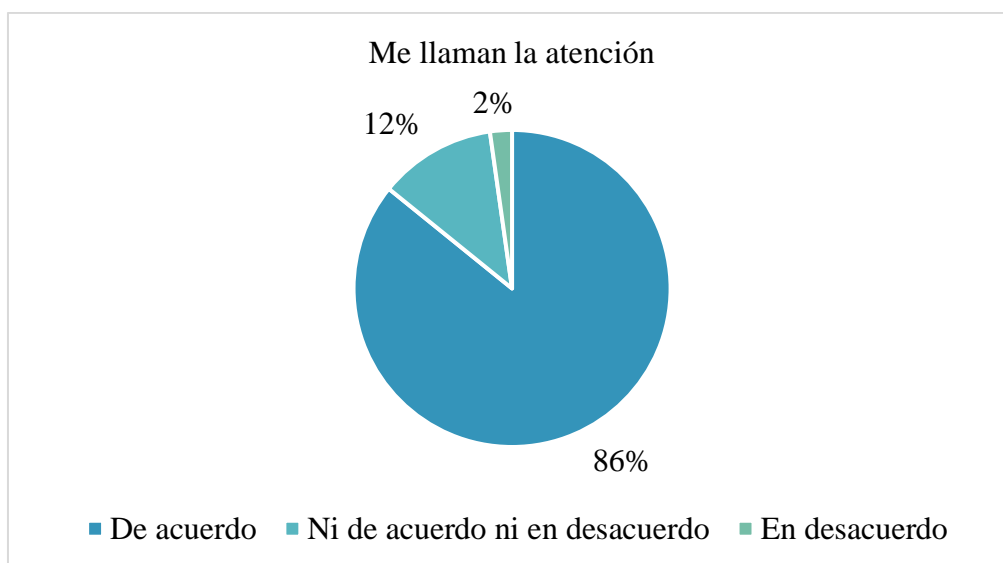


Fuente: Elaboración propia

Nota. En la figura 2, se observa que la mayoría de encuestados que mostraron una percepción negativa fueron de sexo femenino. Por otra parte, en la mayoría de los participantes se observa una percepción positiva respecto a los alimentos con advertencias nutricionales, con predominio del sexo masculino.

Figura 3

Porcentaje de padres de familia de una institución educativa pública que les llama la atención las advertencias nutricionales, Lima -2022.

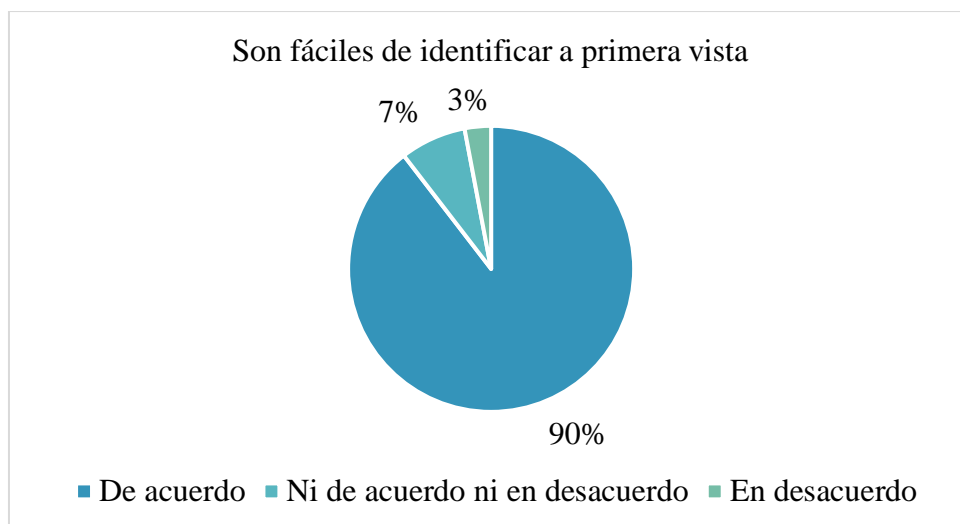


Fuente: Elaboración propia.

Nota. El 86% de los participantes está de acuerdo en que las advertencias nutricionales le llaman la atención, 12% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo y solo 2% se encuentra en desacuerdo.

Figura 4

Porcentaje de padres de familia de una institución educativa pública que considera que las advertencias nutricionales son fáciles de identificar a primera vista, Lima -2022.

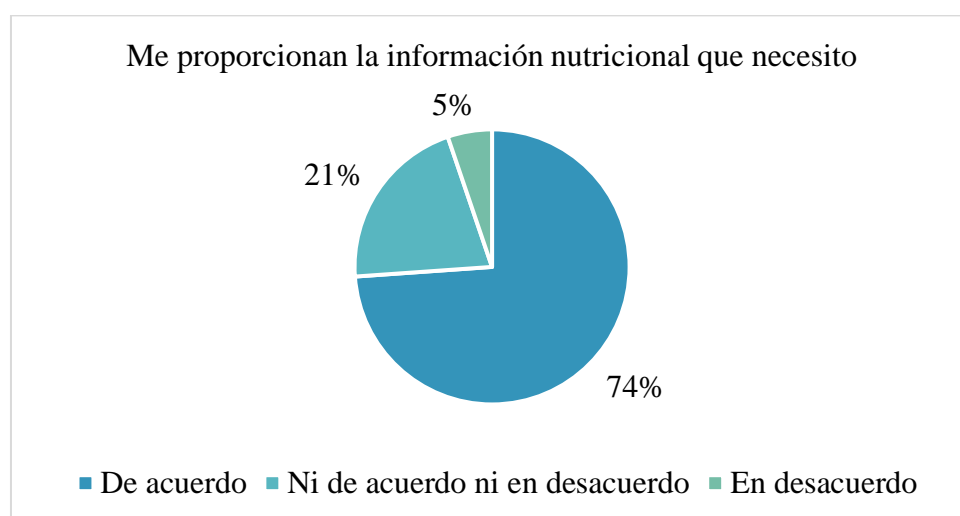


Fuente: Elaboración propia.

Nota. La mayoría de padres de familia concuerda en que las advertencias nutricionales son fáciles de identificar a primera vista, mientras que solo un 3% opina lo contrario.

Figura 5

Porcentaje de padres de familia de una institución educativa pública que considera que las advertencias nutricionales le proporcionan la información nutricional que necesitan, Lima - 2022.

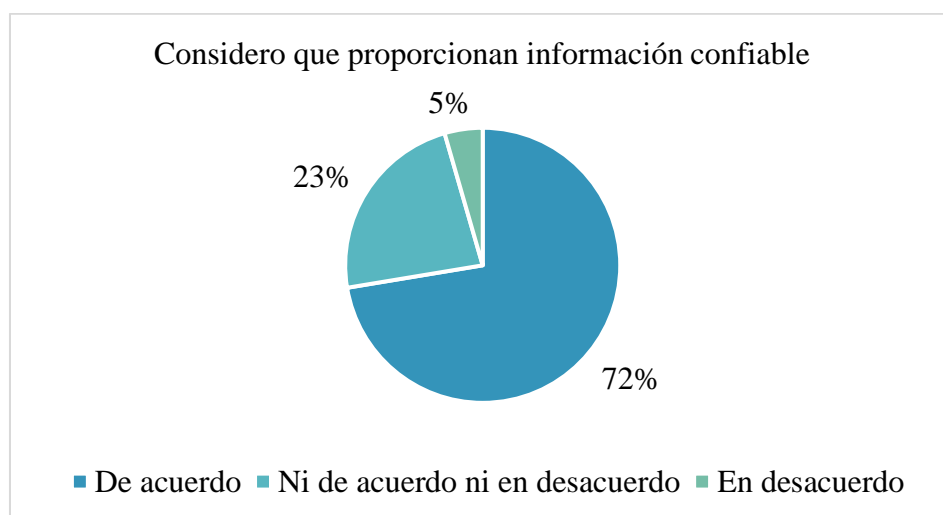


Fuente: Elaboración propia.

Nota. Más de la mitad de encuestados (74%) refiere que las advertencias nutricionales le proporcionan la información nutricional que necesita, 21% indica no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo y el 5% no está de acuerdo con este enunciado.

Figura 6

Porcentaje de padres de familia de una institución educativa pública que considera que las advertencias nutricionales le brindan información confiable, Lima -2022.

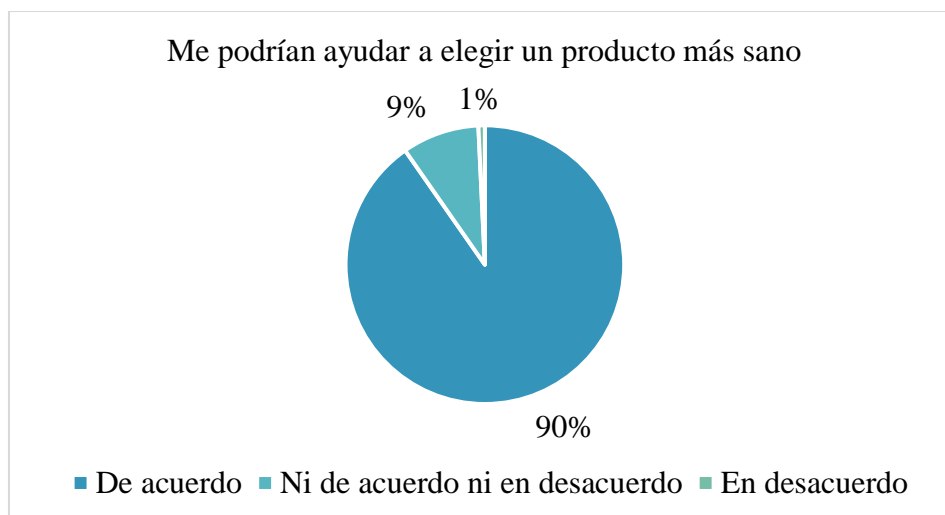


Fuente: Elaboración propia.

Nota. La figura 6 muestra que alrededor del 70% de los padres de familia considera que las advertencias nutricionales le proporcionan información en la que puede confiar; sin embargo, el 5% no está de acuerdo con lo expresado anteriormente.

Figura 7

Porcentaje de padres de familia de una institución educativa pública que considera que las advertencias nutricionales le podrían ayudar a elegir un producto más sano, Lima -2022.

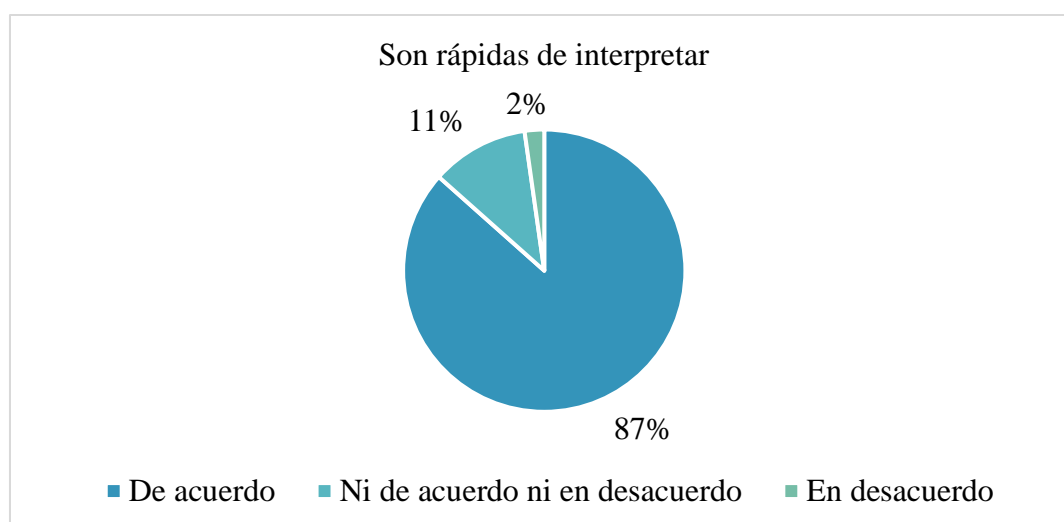


Fuente: Elaboración propia.

Nota. En la figura 7 podemos observar que la mayoría de los participantes (90%) considera que las advertencias nutricionales le podrían ayudar a elegir un producto más sano, 9% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo con este enunciado y solo 1% indica estar en desacuerdo con este.

Figura 8

Porcentaje de padres de familia de una institución educativa pública que considera que las advertencias nutricionales son rápidas de interpretar, Lima -2022.

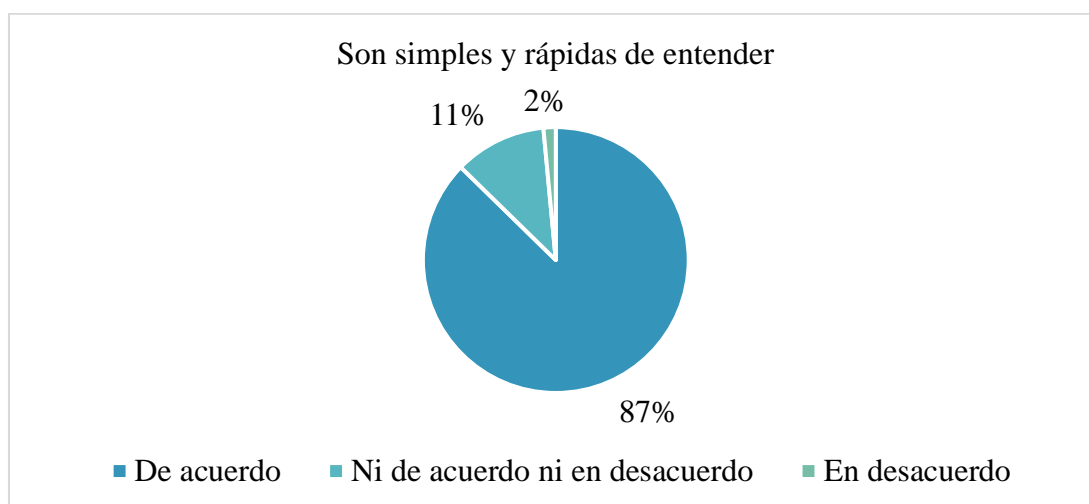


Fuente: Elaboración propia.

Nota. Se observa que el 87% de los padres de familia está de acuerdo en que las advertencias nutricionales son rápidas de interpretar, el 11% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo y el 2% está en desacuerdo con esta afirmación.

Figura 9

Porcentaje de padres de familia de una institución educativa pública que considera que las advertencias nutricionales son simples y rápidas de entender, Lima -2022.

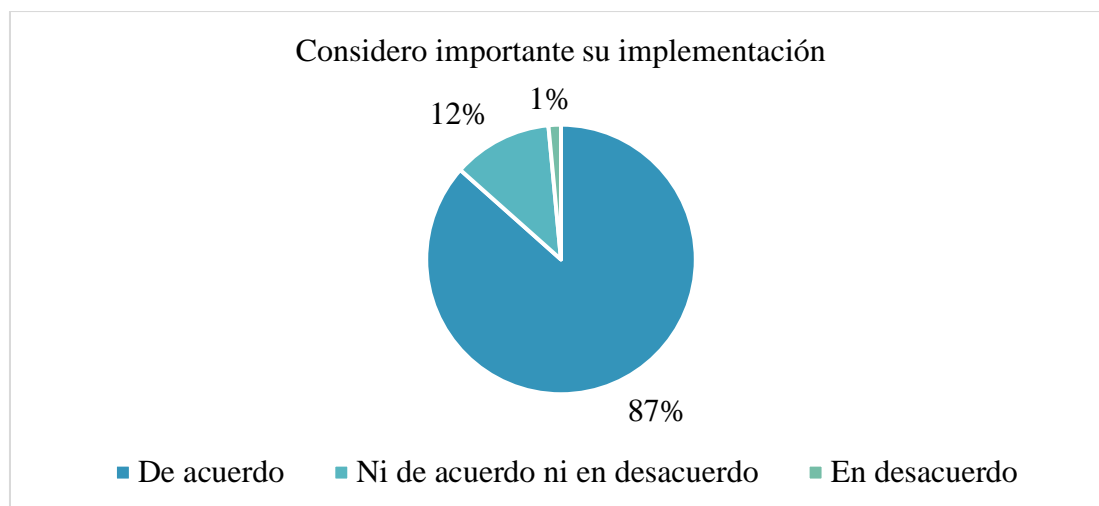


Fuente: Elaboración propia.

Nota. Según la figura 9, la mayoría de encuestados (87%) refiere que las advertencias nutricionales son simples y rápidas de entender, solo un 2 % refiere lo contrario.

Figura 10

Porcentaje de padres de familia de una institución educativa pública que considera importante la implementación de las advertencias nutricionales, Lima -2022.

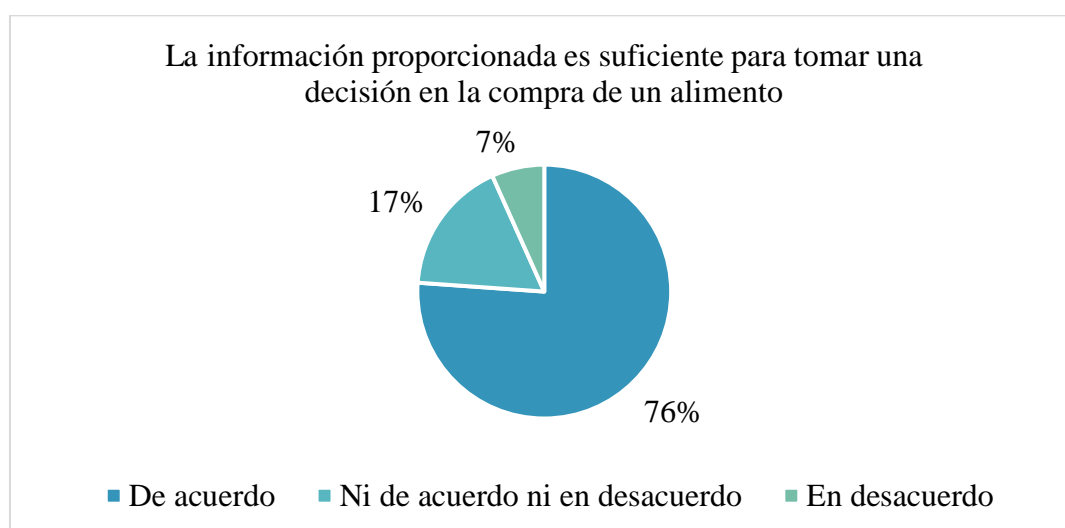


Fuente: Elaboración propia.

Nota. Gran parte de los padres de familia (87%) considera importante la implementación de las advertencias nutricionales, solo 1% no opina lo mismo.

Figura 11

Porcentaje de padres de familia de una institución educativa pública que considera que la información proporcionada por las advertencias nutricionales es suficiente para tomar una decisión de compra, Lima -2022.



Fuente: Elaboración propia.

Nota. En la figura 11 podemos observar que el 76% está de acuerdo con que la información proporcionada por las advertencias nutricionales es suficiente para tomar una decisión en la compra de un alimento, 17% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo y 7% está en desacuerdo.

Figura 12

Porcentaje de padres de familia de una institución educativa pública que considera que un producto sin advertencias nutricionales es más saludable que un producto que si las presenta, Lima -2022.

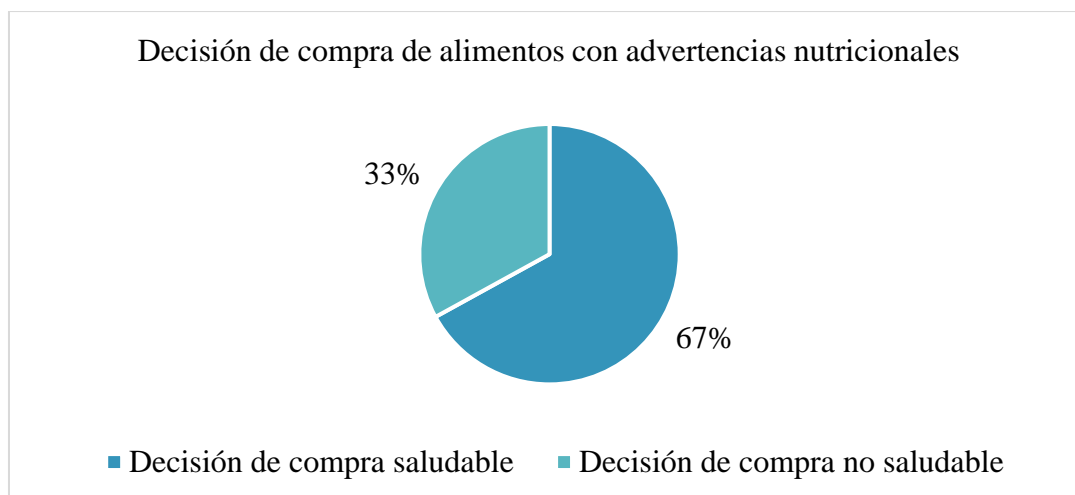


Fuente: Elaboración propia.

Nota. Respecto a la percepción de los padres de familia acerca de si un producto sin advertencias nutricionales es más saludable que un producto con advertencias nutricionales, el 38% está de acuerdo, el 23% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo y el 39% está en desacuerdo.

Figura 13

Decisión de compra de alimentos con las advertencias nutricionales en padres de familia de una institución educativa pública, Lima – 2022.

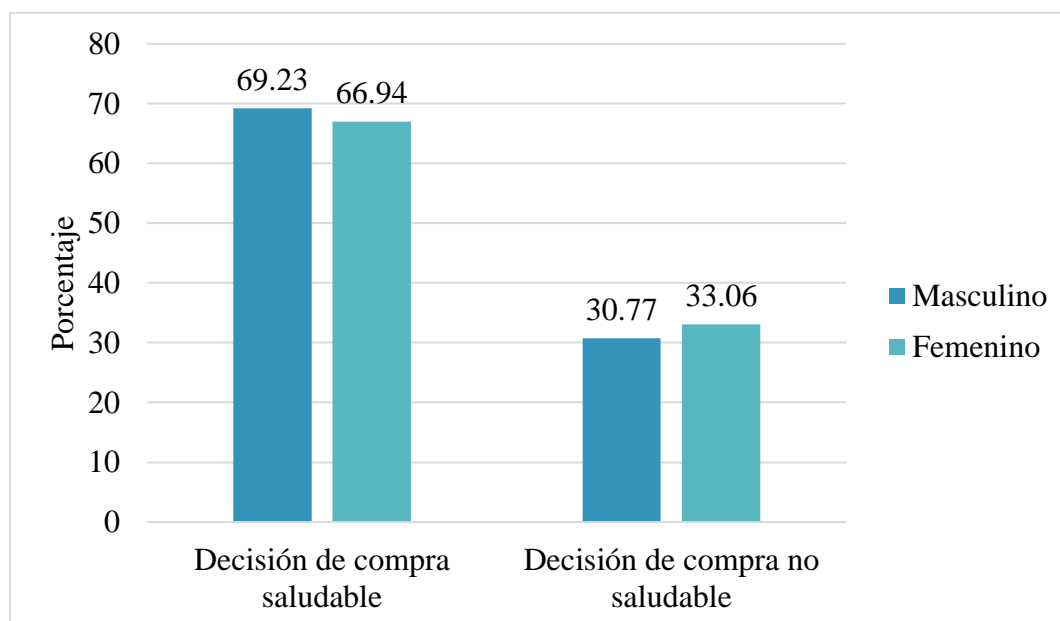


Fuente: Elaboración propia.

Nota. El 67% de los padres de familia que participaron del estudio mostraron una decisión de compra saludable y el 33%, presentó una decisión de compra no saludable.

Figura 14

Decisión de compra de alimentos con advertencias nutricionales en padres de familia de una institución educativa pública, según sexo, Lima – 2022.

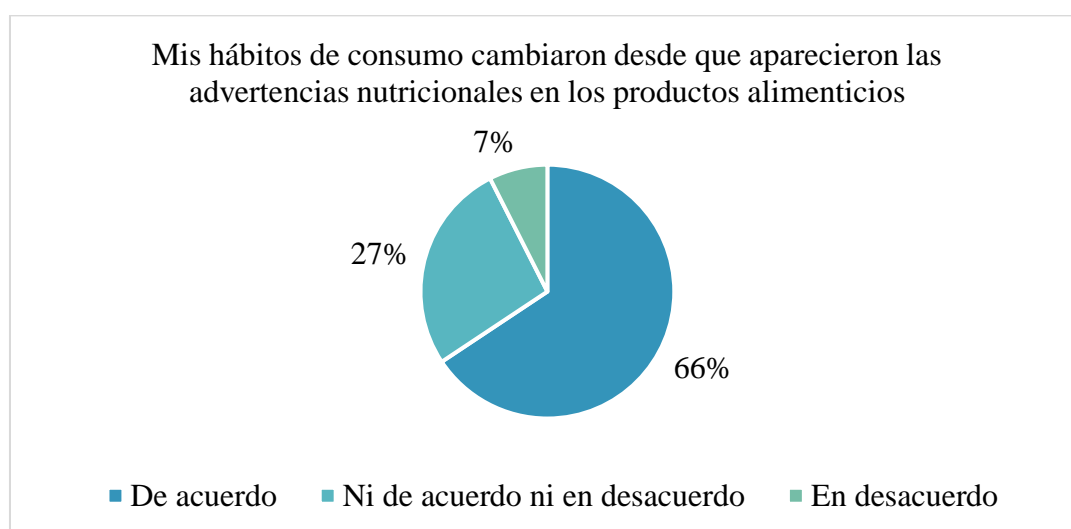


Fuente: Elaboración propia.

Nota. En la figura 4, se observa que la mayoría de padres de familia que mostraron una decisión de compra no saludable fueron de sexo femenino. Por otro lado, en la mayoría de los participantes se observa una decisión de compra saludable respecto a los alimentos con advertencias nutricionales, con predominio del sexo masculino.

Figura 15

Porcentaje de padres de familia de una institución educativa pública que cambiaron sus hábitos de consumo desde que aparecieron las advertencias nutricionales, Lima -2022

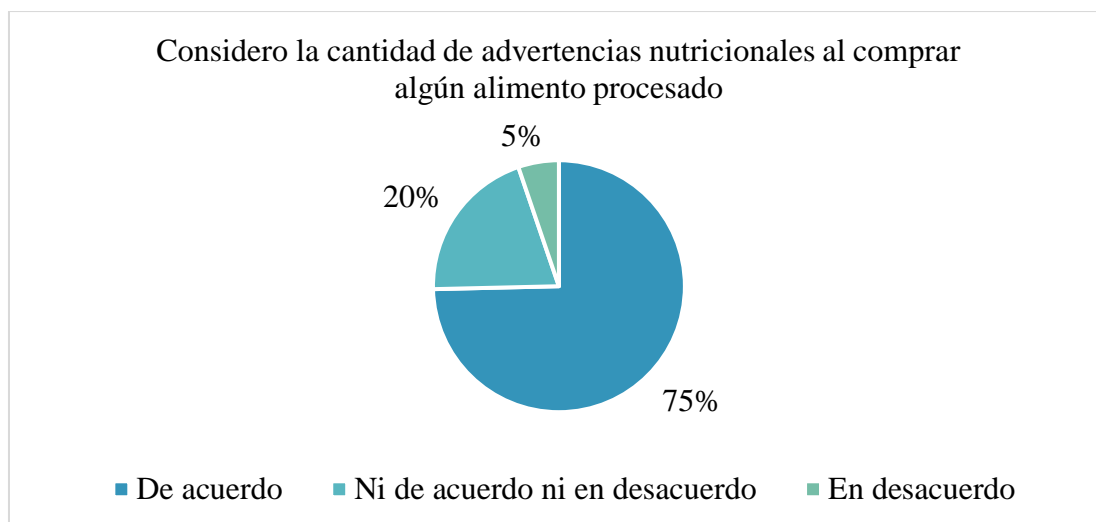


Fuente: Elaboración propia.

Nota. El 66% de los participantes está de acuerdo en que sus hábitos de consumo cambiaron desde que aparecieron las advertencias nutricionales en los productos alimentos, el 27% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo y el 7% está en desacuerdo.

Figura 16

Porcentaje de padres de familia de una institución educativa pública que consideran la cantidad advertencias nutricionales al comprar algún alimento, Lima -2022.



Fuente: Elaboración propia.

Nota. Tres cuartas partes de los padres de familia considera la cantidad de advertencias nutricionales al comprar algún alimento procesado, mientras que el 5% no lo considera.

Figura 17

Porcentaje de padres de familia de una institución educativa pública en los que influye la presencia de advertencias nutricionales en su decisión de compra, Lima -2022.

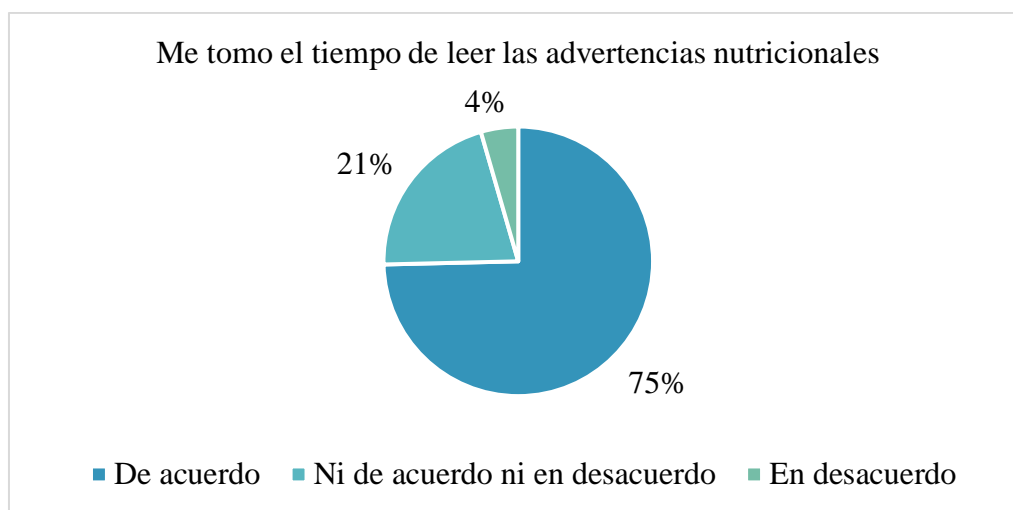


Fuente: Elaboración propia.

Nota. Según la figura 17, el 73% refiere que influye la presencia de las advertencias nutricionales en su decisión de compra, 25% no está de acuerdo ni en desacuerdo y solo el 2% está en desacuerdo.

Figura 18

Porcentaje de padres de familia de una institución educativa pública que se toma el tiempo de leer las advertencias nutricionales, Lima -2022.

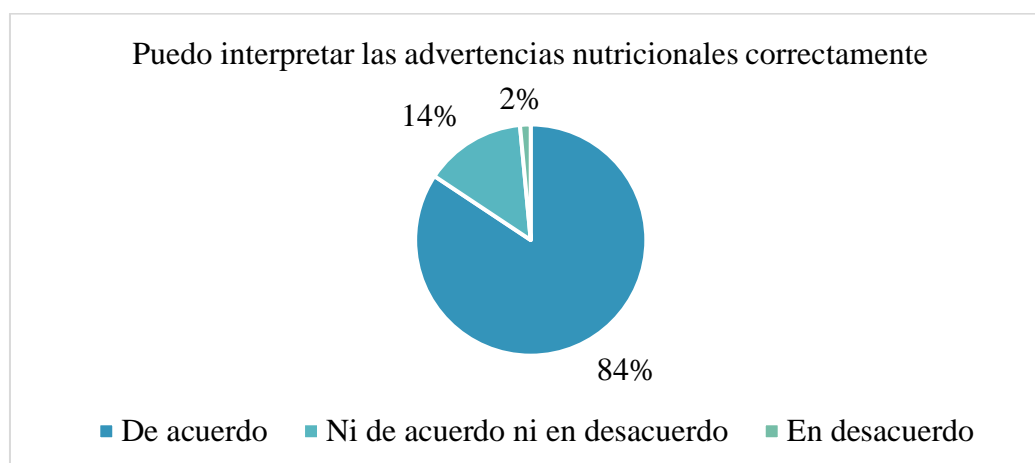


Fuente: Elaboración propia.

Nota. El 75% de los padres de familia se toma el tiempo de leer las advertencias nutricionales, mientras que el 4% no lo hace.

Figura 19

Porcentaje de padres de familia de una institución educativa pública que puede interpretar correctamente las advertencias nutricionales, Lima -2022.

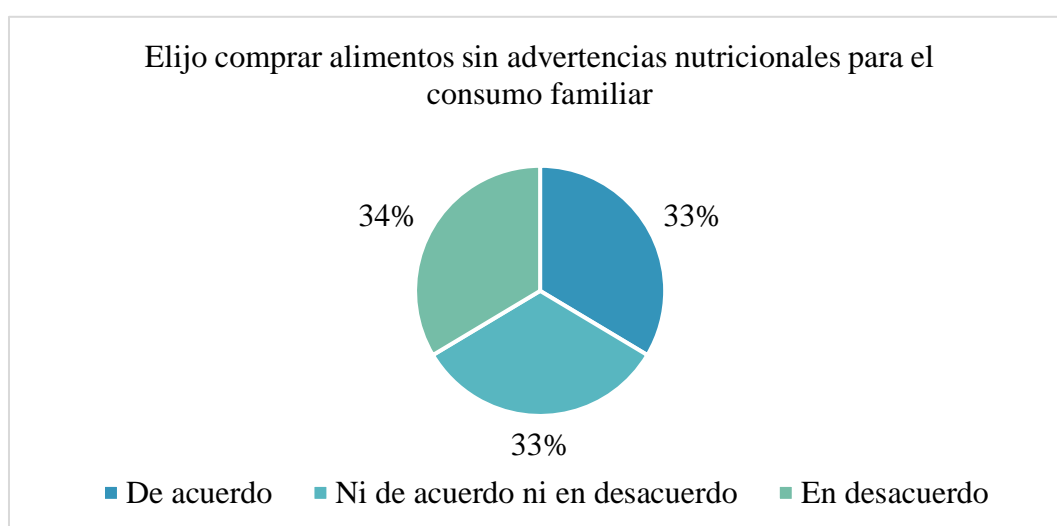


Fuente: Elaboración propia.

Nota. La figura 19 muestra que gran parte de los encuestados (84%) puede interpretar las advertencias nutricionales correctamente, 14% no afirma ni niega el enunciado y 2% está en desacuerdo.

Figura 20

Porcentaje de padres de familia de una institución educativa pública que elige comprar alimentos sin advertencias nutricionales para el consumo familiar, Lima -2022.

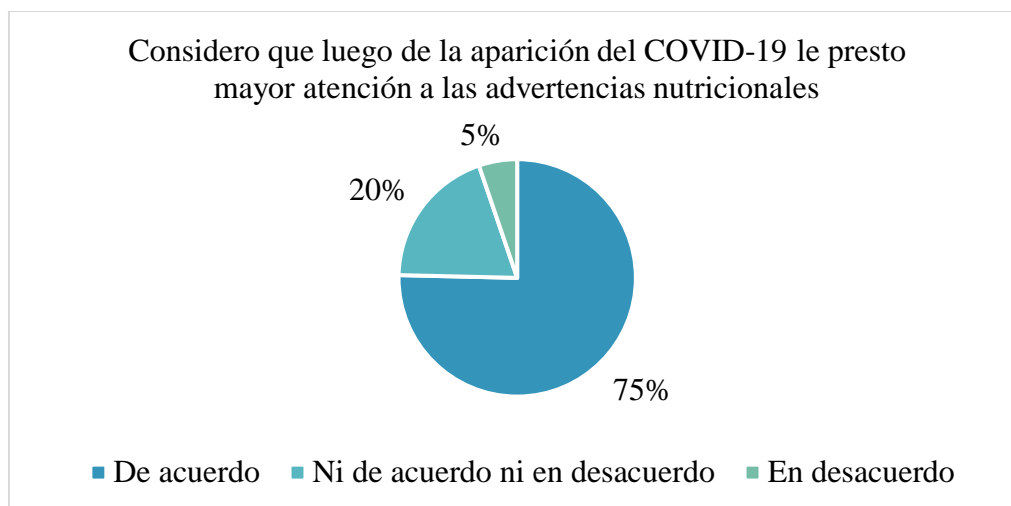


Fuente: Elaboración propia.

Nota. Se observa que la tercera parte de la muestra (33%) elije comprar alimentos sin advertencias nutricionales para el consumo familiar; sin embargo, esta misma cantidad de participantes refiere lo contrario.

Figura 21

Porcentaje de padres de familia de una institución educativa pública que les presta mayor atención a las advertencias nutricionales luego de la aparición del COVID-19, Lima -2022.



Fuente: Elaboración propia.

Nota. Mas de la mitad de padres de familia (75%) considera que luego de la aparición del COVID-19 les prestó mayor atención a las advertencias nutricionales, mientras que solo el 5% no lo hace.

Tabla 3

Distribución de la relación entre la percepción y la decisión de compra de alimentos con advertencias nutricionales en padres de familia de nivel primaria, Lima - 2022.

	Percepción de alimentos con advertencias nutricionales				Total	
	Percepción negativa		Percepción positiva			
Decisión de compra de alimentos con advertencias nutricionales	n	%	n	%	n	%
Decisión de compra no saludable	19	14.2	25	18.7	44	32.9
Decisión de compra saludable	9	6.8	81	60.4	90	67.2
Total	28	21	106	79.1	134	100

Fuente: Elaboración propia.

4.2 Prueba de Hipótesis

Hipótesis Nula (Ho): La percepción tiene **NO** relación en la decisión de compra de alimentos con advertencias nutricionales en padres de familia de una institución educativa pública durante la pandemia por COVID - 19, 2022.

Hipótesis Alternativa (Ha): La percepción tiene relación en la decisión de compra de alimentos con advertencias nutricionales en padres de familia de una institución educativa pública durante la pandemia por COVID - 19, 2022.

Regla de decisión:

$P > 0.05$ se acepta Ho si $p < 0.05$, se rechaza Ho y se acepta Ha

Prueba de estadística: Chi cuadrado

Tabla 4

Estadístico de Prueba Chi cuadrado, para evaluar la relación entre la percepción y la decisión de compra de alimentos con advertencias nutricionales en padres de familia.

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	19,685 ^a	1	0.000
Corrección de continuidad^b	17.729	1	0.000
Razón de verosimilitud	18.677	1	0.000
Prueba exacta de Fisher			
Asociación lineal por lineal	19.538	1	0.000
N de casos válidos	134		

Fuente: Elaboración propia

Nota. Se observa en la tabla 4 al evaluar la relación entre la percepción y la decisión de compra de alimentos con advertencias nutricionales de los padres de familia, se utilizó el

estadístico de prueba de Chi cuadrado, obteniéndose un valor $p=0,000$ ($p<0,05$), por lo tanto, rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alterna, encontrándose que existe una relación estadísticamente significativa entre la percepción y la decisión de compra de alimentos con advertencias nutricionales de los padres de familia. Como resultado final se encontró relación significativa ($p<0.05$) entre las variables percepción y decisión de compra de los alimentos con advertencias nutricionales.

V. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

La investigación se desarrolló satisfactoriamente gracias a la predisposición y las facilidades otorgadas por los padres de familia de los escolares y la institución educativa. Para la realización de este capítulo se usaron investigaciones internacionales y nacionales que presentaban variables similares a las estudiadas, también se tomaron en cuenta estudios realizados con población adulta, pero no necesariamente padres de familia. En el presente trabajo se halló una relación significativa entre la percepción y decisión de compra de alimentos que presentan advertencias nutricionales, a medida que los participantes presentaban una percepción positiva acerca de los octógonos, su decisión de compra de alimentos con advertencias nutricionales fue saludable. Este mismo año, Casas y Muguruza (2022) analizando la percepción del etiquetado nutricional, compras y consumo de alimentos ultra procesados durante la cuarentena por COVID-19, mostraron en sus resultados que, de los 330 participantes, más del 40% tuvo una percepción positiva hacia los octógonos nutricionales, además el 63.3% considera que estas advertencias publicitarias influyen en su decisión de compra, asimismo alrededor del 60% refiere que el precio y las promociones también juegan un rol importante formando parte en la decisión de compra de estos alimentos. A pesar de ello, la tendencia en la compra de estos alimentos se ha mantenido durante la pandemia. Asimismo, Hernández-Rocha et al. (2022) sostiene que los factores que influyen al momento de tomar una decisión de compra son en mayor proporción el sabor, la apariencia y el precio en comparación con el contenido nutricional.

Los participantes fueron en su mayoría mujeres (90.7%), muy de acuerdo a la realidad en el Perú, ya que justamente las madres son las que participan más en las decisiones alimentarias no solo para sus hijos, sino para toda la familia en general. Así mismo, Alaniz y Castillo (2020) también con un mayor público femenino en su investigación (88.8%).

Respecto a si las advertencias nutricionales llaman la atención de la población, se observó un porcentaje alto en la mayoría de participantes (85.8%); sin embargo, en los resultados de Quispe (2021) podemos observar que sucede lo contrario, a las madres les llama la atención mensajes nutricionales relacionado con micronutrientes y vitaminas más que las advertencias nutricionales.

En cuanto a la percepción de los padres de familia sobre las advertencias nutricionales presentes en los alimentos, al 85.8% le llama la atención, alrededor del 90% señala que son fáciles de identificar a primera vista, solo 73.9% refiere que las advertencias nutricionales le proporcionan la información nutricional que necesita, el 73% de los participantes considera que le proporcionan información confiable, a la gran mayoría (90,3%) le podrían ayudar a elegir un producto más sano, 86.6% indica que son rápidas de interpretar, casi el 90% señala que las advertencias son simples y se pueden entender rápidamente, así mismo el 86.6% considera que su implementación es importante, solamente el 76.1% refiere que la información proporcionada por estas es suficiente para tomar una decisión en la compra de un alimento y finalmente solo un 38.1% considera que un producto sin advertencias nutricionales es más saludable que un producto con advertencias nutricionales. Estos resultados se asemejan en algunos casos a los obtenidos por Hernández-Rocha et al. (2022), alrededor del 70% le llama la atención el nuevo etiquetado, el 88.5% de participantes indica que es fácil de identificar a primera vista, solo el 38,7% considera que el nuevo etiquetado le proporciona la información nutricional que necesita, casi la mitad en comparación con los datos expuesto anteriormente. El 47.4% considera que proporciona información confiable. Alrededor del 60% señala que este etiquetado le podría ayudar a elegir un producto más sano, cifras diferentes a las encontradas en la presente investigación. Por último, para el 60% de los mexicanos que participaron es fácil de entender, es simple y rápido de interpretar, estos resultados no son muy parecidos a los encontrados en la investigación.

Con respecto a la decisión de compra de alimentos con advertencias nutricionales, solo el 33% de los padres de familia eligen comprar alimentos sin advertencias nutricionales para el consumo familiar, situación muy diferente a la que se halló en el estudio realizado por Alaniz y Castillo (2020) en el que 97.1% de los encuestado señalo que adquirirían alimentos con menos sellos o sin ellos. Cea-Valencia et al. (2019) entre sus principales resultados encontró que el etiquetado chileno (sellos de advertencia) y las guías diarias de alimentación simultáneamente ayudaban a tomar decisiones de mayor calidad.

Flores y Quispe (2021), en su estudio para evaluar la relación entre la lectura de octógonos y los hábitos de alimentación saludable, encontró que más del 60% de consumidores algunas veces leía la información que le brindaba el octógono nutricional. Esto coincide con la presente investigación, ya que el 74.6% de los padres de familia indica que se toma el tiempo de leer las advertencias presentes en los productos al momento de tomar una decisión de compra.

Respecto a la percepción sobre las advertencias nutricionales se encontró que 79% de los participantes tuvo una percepción positiva y el resto (21%) tuvo una percepción negativa. Situación similar encontrada en la investigación de Casas-Caruajulca et al. (2021) donde 77.9% demostró una percepción positiva acerca de la implementación de los octógonos de advertencia de nutrientes. Además, resultados parecidos se encontraron con el presente estudio ya que el 72.4% indica que las advertencias nutricionales influyen al momento de comprar los alimentos, mientras que en Casas-Caruajulca et al. (2021) el resultado fue de 63.3%, porcentajes no muy alejados. Por otro lado, para Mejía et al. (2019) solo el 48% está de acuerdo en que el octógono nutricional influye en su elección de compra.

VI. CONCLUSIONES

6.1 La gran mayoría de padres de familia (79%) mostraron una percepción positiva acerca de las advertencias nutricionales (octógonos nutricionales) presentes en los alimentos ultra procesados. De los cuales la mayoría fueron del sexo masculino.

6.2 Con respecto a la decisión de compra, 67% de los padres de familia evidenciaron una decisión de compra saludable y el 33% presentaron una decisión de compra no saludable.

6.3 Los resultados indican que existe una relación significativa ($p < 0.05$) entre la percepción y la decisión de compra de alimentos con advertencias nutricionales en los padres de familia de la I.E. 1015 República de Italia del Cercado de Lima - 2022.

VII. RECOMENDACIONES

7.1 Reforzar los conocimientos sobre alimentación que tienen los padres de familia de las niñas y niños del colegio a través de sesiones educativas y sesiones demostrativas, realizadas por un profesional nutricionista periódicamente, ya que los padres son los modelos a seguir por parte de sus menores hijos y con estas prácticas podríamos generar un entorno familiar saludable.

7.2 Fomentar hábitos saludables en los escolares de la institución aprovechando su corta edad, ya que se encuentran en una etapa en la cual están en un proceso de aprendizaje constante donde también pueden aprender a alimentarse adecuadamente para poder en un futuro tener personas sanas que sepan cómo llevar una vida saludable sin complicaciones.

7.3 Vigilar los alimentos que incluyen los escolares en su lonchera escolar, observando cuántos de ellos son saludables o cuántos de ellos presentan advertencias nutricionales con la finalidad de promover una mejor alimentación que ayude a prevenir enfermedades crónicas no transmisibles.

7.4 Realizar investigaciones similares con mayor profundidad acerca de las advertencias nutricionales (una mayor población de estudio, otros distritos, colegios particulares) para poder elaborar estrategias en pro de la alimentación saludable.

VIII. REFERENCIAS

- Aguad, Y., Araya, N., Elías, J., Hidalgo-Alcázar, C., & Leger, P. (2020). Impacto del etiquetado nutricional en el comportamiento de los consumidores de la IV región, Chile. *Revista De Investigación Aplicada En Ciencias Empresariales*, 9(1), pp. 7–26. <https://doi.org/10.22370/riace.2020.9.1.2596>
- Alaniz-Salinas, N., Castillo-Montes, M. (2020). Evaluación del etiquetado frontal de advertencia de la Ley de Alimentos en adultos responsables de escolares de las comunas de La Serena y Coquimbo. *Revista Chilena de Nutrición*, 47(5), pp. 738-749. <http://dx.doi.org/10.4067/s0717-75182020000500738>
- Arrúa, A., Machín, L., Curutchet, MR., Martínez, J., Antúnez, L., Alcaire, F., Giménez, A., Ares, G. (2017). Warnings as a directive front-of-pack nutrition labelling scheme: comparison with the Guideline Daily Amount and traffic-light systems. *Public Health Nutrition*, 20(13), pp. 2308-2317. <https://doi.org/10.1017/s1368980017000866>
- Cabrera, M., Machín, L., Arrúa, A., Antúnez, L., Curutchet, MR., Giménez, A., Ares, G. (2017). Nutrition warnings as front-of-pack labels: influence of design features on healthfulness perception and attentional capture. *Public Health Nutrition*, 20(18), pp. 3360-3371. [10.1017/S136898001700249X](https://doi.org/10.1017/S136898001700249X)
- Carrasco, A. (2021). *Octógonos y decisión de compra en estudiantes*, Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas-2020. [Tesis de pregrado, Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas]. Repositorio Institucional. <https://hdl.handle.net/20.500.14077/2431>
- Casas-Caruajulca, E., Muguruza-Sánchez, L., Calizaya-Milla, Y., Saintila, J. (2021). Percepción del etiquetado frontal de alimentos, compra y consumo de alimentos

ultraprocesados durante la cuarentena por COVID-19: Un estudio transversal en la población peruana. *Revista Española de Nutrición Humana y Dietética*, 25 (Supl. 2), e1473. <https://doi.org/10.14306/renhyd.25.S2.1473>

Cea, Jorge , & Vargas Lucero, Constanza, & Pontarelli Contreras, Francesco (2019). Decisión de compra del consumidor: Efecto del etiquetado chileno de alimentos. *Revista Venezolana de Gerencia*, 2(),515-527. [fecha de Consulta 7 de octubre de 2022]. ISSN: 1315-9984. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29063446028>

Clement, J. (2007). Visual influence on in-store buying decisions: an eye-track experiment on the visual influence of packaging design. *Journal of Marketing Management*, 23, pp. 917-928. <https://doi.org/10.1362/026725707X250395>

Colet, R., Polío, J. (2014). *Procesos de venta*. Mc Graw Hill.

Cornejo, C. (2017). *Ley de etiquetado nutricional: ¿Modifican la conducta del consumidor?*. [Tesis de pregrado, Universidad de Chile] Repositorio académico. <https://repositorio.uchile.cl/handle/2250/145826>

Flores, E., Quispe, R. (2021). *Relación entre la lectura de los octógonos nutricionales y hábitos de alimentación saludable en consumidores de alimentos envasados de Juliaca, Puno, 2020*. [Tesis de pregrado, Universidad María Auxiliadora]. Repositorio Institucional. <https://hdl.handle.net/20.500.12970/405>

Hernández-Rocha, R., Murguía-Vázquez, M., Castillo-Vaca, M., Sánchez-Hernández, O., Pierdant-Pérez, M. (2022). Evaluación de la percepción y comprensión del nuevo etiquetado de advertencia nutricional mexicano en adultos mediante una encuesta en línea. *Revista Mexicana de Endocrinología, metabolismo y Nutrición*, 9, pp. 54-61. <https://doi.org/10.24875/RME.21000036>

Hernández-Sampieri, R., Fernández-Collado, C., Baptista-Lucio, P., (2014). *Metodología de la investigación*. (6ª Ed.). Mc Graw Hill Education.

Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI]. (2020). *Encuesta demográfica y de salud familiar (ENDES)*. Lima.

Khandpur, N., de Morais Sato, P., Mais, LA., Bortoletto Martins, AP., Spinillo, CG., Garcia, MT., Urquizar Rojas, CF., Jaime, PC. (2018). Are Front-of-Package Warning Labels More Effective at Communicating Nutrition Information than Traffic-Light Labels? A Randomized Controlled Experiment in a Brazilian Sample. *Nutrients*, 10(6), 688. <https://doi.org/10.3390/nu10060688>

Kotler, P., Belch, M. (2005). *Fundamentos de Marketing*. (8a ed.). Editorial Pearson Educación.

La Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura [FAO]. (2016). *América Latina y el Caribe PANORAMA DE LA SEGURIDAD ALIMENTARIA Y NUTRICIONAL Sistemas alimentarios sostenibles para poner fin al hambre y la malnutrición*. Santiago. <https://iris.paho.org/handle/10665.2/33680>

Leonardo-Oviedo, G. (2004). La definición del concepto de percepción en psicología con base en la teoría Gestalt. *Revista de Estudios Sociales*, 18, pp. 89-96. <https://doi.org/10.7440/res18.2004.08>

Ley N.º 30021. Ley de promoción de la alimentación saludable para niños, niñas y adolescentes. (17 de mayo de 2013). Congreso de la Republica del Perú. <https://www.gob.pe/institucion/congreso-de-la-republica/normas-legales/118470-30021>

- Mejía, C., Aguilar-Pantaleón, C., Alfaro, S., Carranza, B., Eulogio, P., Gálvez-N, A., Godo, G. (2019). Factores que influyen en el uso del octógono como marcador de información nutricional en los consumidores en la población de Lima-Perú. *Nutrición clínica y Dietética Hospitalaria*, 39(4), pp. 65-71.
<https://hdl.handle.net/20.500.12866/8895>
- Organización Panamericana de Salud [OPS]. (2015). *Alimentos y bebidas ultraprocesados en América Latina: tendencias, efecto sobre la obesidad e implicaciones para las políticas públicas*. Washington, DC. <https://iris.paho.org/handle/10665.2/51523>
- Organización Panamericana de Salud [OPS]. (2020). *El etiquetado frontal como instrumento de política para prevenir enfermedades no transmisibles en la Región de las Américas*. Washington, DC. <https://iris.paho.org/handle/10665.2/53013>
- Quispe, M. (2021). *Percepciones del etiquetado frontal octogonal en madres de escolares del nivel primario que asisten a un centro de salud, Lima*. [Tesis de pregrado, Universidad Nacional Mayor de San Marcos]. Repositorio de tesis digitales.
<https://hdl.handle.net/20.500.12672/17504>
- REAL ACADEMIA ESPAÑOLA [RAE]. (2022). *Diccionario de la lengua española*.
<https://dle.rae.es>
- República del Perú. (2018). Decreto Supremo No 012-2018-SA. 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 No 017-2017-AS. 16 de junio del 2018. El Peruano.

Scarpelli-Dourado, D., Gomes-Ramires, T., Araneda-Flores, J., Pinheiro-Fernandes, A. (2021). Impacto de los mensajes frontales de advertencia en el patrón de compra de alimentos en Chile. *Nutrición Hospitalaria*, 38(2), pp. 358-365. <http://dx.doi.org/10.20960/nh.03311>

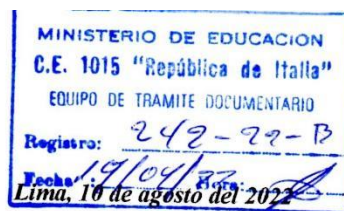
IX. ANEXOS

Anexo A: Matriz de consistencia

Problema	Objetivo	Hipótesis	Metodología
<p>Problema general ¿Cuál es la relación entre la percepción y la decisión de compra de alimentos con advertencias nutricionales en padres de familia de una institución educativa pública, durante la pandemia por COVID -19, 2022?</p> <p>Problemas específicos ¿Cuál es la percepción de los padres de familia sobre los alimentos con advertencias nutricionales de una institución educativa pública durante la pandemia por COVID -19, 2022?</p> <p>¿Cuál es la decisión de compra de alimentos con advertencias nutricionales de los padres de familia de una institución educativa pública durante la pandemia por COVID -19, 2022?</p>	<p>Objetivo general Determinar la relación entre la percepción y la decisión de compra de alimentos con advertencias nutricionales de los padres de familia de una institución educativa pública durante la pandemia por COVID -19, 2022.</p> <p>Objetivos específicos Identificar la percepción de los padres de familia sobre los alimentos con advertencias nutricionales de una institución educativa pública durante la pandemia por COVID -19, 2022.</p> <p>Conocer la decisión de compra de alimentos con advertencias nutricionales de los padres de familia de una institución educativa pública durante la pandemia por COVID -19, 2022.</p>	<p>Hipótesis Nula (H₀) La percepción no tiene relación con la decisión de compra de alimentos con advertencias nutricionales en los padres de familia de una institución educativa pública durante la pandemia por COVID -19, 2022.</p> <p>Hipótesis Alterna (H_a) La percepción si tiene relación con la decisión de compra de alimentos con advertencias nutricionales en los padres de familia de una institución educativa pública durante la pandemia por COVID -19, 2022.</p>	<p>a) Tipo de investigación Cuantitativo, de diseño no experimental de tipo descriptivo correlacional.</p> <p>b) Población Padres de familia de los escolares de la I.E. República de Italia</p> <p>c) Muestra 134 padres de familia.</p> <p>d) Recolección de datos Cuestionario virtual.</p> <p>e) Elaboración de datos Elaboración de tablas y gráficos.</p> <p>d) Análisis e Interpretación de datos Análisis descriptivo: Microsoft Excel 2019, SPSS 27.0</p> <p>Análisis inferencial: Chi cuadrado</p>

Anexo B: Operacionalización de variables

Variable	Definición operacional	Tipo de variable / Indicador	Categorías / Puntos de corte	Escala de medición
Percepción sobre los alimentos con advertencias nutricionales	Es la percepción de los padres de familia acerca de los alimentos con advertencias nutricionales.	Cualitativa / Tipo de percepción	Percepción positiva: 12 – 20 Percepción negativa: 0 - 11	De intervalo
Decisión de compra de alimentos con advertencias nutricionales	Es la decisión de los padres de familia al momento de comprar alimentos con advertencias nutricionales.	Cualitativa / Tipo de decisión de compra	Decisión de compra saludable: 12-21 Decisión de compra no saludable: 0-11	De intervalo

Anexo C: Solicitud para aplicación de encuesta

Asunto: Solicitud de aplicación de encuesta sobre "Percepción y decisión de compra de alimentos con advertencias nutricionales de los padres de familia respecto a los octógonos de advertencia".

Lic. Marcia Espinoza Romero

Directora de la I.E. 1015 República de Italia – Cercado de Lima

Av. República de Venezuela Cdra. 27 Block 5 S/N, Cercado de Lima 15081

Yo, Christian Santiago Aliaga Sandoval, con DNI 72084326, domiciliado en Urb. Palomino Block M2 dpto. 21, bachiller de Nutrición de la Universidad Nacional Federico Villarreal. Por medio del presente, reciba usted un cordial saludo de mi parte y a su vez me permito solicitar se me conceda la realización de una encuesta virtual, cuyo objetivo es conocer las percepciones y la decisión de compra de alimentos con advertencias nutricionales de los padres de familia del nivel primaria respecto a los octógonos de advertencia, realizándose una encuesta virtual mediante la plataforma de formularios de Google para la recolección de información para mi proyecto de investigación.

Por la atención brindada a la presente quedo de usted muy agradecido.

Atentamente,

Christian Santiago Aliaga Sandoval.

DNI: [REDACTED]

Anexo D. Cuestionario de percepciones y decisión de compra acerca de las advertencias nutricionales.

El cuestionario tiene por finalidad conocer sus percepciones y decisiones de compra para lo cual se solicita responda las preguntas con sinceridad según crea conveniente marcando una sola respuesta. Gracias por su colaboración.

A. DATOS DE LOS PARTICIPANTES

1. Sexo

- a) Hombre
- b) Mujer

2. Edad

- a) 18 - 29 años
- b) 30 - 45 años
- c) 46 - 60 años
- d) 61 años a más

3. Estudios

- a) Primaria
- b) Secundaria
- c) Técnica
- d) Universitaria

4. Marque el grado en que se encuentra su menor hija/o.

- a) 1ro de primaria
- b) 2do de primaria
- c) 3ro de primaria
- d) 4to de primaria
- e) 5to de primaria
- f) 6to de primaria

B. PERCEPCIÓN SOBRE LAS ADVERTENCIAS NUTRICIONALES

Advertencias nutricionales (Octógonos)



Con respecto a las advertencias nutricionales:

1. Me llaman la atención

- a) De acuerdo
- b) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- c) En desacuerdo

2. Son fáciles de identificar a primera vista

- a) De acuerdo
- b) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- c) En desacuerdo

3. Me proporcionan la información nutricional que necesito

- a) De acuerdo
- b) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- c) En desacuerdo

4. Considero que proporcionan información confiable

- a) De acuerdo
- b) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- c) En desacuerdo

5. Me podrían ayudar a elegir un producto más sano

- a) De acuerdo
- b) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- c) En desacuerdo

6. Son rápidas de interpretar

- a) De acuerdo
- b) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- c) En desacuerdo

7. Son simples y rápidas de entender

- a) De acuerdo
- b) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- c) En desacuerdo

8. Considero importante su implementación

- a) De acuerdo
- b) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- c) En desacuerdo

9. La información proporcionada es suficiente para tomar una decisión en la compra de un alimento

- a) De acuerdo
- b) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- c) En desacuerdo

10. Un producto sin advertencias nutricionales es más saludable que un producto con advertencias nutricionales

- a) De acuerdo
- b) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- c) En desacuerdo

C. DECISIÓN DE COMPRA

1. Mis hábitos de consumo cambiaron desde que aparecieron las advertencias nutricionales en los productos alimenticios

- a) De acuerdo
- b) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- c) En desacuerdo

2. Considero la cantidad de advertencias nutricionales al comprar algún alimento procesado

- a) De acuerdo
- b) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- c) En desacuerdo

3. Influye la presencia de las advertencias en mi decisión de compra

- a) De acuerdo
- b) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- c) En desacuerdo

Al momento de tomar una decisión de compra:

4. Me tomo el tiempo de leer las advertencias nutricionales

- a) De acuerdo
- b) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- c) En desacuerdo

5. Puedo interpretar las advertencias nutricionales correctamente

- a) De acuerdo
- b) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- c) En desacuerdo

6. Elijo comprar alimentos sin advertencias nutricionales para el consumo familiar

- a) De acuerdo
- b) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- c) En desacuerdo

7. Considero que luego de la aparición del COVID-19 le presto mayor atención a las advertencias nutricionales

- a) De acuerdo
- b) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- c) En desacuerdo

ANEXO E. Validaciones del instrumento en la modalidad de juicio de expertos.



Universidad Nacional
Federico Villarreal

Estimado Dr.

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO.

Es muy grato comunicarme con usted para expresarle mis respetos y así mismo mencionarle que, siendo bachiller de la Universidad Nacional Federico Villarreal, de la Facultad de Medicina "Hipólito Unanue" de la escuela de Nutrición, requiero validar mi instrumento con el que recogeré la información necesaria para poder desarrollar mi investigación y con la cual optaré la Licenciatura en Nutrición.

El título de mi tesis de investigación es "PERCEPCIÓN Y DECISIÓN DE COMPRA DE ALIMENTOS CON ADVERTENCIAS NUTRICIONALES EN LOS PADRES DE FAMILIA DE UNA INSTITUCIÓN EDUCATIVA PÚBLICA DURANTE LA PANDEMIA POR COVID - 19, 2022", y siendo imperioso contar con la aprobación de expertos para poder aplicar el instrumento en mención, he tenido a bien recurrir a usted, considerando su vasta experiencia en temas educativos y/o investigación educativa.

Manifestando mi muestra de respeto y consideración me despido de usted agradeciéndole por la atención prestada.

Atentamente.

Christian Santiago Aliaga Sandoval

Adjunto:

- Matriz de consistencia
- Operacionalización de variables
- Instrumento
- Formato de evaluación del instrumento

Validación por el primer experto.

FORMATO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE:

Autor:

Christian Santiago Aliaga Sandoval

Sección 1: Percepción sobre las advertencias nutricionales

Maque con un aspa (x) en cada ítem, según su opinión.

N°	Ítem	Suficiente ¹				Pertinencia ²				Relevancia ³				Claridad ⁴				Sugerencias
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
1	Me llaman la atención				X				X				X				X	
2	Son fáciles de identificar a primera vista				X				X				X				X	
3	Me proporcionan la información nutricional que necesito				X				X				X				X	
4	Considero que proporciona información confiable				X				X				X				X	
5	Me podrían ayudar a elegir un producto más sano				X				X				X				X	
6	Son fáciles de entender/usar				X				X				X				X	
7	Son simples y rápidas de interpretar				X				X				X				X	
8	Considera importante su implementación				X				X				X				X	

9	La información proporcionada es suficiente para tomar una decisión en la compra de un alimento				X				X				X				X	
10	Un producto sin advertencias nutricionales es más saludable que un producto con advertencias nutricionales				X				X				X				X	

Escala de evaluación: 1: Deficiente 2: Regular 3: Bueno 4: Excelente

Suficiencia¹: Se considera suficiente cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Pertinencia²: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

Relevancia³: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

Claridad⁴: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

FORMATO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE:

Autor:
Christian Santiago Aliaga Sandoval

Sección 2: Decisión de compra

Maque con un aspa (x) en cada ítem, según su opinión.

N°	Ítem	Suficiente ¹				Pertinencia ²				Relevancia ³				Claridad ⁴				Sugerencias
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
1	Mis hábitos de consumo cambiaron desde que aparecieron las advertencias nutricionales en los productos alimenticios				X				X				X				X	
2	Considero la cantidad de advertencias nutricionales al comprar algún alimento procesado				X				X				X				X	
3	Influye la presencia de las advertencias nutricionales en mi decisión de compra				X				X				X				X	
4	Me tomo el tiempo de leer las advertencias nutricionales				X				X				X				X	
5	Puedo interpretar las advertencias nutricionales correctamente				X				X				X				X	

6	Elijo comprar alimentos sin advertencias nutricionales para el consumo familiar				X				X				X				X	
7	Considero que luego de la aparición del COVID-19 le presto mayor atención a las advertencias nutricionales				X				X				X				X	

Escala de evaluación: 1: Deficiente 2: Regular 3: Bueno 4: Excelente

Suficiencia¹: Se considera suficiente cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Pertinencia²: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

Relevancia³: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

Claridad⁴: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Observaciones: NINGUNA

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. Dr./ Mg /Lic.: Dr. Luis Pavel Palomino Quispe DNI: [REDACTED]

Especialidad del validador: Especialista en Gestión de Calidad e Inocuidad – Doctor en Salud Pública



Firma del Experto Informante

Validación por el segundo experto.

FORMATO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE:

Autor:

Christian Santiago Aliaga Sandoval

Sección 1: Percepción sobre las advertencias nutricionales

Maque con un aspa (x) en cada ítem, según su opinión.

N°	Ítem	Suficiente ¹				Pertinencia ²				Relevancia ³				Claridad ⁴				Sugerencias				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4					
1	Me llaman la atención				x				x					x				x				
2	Son fáciles de identificar a primera vista																					
3	Me proporcionan la información nutricional que necesito				x				x								x				x	
4	Considero que proporciona información confiable				x				x								x				x	
5	Me podrían ayudar a elegir un producto más sano				x				x								x				x	
6	Son fáciles de entender/usar			x					x								x				x	Fáciles de entender / con rápidas de interpretar (si entiendo , interpreto) (item 6,7) considerar ítem 6: son fáciles de usar.
7	Son simples y rápidas de interpretar			x					x								x				x	Item 7: Son simples y rápidas de entender. (en el otro cuestionario hay una pregunta sobre interpretación ítem 5).

8	Considera importante su implementación				x				x								x				x	
9	La información proporcionada es suficiente para tomar una decisión en la compra de un alimento				x				x								x				x	
10	Un producto sin advertencias nutricionales es más saludable que un producto con advertencias nutricionales				x				x								x				x	

Escala de evaluación: 1: Deficiente 2: Regular 3: Bueno 4: Excelente

Suficiencia¹: Se considera suficiente cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Pertinencia²: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

Relevancia³: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

Claridad⁴: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

FORMATO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE:

Autor:

Christian Santiago Aliaga Sandoval

Sección 2: Decisión de compra

Maque con un aspa (x) en cada ítem, según su opinión.

N°	Ítem	Suficiente ¹				Pertinencia ²				Relevancia ³				Claridad ⁴				Sugerencias
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
1	Mis hábitos de consumo cambiaron desde que aparecieron las advertencias nutricionales en los productos alimenticios				X				X				X				X	
2	Considero la cantidad de advertencias nutricionales al comprar algún alimento procesado				X				X				X				X	
3	Influye la presencia de las advertencias nutricionales en mi decisión de compra				X				X				X				X	
4	Me tomo el tiempo de leer las advertencias nutricionales				X				X				X				X	
5	Puedo interpretar las advertencias nutricionales correctamente				X				X				X				X	

6	Elijo comprar alimentos sin advertencias nutricionales para el consumo familiar				X				X				X				X	
7	Considero que luego de la aparición del COVID-19 le presto mayor atención a las advertencias nutricionales				X				X				X				X	

Escala de evaluación: 1: Deficiente 2: Regular 3: Bueno 4: Excelente

Suficiencia¹: Se considera suficiente cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Pertinencia²: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

Relevancia³: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

Claridad⁴: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Observaciones: Item 6 y 7 del cuestionario percepción sobre las advertencias nutricionales

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. Dr./ Mg /Lic.: MSc. Yuliana Yessy Gomez Rutti DNI: [REDACTED]

Especialidad del validador: Magíster Scientiae en Nutrición Pública



MSc. Yuliana Yessy Gomez Rutti

Firma del Experto Informante

Validación por el tercer experto.

FORMATO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE:

Autor:

Christian Santiago Aliaga Sandoval

Sección 1: Percepción sobre las advertencias nutricionales

Maque con un aspa (x) en cada ítem, según su opinión.

N°	Ítem	Suficiente ¹				Pertinencia ²				Relevancia ³				Claridad ⁴				Sugerencias
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
1	Me llaman la atención				X				X				X				X	
2	Son fáciles de identificar a primera vista				X				X				X				X	
3	Me proporcionan la información nutricional que necesito				X				X				X				X	
4	Considero que proporciona información confiable				X				X				X				X	
5	Me podrían ayudar a elegir un producto más sano				X				X				X				X	
6	Son fáciles de entender/usar				X				X				X				X	
7	Son simples y rápidas de interpretar				X				X				X				X	
8	Considera importante su implementación				X				X				X				X	

9	La información proporcionada es suficiente para tomar una decisión en la compra de un alimento				X				X				X				X	
10	Un producto sin advertencias nutricionales es más saludable que un producto con advertencias nutricionales				X				X				X				X	

Escala de evaluación: 1: Deficiente 2: Regular 3: Bueno 4: Excelente

Suficiencia¹: Se considera suficiente cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Pertinencia²: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

Relevancia³: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

Claridad⁴: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

FORMATO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE:

Autor:
Christian Santiago Aliaga Sandoval

Sección 2: Decisión de compra

Maque con un aspa (x) en cada ítem, según su opinión.

N°	Ítem	Suficiente ¹				Pertinencia ²				Relevancia ³				Claridad ⁴				Sugerencias
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
1	Mis hábitos de consumo cambiaron desde que aparecieron las advertencias nutricionales en los productos alimenticios				x				x				x				x	
2	Considero la cantidad de advertencias nutricionales al comprar algún alimento procesado				x				x				x				x	
3	Influye la presencia de las advertencias nutricionales en mi decisión de compra				x				x				x				x	
4	Me tomo el tiempo de leer las advertencias nutricionales				x				x				x				x	
5	Puedo interpretar las advertencias nutricionales correctamente				x				x				x				x	

6	Elijo comprar alimentos sin advertencias nutricionales para el consumo familiar				x				x				x				x	
7	Considero que luego de la aparición del COVID-19 le presto mayor atención a las advertencias nutricionales				x				x				x				x	

Escala de evaluación: 1: Deficiente 2: Regular 3: Bueno 4: Excelente

Suficiencia¹: Se considera suficiente cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Pertinencia²: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

Relevancia³: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

Claridad⁴: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Observaciones: _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X] Aplicable después de corregir [X] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. Dr.: FILOMÓN PALOMINO ROMÁN DNI: [REDACTED]

Especialidad del validador: METODÓLOGO

A handwritten signature in blue ink, enclosed in an oval. The signature appears to be "F. Palomino Román".