



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD

ESCUELA PROFESIONAL DE NUTRICIÓN

**Importancia de las características del etiquetado
nutricional asociado a la percepción de la elección del
alimento ultra procesado en universitarios de Trujillo**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN NUTRICIÓN

AUTORA:

Vilas Boas Almeida, Valeria (ORCID: 0000-0002-2904-2920)

ASESOR:

Dr. Díaz Ortega Jorge Luis (ORCID: 0000-0002-6154-8913)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Promoción de la salud y desarrollo sostenible

TRUJILLO – PERU

2020

DEDICATORIA

A mi familia quienes por ellos soy lo que soy.

A mí esposo por su apoyo, comprensión, sacrificio y amor, por toda su ayuda en los momentos difíciles para poder alcanzar esta cúspide en mis estudios, a mis hijas por la paciencia, comprensión y todo el cariño brindado.

A mis padres por haberme dado todo lo que soy como persona, mis valores, mis principios, mi carácter, mi empeño, mi perseverancia y mi coraje para conseguir mis objetivos.

A todos mis queridos profesores y asesor, por la paciencia y por brindarme todo conocimiento a lo largo de mis estudios.

A mis colegas, por siempre brindarme apoyo en todos los momentos que compartimos durante nuestros estudios profesionales.

Por todos ellos y más mis éxitos son suyos.

AGRADECIMIENTO

A Dios por brindarme salud, a mi esposo Miguel Bardales por su apoyo incondicional en todos los momentos de mi vida, a mi profesor y asesor Dr. Diaz Ortega Jorge Luis por siempre orientarme y motivarme, a mis profesores que me brindaron los conocimientos tanto científicos como humano, y finalmente a mis compañeros que siempre estuvieron presentes apoyándome.

ÍNDICE

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
ÍNDICE DE TABLAS	v
RESUMEN	vi
ABSTRACT	vii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	4
III. METODOLOGÍA	11
3.1. Tipo y diseño de investigación	11
3.2. Operacionalización de variables	12
3.3. Población, muestra y muestreo (incluir criterios de selección)	13
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.	13
3.5. Procedimiento	14
3.6. Métodos de análisis de datos	15
3.7. Aspectos éticos	15
V. DISCUSIÓN	21
VI. CONCLUSIONES	26
VII. RECOMENDACIONES	27
REFERENCIAS	28
ANEXOS	32

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Importancia de las características del etiquetado nutricional en estudiantes universitarios de la ciudad de Trujillo Universidad Antenor Orrego (UPAO).	16
Tabla 2: Percepción de elección de alimento ultra procesado en estudiantes universitarios de la ciudad de Trujillo Universidad Antenor Orrego (UPAO).	18
Tabla 3: Asociación de la importancia de las características del etiquetado nutricional con la percepción de la elección de alimentos ultra procesados en estudiantes universitarios de la ciudad de Trujillo, Universidad Antenor Orrego (UPAO).	20

RESUMEN

El presente estudio consideró como objetivo determinar la asociación de la importancia de las características del etiquetado nutricional asociado con la percepción de la elección de alimentos ultra procesados en estudiantes de una universidad de la ciudad de Trujillo. El presente estudio es de tipo básica, de diseño no experimental, descriptivo correlacional en la que participaron 373 estudiantes de medicina. Se aplicó dos cuestionarios referentes a importancia de las características del etiquetado nutricional y percepción de elección de alimentos ultra procesados, compuesto de 06 preguntas cada uno; se utilizó el programa estadístico de SPSS 26 y la prueba de contingencia de chi cuadrado para establecer la relación de las variables. Las características del etiquetado nutricional se relacionan con la importancia del mismo de manera significativa. Se puede observar que la característica del octógono nutricional es tuvo más significado para los entrevistados, el 52% considera muy importante para la elección de consumo de alimentos ultra procesados de igual manera las 6 características del etiquetado nutricional se relacionan con la importancia del mismo de manera significativa ($p < 0.0001$); Se registró que para la percepción de elección del octógono nutricional el 61.9% tiene una connotación adecuada y el 38.1% contestó con connotación inadecuada para la percepción de elección, diferente de la importancia de las características del etiquetado nutricional se puede observar que la percepción de la elección no se relaciona significativamente con el tipo de connotación ($p = 0,454$). Se concluye que no existe relación entre la importancia de las características del etiquetado nutricional asociado con la percepción de elección de alimentos ultra procesados.

Palabras clave: etiquetado nutricional, percepción de elección, alimentos ultra procesados.

ABSTRACT

To determine the association of the importance of the characteristics of nutritional labeling associated with the perception of the choice of ultra-processed foods in students of a university in the city of Trujillo. The present study of the type basic, non-experimental, descriptive correlational design in which 373 medical students participated. Two questionnaires were applied regarding the importance of the characteristics of nutritional labeling and perception of choice of ultra-processed foods, composed of 06 questions each; the SPSS 26 statistical program and the chi square contingency test were used to establish the relationship of the variables. The characteristics of nutritional labeling are related to its importance in a significant way. It can be seen that the characteristic of the nutritional octagon had more meaning for the interviewees, 52% considered it very important for the choice of consumption of ultra-processed foods, in the same way the 6 characteristics of nutritional labeling are related to its importance in a way significant ($p < 0.0001$); It was recorded that for the perception of choice of the nutritional octagon, 61.9% have an adequate connotation and 38.1% answered with an inadequate connotation for the perception of choice, different from the importance of the characteristics of nutritional labeling, it can be observed that the perception of the choice is not significantly related to the type of connotation ($p = 0.454$). There is no relationship between the importance of the characteristics of nutritional labeling associated with the perception of choosing ultra-processed foods.

Keywords: nutritional labeling, perception of choice, ultra-processed foods.

I. INTRODUCCIÓN

El etiquetado nutricional es usado por los comerciantes desde el siglo XVIII, afín de generar mayores ventas de producto; en la actualidad un referente del etiquetado nutricional que influye al consumidor al momento de elegir un producto, es el mensaje subliminal que lleva el etiquetado nutricional inducido al consumidor desde lo visual, esto debido a las llamativas formas del diseño, escritura y colores¹. Otra herramienta poderosa que promueve la industria del etiquetado, es la capacidad de atracción del producto, que se basa en llamar la atención del consumidor con los llamativos colores con la intención de decir “aquí estoy yo”, haciendo más fácil la identificación del producto, ya que en la mayoría de las ocasiones el consumidor tiene poco tiempo para la decisión de consumo.²

La industria del etiquetado resalta la importancia que el consumidor aprenda a leer y analizar el etiquetado para una mejor elección de compra de un producto, la industria busca asegurar que en el primer contacto del consumidor con el producto se brinde a través del etiquetado, las características que influyen en la decisión de consumo tales como: valores, experiencias vividas entre otros.³

Actualmente la industria del etiquetado busca cada vez más, transmitir expectativas placenteras que hacen que el consumidor se sumerja en una serie de estímulos para lograr establecer una serie de conexiones emocionales con el producto, convirtiéndolo en una necesidad para el consumidor, la industria del etiquetado tiene la perspicacia de renovarse de acuerdo a las tendencias, todo con la intención de establecerse en las etapas de vida del consumidor.⁴ Otro punto que la industria trata de enfatizar es el empaque, que estimula al consumidor con sus colores y mensajes atractivos, principalmente al público infantil que se ve influenciado en los puntos de comercialización ya que estos productos “atractivos” se encuentran estratégicamente ubicados y distribuidos al alcance de sus vistas.⁵

Según menciona Fernández⁶ “las antiguas decisiones del gobierno tomadas juntos con la industria responsable del etiquetado nutricional, han venido conspirando para engañar al consumidor con publicidades en el etiquetado de forma engañosa, perjudicando la salud principalmente de los niños y de las personas de bajos

recursos económicos, que a largo plazo son las que más sufren con las consecuencias de los codiciosos intereses comerciales”.

La industria utiliza los empaques de los productos como espacio para evidenciar información que finalmente influye en la elección final de compra, y es por ese motivo que analizan el comportamiento del consumidor ante el producto, inclusive en el momento de evaluarlo en lo que se refiere a la calidad e información brindada.

7

De manera general, el consumidor Peruano no hace uso del etiquetado nutricional como una herramienta para beneficiarse, según La OMS ⁸ y Cáceres⁹ más del 50% si lee la etiqueta nutricional; en relación a los consumidores que no la leen, alrededor del 36% justifican no tener tiempo, seguido de otro 32% que no entiende lo que lee en el etiquetado nutricional; por otro lado en un congreso organizado por la SOPENUT (Sociedad Peruana de Nutrición) se indicó que más del 50% del consumidor peruano lee el etiquetado con frecuencia, incluso que más del 60% dice entender su contenido sin embargo menos del 16% responde acertadamente cuando se le consulta sobre las características nutricionales del producto.¹⁰

Lo primordial del etiquetado nutricional es que el consumidor se sienta identificado rápidamente con la información más relevante del producto como sus características, su elaboración, forma de consumo, tiempo de caducidad e información nutricional¹¹, sin embargo, el consumidor generalmente se deja llevar por las características superficiales en la elección del producto, sin importarle la verdadera finalidad de proporcionar un consumo seguro.¹²

La importancia del presente estudio de investigación radica en demostrar que las características del etiquetado tienen una función decisiva con el grado de percepción al momento de elegir un producto. Además, será útil para los profesionales nutricionistas como aporte de futuras investigaciones.

Los universitarios participantes en la investigación se verán beneficiados, ya que obtendrán el conocimiento de la asociación del etiquetado con el consumo desmedido de alimentos ultra procesados, previniendo los de futuras enfermedades; adicionalmente los Universitarios se verán favorecidos, ya que se logrará identificar la asociación del etiquetado con la elección de alimentos ultra

procesados, lo que disminuirá las cifras de estudiantes que padecerán enfermedades metabólicas.

De acuerdo a lo anteriormente expuesto, el presente proyecto se plantea la interrogante: ¿Cómo se asocia la importancia de las características etiquetado nutricional con la percepción de la elección de alimentos ultra procesados en estudiantes de una universidad de la ciudad de Trujillo?

Como objetivo general de la investigación se planteó determinar la asociación de la importancia de las características del etiquetado nutricional asociado con la percepción de la elección de alimentos ultra procesados en estudiantes universitarios y como específicos: Determinar la importancia del etiquetado nutricional; determinar la percepción de elección de alimentos ultra procesados.

A partir del problema formulado, se planteó la hipótesis de investigación fueron dos, la hipótesis alternativa (H1): Existe asociación entre las características del etiquetado con la percepción de la elección de productos ultra procesados en estudiantes de una universidad de la ciudad de Trujillo y la hipótesis nula (H0): no existe asociación entre la importancia de las características del etiquetado con la percepción de la elección de productos ultra procesados en estudiantes universitarios de una universidad de la ciudad de Trujillo.

II. MARCO TEÓRICO

En el Perú se desarrolló una encuesta en 25 ciudades del sector urbano, donde se encuestó a 1,000 personas de 18 años a más, la propuesta fue implementada para distinguir la preferencia sobre los tipos de alertas nutricionales, es decir para comprobar si el Octógono Nutricional o el Semáforo Nutricional, resulta ser el modelo que más influye en la elección del producto por parte de los consumidores. El resultado arrojó que el 67% prefieren el Semáforo Nutricional, el 19% optan por el Octógono Nutricional y el 14% prefieren ambos, la justificación para la elección, es que, según la mayoría de encuestados, el Semáforo Nutricional se entiende mejor y brinda más información en comparación con el Octógono Nutricional. Adicionalmente este estudio también proporcionó datos relevantes como que el 87% de los encuestados habían leído el etiquetado nutricional en los últimos 30 días y el 86% evalúan el etiquetado al adquirir un producto por primera vez.¹³

Un estudio realizado por Cárdenas¹⁴ en Quito realizado en el Ecuador con 169 adultos, donde se aplicó una encuesta de 15 preguntas sobre la importancia del semáforo nutricional relacionado al ingreso económico de los entrevistados concluyó que no existe relación entre las variables se puede observar que más del 50% de los consumidores con un bajo nivel de escolaridad y recursos consideran que el semáforo nutricional no es importante y el con 63% de los consumidores con un alto grado de escolaridad considera que el semáforo nutricional no es importante, concluyendo que no existe relación entre grado económico y conocimiento del etiquetado nutricional.

Otro estudio realizado por Freire¹⁵ cuyo el objetivo fue analizar la comprensión y actitudes relacionada a las alertas nutricionales el estudio estuvo compuesto por 171 participantes de los cuales la mayoría reconocieron y entendieron la importancia del mismo. Aunque el grupo de 15 a 19 años era indiferente a la información brindada en las alertas nutricionales entre otras características evaluada en el estudio, como conclusión no obtuvo un resultado favorable para los jóvenes en el momento de actuar en relación a la adquisición de un alimento.

En un estudio según Norazlanshah et al¹⁶, el objetivo de este estudio fue determinar la relación entre género y conocimiento de los estudiantes con el uso

del etiquetado nutricional el estudio estuvo compuesto por 95 estudiantes donde más del 55% hacia el uso moderado del etiquetado nutricional, referente a los conocimientos del etiquetado hubo una respuesta positiva en el estudio realizado donde el estudio realizó con significancia en todos ámbitos.

Otro estudio realizado por Norazmir, et al¹⁷ examinó el conocimiento nutricional del consumidor con la información nutricional brindada en el etiquetado nutricional el estudio encuentro que el conocimiento nutricional es imprescindible para la comprensión del etiquetado nutricional y que los componentes débil de las características del etiquetado se encuentra en el componente de ingredientes donde los consumidores tiene menos conocimientos en comparación a la información nutricional esa debilidad se encuentro más en el público joven.

Según el estudio realizado por Walters et al¹⁸. cuyo objetivo fue determinar las diferencias en el conocimiento nutricional afectaron la forma en que las mujeres interpretan las señales en las etiquetas de los alimentos, participaron 106 estudiantes universitarias (61 expertas, 45 novicias), lo resultados fueron favorable para las 61 participantes expertas en el tema y como era de esperar para las participantes sin conocimiento no fueron favorable lo que resalta la importancia del conocimiento en el tema referente a conocimiento nutricional.

Otro estudio realizado por Cecchini et al¹⁹ tuvo como objetivo evaluar la eficacia del etiquetado nutricional para incrementar la elección de alimentos saludables, el estudio no obtuvo resultados estadísticamente significativos. Así mismo el estudio sugiere que el etiquetado nutricional debería tener un enfoque más objetivo para orientar a los consumidores al momento de elegir productos más saludables.

En un estudio realizado por Tórtora²⁰ donde el objetivo del estudio fue evaluar la influencia de las advertencias nutricionales y otra información que se muestra en el etiquetado nutricional de los alimentos para transmitir a asociaciones de salud sobre la elección de alimentos y la percepción visual de los consumidores, el estudio se realizó con 124 personas y tuvo como resultados que no favorece ya que en el tipo de producto fue la variable más importante que influyó en la elección de galletas y crackers el estudio enfatiza que no se puede esperar que el etiquetado nutricional causen cambios radicales en los consumidores.

Un estudio realizado por Cowburn ²¹ cuyo el objetivo de explorar investigaciones sobre la comprensión y el uso del etiquetado nutricional por parte de los consumidores que es culturalmente aplicable en Europa, con diseño de revisión sistemática donde se evaluó ciento tres artículos que informaban sobre la comprensión o el uso del etiquetado nutricional, la mayoría de ellos originarios de América del Norte o Europa del Norte. Sólo 9% de los artículos considerados de calidad alta o media-alta se encontró que el uso informado de etiquetas nutricionales es alto, pero medidas más concretas sugieren que el uso real de etiquetas nutricionales en el momento de la elección de alimentos puede ser mucho menor.

Otro estudio realizado por Carreras et al ²² cuyo el objetivo fue determinar la relación entre el consumo de alimentos ultra procesados, el sobrepeso, la obesidad, y el riesgo cardiovascular, pertenecientes al programa de prevención cardiovascular para el estudio obtuvo 95 participantes donde la mayoría presentó exceso de peso, riesgo cardiovascular severo y elevado consumo de alimentos ultra procesados. El objetivo del estudio realizado por Zapata ²³ describe los cambios en el patrón de consumo de alimentos y bebidas indica que los consumidores prefieren alimentos envasados por la misma practicidad, sin tomar en consideración el daño que estos productos provocan.

Los datos principales del etiquetado se basan en nombre del alimento, contenido neto, lista de ingredientes, registro sanitario, fecha de vencimiento, instrucción para el uso, nombre y dirección del fabricante e identificación del lote, además información que permite facilitar la elección del consumidor, como por ejemplo la referente a los contenidos de ingredientes: (aditivos alimentarios, carbohidratos, gluten, grasa trans, proteínas, lactosa, sodio, tartrazina), también hacen referencia al tamaño de las porciones, la cantidad de kilocalorías, azúcares totales grasas totales y calorías.²⁴

El etiquetado nutricional es una herramienta importante para el consumidor a la hora de elegir un producto, es por esa razón que tiene una serie de características para facilitar la elección del consumidor, una de ellas es la Información Nutricional, que sirve para limitar el consumo determinado de nutrientes de manera excesiva, esta información viene expresada como contenido de energía y nutrientes por

porciones del producto consumido, algunos ingredientes como los ácidos grasos, proteínas, azúcares totales son expresados en gramos y la energía es expresada en calorías (kcal), los valores son expresados en dos columnas, una para información para cada 100g o 100ml del producto y la otra columna para informar la cantidad de porción por consumo habitual.²⁵

El etiquetado nutricional también contiene información referente al lugar de fabricación del producto, indicando el país de origen, garantizando así la transparencia y trazabilidad²⁶. La normativa RSA (Reglamento de los Alimentos), es un decreto responsable por todos los componentes para la producción del producto desde la infraestructura, producción y todo el proceso involucrado hasta la importación, y tiene como prioridad proteger la salud²⁷. La información del origen del producto da al consumidor la opción en el momento de elegir un producto ya sea nacional o importado²⁸.

Los Ingredientes, que es un componente donde debe estar especificado de menos a más toda la cantidad de aditivos utilizados para la elaboración del producto, algunas sustancias en específico como colorantes Amarillo Crepúsculo y Tartrazina, es información imprescindible en el etiquetado ya que puede producir una reacción en personas alérgicas, trayendo consecuencias para su salud²⁹. En la lista de ingredientes tendría que estar especificado con la palabra “contiene” y la cantidad expresadas en porciones, toda esta información es guiada y respaldada por la OMS.³⁰

El diseño del empaque que como estrategia busca tendencias y conceptos para permanecer en la vida del consumidor a largo plazo, así el diseño del etiquetado, desarrolla características basadas en diferentes perfiles de consumidor como por ejemplo: diseño con propósito, destinados a consumidores que valoran una causa social o algún propósito específico, haciendo que el consumidor se sienta involucrado con el mismo propósito propuesto cuando elige el producto; diseño divertidos, reconocidos por diseños atractivos, llenos de colores fuertes y muy lúdicos destinados a público infantil y cuya principal intención es hacer del alimento algo más parecido a un juego; diseño ecológico o ecodiseño, este tipo de propuesta orienta la presentación de un producto para que éste sea percibido como biodegradable, lo cual hace que el consumidor desarrolle un sentimiento de

colaboración con su entorno al mitigar el impacto de contaminación ambiental. Todas esas estrategias de diseño son utilizadas para promover experiencias y conectarse al momento de la elección de compra del consumidor.³¹

Por otro lado, el mensaje subliminal otra característica en lo que ha empaquetado se refiere, consiste en utilizar diseños con efectos imperceptibles al ojo humano, no percibidos de forma consciente, pero sí para el inconsciente, al punto de influenciar de forma determinante al momento de tomar una decisión de consumo. El mensaje subliminal es transmitido vía una imagen u objeto que posee un significado oculto, el cual despertará la curiosidad de forma atrayente hacia el producto, es una señal o mensaje de baja intensidad diseñado para pasar por debajo de los límites normales de percepción del consumidor.³²

Un ejemplo de mensaje subliminal es el snack “Tostitos” producto altamente comercializado por compañía multinacional Frito-Lay. Lo llamativo del empaque es que se presenta con dos letras T ubicadas al medio del logo del producto, donde se exhibe a dos personas que comparten el snack acompañado de una salsa roja; otro producto con un mensaje subliminal es el popular “Doritos” que viene un empaque cuya presentación contiene la palabra “Dinamita” con dos dinamitas dibujadas en las letras I para expresar que el producto es altamente picante. Otros tipos de mensajes subliminales se presentan vía texto en formas de cortos mensajes llamativos para atraer al consumidor, como por ejemplo, en las galletas “Oreo”, producto que exhibe una frase polémica que dice: “abre, chupa y moja”, dándole un contexto sexual al mensaje del producto; por otro lado, tenemos al chocolate “Sublime”, que muestra una línea curvada que alude a la expresión de una sonrisa y debajo de ella lleva como texto la palabra “Sonrisa”, lo que alude a sentimientos de satisfacción y felicidad. Todos estos mensajes subliminales son elaborados estratégicamente para influenciar en la percepción del consumidor al momento de la elección de consumo.³³

Dentro de todas estas características, también tenemos los Alertas Nutricionales, dentro de ellas están los famosos Semáforos Nutricionales y Octógonos Nutricionales; el Semáforo Nutricional es una propuesta destinada a promover el cambio en la calidad alimentaria de la población y está compuesto por tres colores: verde que simboliza un alimento bajo en azúcares y grasas, seguro para consumir

diariamente; el color amarillo que representa alimentos cuyo consumo debe ser moderado y el color rojo que representa alimentos con alto contenido en grasa y azúcares y cuyo consumo debe ser evitado ya que puede ocasionar enfermedades crónicas.³⁴

Referente al Octógono Nutricional, es una propuesta utilizada en Perú a fin de disminuir el consumo excesivo de alimentos ultra procesados y disminuir el sobrepeso y obesidad en la población, los productos consignarán una advertencia de acuerdo al contenido, pudiendo llegar hasta cuatro el número de octógonos de advertencia. Los Octógonos Nutricionales se expresan en color negro y blanco, con la tipografía HelvéticaLT-Std Bold y en el caso que el producto tenga las cuatro advertencias, se colocarán el aviso “Evitar el consumo excesivo”.³⁵

Los Octógonos de Advertencia se consignarán en el caso de un producto que contiene: Alto en Grasas Trans para productos que excedan el valor permitido de 5g de ácidos grasos trans por cada 100g o 100ml de materia grasa; Alto en Sodio para productos con un registro igual o mayor a 800mg por cada 100g para productos sólidos y en bebidas 100mg por cada 100ml; alerta de Alto en Grasas Saturadas para productos con registro mayor o igual al equivalente 6g por cada 100g en productos sólidos y en caso de bebidas 3g por cada 100ml, finalmente Alto en Azúcar para productos con un registro igual o mayor a 22.5g por cada 100g para productos sólidos y en bebidas para un índice igual o mayor a 6g por cada 100ml.³⁶

Los alimentos ultra procesados vienen produciendo un gran cambio en el consumo, la industria alimentaria sigue incrementando sus volúmenes de venta, gracias al constante aumento del consumo masivo de productos ultra procesados, los cuales son altamente preferidos por su precio y su practicidad para ser elegidos y consumidos. “Según Martínez³⁷ en países como Brasil y México, aproximadamente tres-cuartos de la población obtienen el aporte calórico diario proveniente del consumo de snacks (74% Brasil y 73% México). En escolares de países como Estados Unidos y México, el 27% de sus requerimientos diarios de energía provienen de la ingesta de snacks”.

En el Perú la DIRECTIVA SANITARIA N°063-MINSA/DGPS.V.01 ³⁸ vela por la seguridad alimentaria en quioscos y comedores en las instituciones educativas, y

es responsable por promover la práctica de la alimentación saludable, esta resolución abarca todos los requisitos para una alimentación segura en todo su ámbito a nivel nacional, invocando a todos los involucrados para contribuir con estas prácticas. La estrategia utilizada invoca la coordinación de reuniones, que involucran la Institución de Salud, la propia Institución Educativa y los Padres de Familia, para aportar una estrategia conjunta que garantice la seguridad de quioscos y comedores escolares, planificando actividades que permitan ejecutar el plan de trabajo.³⁹

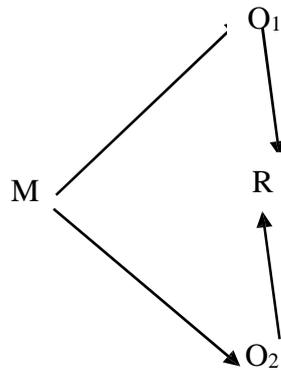
El Decreto Supremo N° 034-2008-AG promueve la alimentación saludable para niños, niñas y adolescentes, respalda la seguridad y la práctica de la actividad saludable en quioscos y comedores de las Instituciones Educativas, vigilando la publicidad referente a productos inapropiados como alcohol, golosinas y alimento ultra procesados, así mismo, previene enfermedades como diabetes, colesterol elevado y obesidad, en niños y adolescentes.⁴⁰

Uno de los factores que impulsa la elección del alimento es el social y el económico, un individuo con mayor poder adquisitivo y con mayor nivel educacional tiene más acceso a la elección del alimento en comparación a un individuo con nivel socioeconómico y nivel educacional bajo, esto según el plan de acción de la OPS para la reducción de la obesidad en la niñez y la adolescencia, que fue aprobado por los Estados Miembros a finales del 2014, donde se hace referencia una serie de factores que influyen en los comportamientos alimentarios.⁴¹ Con el ingreso y promoción de empresas extranjeras multinacionales a partir de los años ochenta, la reventa al menudeo se encuentra más accesible generando una desregularización sin medida a la venta de alimentos ultra procesados.⁴²

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

El presente estudio tuvo un enfoque cuantitativo, es del tipo básica y de diseño no experimental, descriptivo - correlacional.



Donde:

M = Muestra Universidad Privada Antenor Orrego (UPAO)

O1 = Importancia de las características del etiquetado nutricional

O2 = Percepción de elección del producto ultra procesado

r = Relación entre dichas variables.

3.2. Operacionalización de variables

Importancia de la Características del Etiquetado Nutricional: Variable cualitativa.

- Definición conceptual: Es información nutricional que auxilia al consumidor en la indicación referente al valor nutritivo de un producto.⁴³
- Definición operacional: Se determinó mediante cuestionario sobre las características del etiquetado Información nutricional, ingredientes, diseño, mensaje subliminal y alertas nutricionales.
- Indicadores: 1. Poco importante, 2. Importante, 3. Muy importante
- Escala de medición: Nominal

Percepción de elección del producto: Variable cualitativa

- Definición conceptual: Es la percepción generada en el consumidor a través de los estímulos para la adquisición de un producto.⁴⁴
- Definición operacional: Se determinó la percepción de elección de un producto ultra procesado a través de un cuestionario, sobre cómo las percepciones del consumidor influyen en la elección del producto.
- Indicadores: Connotación de elección adecuada y connotación de elección inadecuada.
- Escala de medición: Nominal. Ver anexo (1).

3.3. Población, muestra y muestreo (incluir criterios de selección)

Población: La población estuvo constituida por estudiantes de la escuela de medicina de la UPAO se optó por esta población por ser factible tener acceso a los datos necesarios para determinar la relación entre variables y diversas investigaciones han utilizado esta población, dando resultados coherentes y de gran importancia.

Criterios de inclusión: Todos los universitarios que aceptaron realizar el cuestionario propuesto vía conferencia virtual en vivo, que pertenezcan a la UPAO, y tengan entre 17 a 29 años de edad.

Criterios de exclusión: Universitarios de UPAO que no cuenten con dispositivos electrónicos, universitarios que no cuenten con señal de internet, universitarios con discapacidad visual y auditiva.

Muestra: La muestra estuvo conformada por 373 universitarios, seleccionados mediante la fórmula para hallar muestra de población finita. (Ver anexo 2).

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.

La técnica aplicada es la entrevista, para determinar las características del etiquetado nutricional se utilizó un cuestionario con seis (6) preguntas utilizando la escala de Likert, las cuales tuvo las siguientes opciones como respuestas (No es importante, importante y Muy importante), ver anexo 3, y para determinar la Percepción de la Elección del Producto se utilizó un cuestionario con seis (6) preguntas con dos respuestas para connotación adecuada y dos respuestas para connotación inadecuada, ver anexo 3. Las preguntas fueron directas, y estuvo orientadas a obtener información específica y fueron aplicadas de forma completamente neutral por parte del entrevistador.

Validez de la encuesta

El cuestionario de preguntas fue validado a cargo de 03 profesionales en nutrición de la salud que dominaron el tema referente a la importancia de las características del etiquetado nutricional y la percepción de elección de consumo, ellos dieron su

punto de vista y corrigieron algunas interrogantes para que de esta manera el resultado del cuestionario sea entendible y eficaz. (Ver anexo 4).

Confiabilidad de la encuesta

Para hallar la confiabilidad del instrumento se tomó en cuenta el resultado que se obtuvo en la prueba piloto que se realizó a 30 estudiantes de la UPAO, realizada en el programa SPSS, con el método de consistencia de Kuder Richardson, donde se obtuvo una confiabilidad de 0.95, por esta razón quiere decir que el instrumento es confiable.

3.5. Procedimiento

Para la captación de los universitarios, se realizó la coordinación con la delegada de la Escuela de Medicina de la Universidad Privada Antenor Orrego, motivo por el cual se le solicitó los datos personales correspondientes a nombres y correos electrónicos, los cuales permitieron realizar el cuestionario virtual utilizando la plataforma de videoconferencia por internet denominada ZOOM.

La ejecución de la entrevista consistió en contactar a los universitarios y pactar citas según los horarios de mayor disponibilidad, al momento de la reunión se les solicitó de manera amable su participación y respetando la decisión de la persona a participar o no, a través de un consentimiento informado. (Ver anexo 5). Se inició con la presentación del proyecto y en qué consiste, luego de la presentación, se llevó adelante el proceso en dos etapas que se realizó en el mismo día, en la primera se les aplicó un primer cuestionario compuesto de seis preguntas, las fueron directas y estuvieron orientadas a obtener una información específica en relación a la importancia del etiquetado nutricional. La segunda fase inició mostrándole a los universitarios tres productos ultra procesados (galletas, golosinas y snacks) para posteriormente proceder con la aplicación del segundo cuestionario, que estuvo compuesto por seis preguntas de múltiple elección, las cuales fueron orientadas a obtener información específica en relación a la percepción de la elección del producto ultra procesado por parte de los universitarios de la UPAO.

Finalizada la segunda fase y completado el procedimiento del cuestionario, se realizó la recopilación de datos para dar inicio a la etapa de análisis de resultados.

3.6. Métodos de análisis de datos

Para determinar la asociación entre la importancia de las características del etiquetado y la asociación de percepción en la elección de consumo en estudiantes de la UPAO, que participaron de la encuesta, se realizó la prueba de Chi cuadrado. Ver anexo (6).

3.7. Aspectos éticos

Se explicó a todos los involucrados el procedimiento de cada evento basándose en principio ético se respetó a la dignidad y a la protección de los derechos y bienestar de las personas ,salvaguardando su integridad física y mental y confidencialidad ya que obtuve datos personales como números de teléfonos y correos electrónicos de los participantes, los datos recolectados son de suma confiabilidad asegurando la beneficencia, la no maleficencia y la justicia la protección y bienestar de los participantes, el principio de justicia exige el derecho a un trato de equidad.

IV. RESULTADOS

Tabla 1: Importancia de las características del etiquetado nutricional en estudiantes universitarios de la ciudad de Trujillo.

IMPORTANCIA DEL ETIQUETADO NUTRICIONAL	CARACTERÍSTICAS DEL ETIQUETADO NUTRICIONAL											
	Octógono Nutricional		Ingredientes		Mensaje de Texto		Información Nutricional		País de Origen		Diseño del Empaque	
1. POCO IMPORTANTE	68	18.20%	76	20.40%	84	22.50%	99	26.50%	76	20.40%	67	18.00%
2. IMPORTANTE	111	29.80%	169	45.30%	153	41.00%	145	38.90%	135	36.20%	164	44.00%
3. MUY IMPORTANTE	194	52.00%	128	34.30%	136	36.50%	129	34.60%	162	43.40%	142	38.10%
TOTAL	373	100.00%	373	100.00%	373	100.00%	373	100.00%	373	100.00%	373	100.00%

Fuente: Cuestionario aplicado a estudiantes universitarios de la Universidad Antenor Orrego de la ciudad de Trujillo.

Se registró que para la característica del octógono nutricional el 18.2% considera poco importante, 29.8% considera importante y el 52% considera muy importante para la elección de consumo de alimentos ultra procesados. Para la característica referente a la característica del ingrediente el 20.4% considera poco importante, 45.3% importante y 34.3% contestó muy importante.

Referente a la característica mensaje de texto el 22.5% considera poco importante esa característica, 41% considera importante y el 36.5% muy importante, en la característica dirigida a información nutricional se obtuvo un resultado de 26.5% para poco importante, 38.9% importante y 34.6% considero muy importante, en la característica país de origen el 20.4% considera poco importante, 36.2% importante y 43.4% muy importante. Finalmente, para la característica del diseño de empaque 18% de los estudiantes entrevistados contestó poco importante, 44% importante y 38.1% muy importante.

De esta manera las características del etiquetado nutricional se relacionan con la importancia del mismo de manera significativa ($P < 0.0001$).

Tabla 2: Percepción de elección de alimento ultra procesado en estudiantes universitarios de la ciudad de Trujillo.

CONNOTACIONES	PERCEPCIÓN DE ELECCIÓN											
	Octógono Nutricional		Ingredientes		Mensaje de Texto		Información Nutricional		País de Origen		Diseño del Empaque	
ADECUADA	231	61.90%	215	57.60%	208	55.80%	194	52.00%	203	54.40%	179	48.00%
INADECUADA	142	38.10%	158	42.40%	165	44.20%	179	48.00%	170	45.60%	194	52.00%
TOTAL	373	100.00%	373	100.00%	373	100.00%	373	100.00%	373	100.00%	373	100.00%

Fuente: Cuestionario aplicado a estudiantes universitarios de la Universidad Antenor Orrego de la ciudad de Trujillo.

Se registró que para la percepción de elección del octógono nutricional el 61.9% tiene una connotación adecuada y el 38.1% contestó con connotación inadecuada para la elección. Para la cuestión referente a ingredientes el 57.6% contestó con connotación adecuada y el 42.4% con connotación inadecuada.

Referente al mensaje de texto el 55.8% tiene una connotación adecuada y el 44.2% obtuvo una connotación inadecuada, en la cuestión referente a información nutricional el 52% obtuvo una connotación adecuada y el 48% connotación inadecuada, en la cuestión país de origen 54.4% obtuvo una connotación adecuada y el 45.6% connotación inadecuada, y finalmente para diseño del empaque el 48% contestó con connotación adecuada y el 52% connotación inadecuada.

Sin embargo se puede observar que la percepción de la elección no se relaciona significativamente con el tipo de connotación, ($P= 0.454$).

Tabla 3: Asociación de la importancia de las características del etiquetado nutricional con la percepción de la elección de alimentos ultra procesados en estudiantes universitarios de la ciudad de Trujillo.

IMPORTANCIA DE LAS CARACTERÍSTICAS DEL ETIQUETADO NUTRICIONAL		PERCEPCIÓN DE ELECCIÓN				Significancia
		Adecuada	Inadecuada	N	Total	
Octógono Nutricional						
Poco importante	40	10.70%	28	7.50%	68	18.20%
Importante	70	18.80%	41	11.00%	111	29.80%
Muy importante	121	32.40%	73	19.60%	194	52.00%
Total	231	61.90%	142	38.10%	373	100.00%
Ingredientes						
Poco importante	45	12.10%	31	8.30%	76	20.40%
Importante	100	26.80%	69	18.50%	169	45.30%
Muy importante	70	18.80%	58	15.50%	128	34.30%
Total	215	57.60%	158	42.40%	373	100.00%
Mensajes de Texto						
Poco importante	56	15.00%	28	7.50%	84	22.50%
Importante	80	21.40%	73	19.60%	153	41.00%
Muy importante	72	19.30%	64	17.20%	136	36.50%
Total	208	55.80%	165	44.20%	373	100.00%
Información Nutricional						
Poco importante	48	12.90%	51	13.70%	99	26.50%
Importante	79	21.20%	66	17.70%	145	38.90%
Muy importante	67	18.00%	62	16.60%	129	34.60%
Total	194	52.00%	179	48.00%	373	100.00%
País de origen						
Poco importante	42	11.30%	34	9.10%	76	20.40%
Importante	76	20.40%	59	15.80%	135	36.20%
Muy importante	85	22.80%	77	20.60%	162	43.40%
Total	203	54.40%	170	45.60%	373	100.00%
Diseño de Empaque						
Poco importante	34	9.10%	33	8.80%	67	18.00%
Importante	78	20.90%	86	23.10%	164	44.00%
Muy importante	67	18.00%	75	20.10%	142	38.10%
Total	179	48.00%	194	52.00%	373	100.00%

Fuente: Cuestionario aplicado a estudiantes universitarios de la Universidad Antenor Orrego de la ciudad de Trujillo.

Se observa en el resultado arrojado en la tabla correspondiente a la asociación de la importancia de las características del etiquetado nutricional con la percepción de la elección de alimentos ultra procesados por estudiantes universitarios que la percepción de la elección de los entrevistados no se relaciona con la importancia de las diferentes características del etiquetado nutricional.

V. DISCUSIÓN

En el presente estudio no se encontró asociación significativa entre las características del etiquetado nutricional con la percepción de la elección del alimento ultra procesado, esto puede ser explicado porque los entrevistados podrían preferir satisfacer sus gustos antes de llevar un estilo de vida saludable.

En un estudio realizado por Galarza Morrillo et al ¹² se encontró que hay poca comprensión del conocimiento nutricional y el uso de etiquetas nutricionales entre los adultos jóvenes, también se determinó que más de la mitad de la población estudiada no utiliza la etiqueta nutricional y la razón principal de esto es la no comprensión de los términos de la etiqueta, además se encontró que el nivel de conocimiento nutricional es bajo en la población; estos resultados difieren con el de este estudio, como se puede observar en la tabla 1 de las características del etiquetado nutricional los estudiantes universitarios, demostró tener conocimiento de la importancia del etiquetado nutricional al momento de elegir un producto ultra procesado, debido a que los estudiantes de medicina, la mayoría de éstos tiene noción de la importancia de las características del etiquetado nutricional.

En un estudio realizado por Norazmir¹⁷ se determinó que la diferencia en cuanto a conocimiento sobre nutrición, difiere en la percepción de elección de un alimento ultra procesado, ya que en este estudio se comparó a un grupo de expertos con otro grupo, los cuales eran novatos y se observó que el grupo de expertos analizó de manera adecuada y emitieron juicios sobre los productos alimenticios, a diferencia de los novatos, los cuales utilizaron los pocos conocimientos que tienen de nutrición para hacer comparaciones simples sobre las señales extrínsecas en las etiquetas; este hallazgo se relaciona con lo encontrado en el presente estudio, ya que en ambos estudios como demuestra en la tabla 2 sobre la percepción de

elección de alimentos ultra procesados no hay una adecuada percepción en el momento de elegir un producto aun tratándose de estudiantes de medicina que se supone tienen nociones de una adecuada nutrición, podemos suponer por los resultados de ambos estudios que el etiquetado nutricional no ofrece información o atractivos convincentes para que el consumidor elija un producto priorizando la salud.

En un estudio realizado por Pollan¹³ los resultados confirman la importancia que tiene el etiquetado nutricional; sin embargo a pesar de ser importantes no se puede esperar que cause cambios completos en los hábitos alimenticios de los consumidores, ya que la mayoría le da más importancia a otros aspectos como por ejemplo la accesibilidad y practicidad de consumir un producto; lo cual se relaciona con lo encontrado en el presente estudio, ya que como se observa en la tabla 3, que los estudiantes universitarios entrevistados reconocieron las características del etiquetado nutricional, sin embargo los jóvenes a pesar de que saben de la importancia, tienen percepciones con connotaciones inadecuadas en la toma de decisión en la elección del producto, probablemente por lo anteriormente mencionado, es decir le dan más importancia a otras características del producto ya sea por motivos de adicción, de costumbre o simplemente desinterés por el tema.

Un estudio realizado por Cardenas en Quito¹⁴, Ecuador, nos dice que no existe relación entre la adquisición de alimentos procesados y la importancia del conocimiento sobre el etiquetado nutricional. Estos resultados pueden ser explicados ya que el territorio evaluado está constituido por una población vulnerable con bajos ingresos, lo cual es un factor determinante para que los pobladores elijan alimentos ultra procesados para su consumo diario, ya que son menos costosos; de la misma forma en el presente estudio se demostró que aun tratándose de estudiantes de universidad privada, éstos afirman consumir esos alimentos ultra procesados por su bajo precio y su fácil accesibilidad.

A diferencia de otro estudio realizado por Freire et al¹⁵ cual se halló que la mayoría de participantes reconocieron y entendieron el sistema de octógono nutricional, aunque de forma similar al presente estudio con el 81.80% de los entrevistados afirmaron que es importante el octógono nutricional al momento de la elección, sin

embargo el 38.10% tiene una percepción inadecuada al momento de elegir un producto ultra procesado en ambos estudios refieren valorar más el gusto de los productos que su contenido nutricional y la fácil accesibilidad a los productos ultra procesados. Ambos estudios tienen similitud, ya que los entrevistados afirman tener conocimiento de las características del etiquetado nutricional incluso las consideran importante, sin embargo, al momento del consumo eligen alimentos ultra procesados, eso se puede explicar ya que en ambos estudios se trata de una población de estudiantes jóvenes con muy poca preocupación por el tipo de alimento ingerido.

En un estudio realizado por Norazlan Shah et al¹⁶, la cual también fue realizada con estudiantes al igual que el presente estudio, se obtuvo como resultado la existencia de un uso moderado del etiquetado nutricional, sin embargo no se encontró asociación entre el conocimiento con respecto a las características del etiquetado nutricional con la toma de decisión al momento de realizar la compra de estos productos ultra procesados, adicionalmente en el estudio mencionado se encontró una asociación significativa entre la actitud y el uso de la etiqueta nutricional en la decisión de compra de los estudiantes. Esta similitud de resultados puede ser explicada ya que la población son estudiantes, al igual que en el presente estudio, por lo cual podemos asociar la edad con la inadecuada percepción que se tiene respecto a las características del etiquetado nutricional.

Un estudio realizado por Walters¹⁸, el cual nos informa que el etiquetado nutricional de los alimentos mostró un incremento en la cantidad de personas con una percepción adecuada de productos saludables; en este estudio la cantidad de personas que eligen un producto saludable guiándose del etiquetado nutricional es favorable para la elección relacionada a la característica del octógono nutricional, sin embargo referente a la característica de ingredientes no presenta significancia, igual que en el presente estudio donde los entrevistados no tenían el conocimiento suficiente de los ingredientes informados en el etiquetado nutricional, por tanto podemos concluir que esta característica en el etiquetado nutricional no brinda detalles suficientes para orientar al consumidor para una elección adecuada.

Una de las causas por la cual este tipo de productos ultra procesados son elegidos con frecuencia a pesar de las características del etiquetado nutricional, es por lo

atractivo de ciertas características, las cuales no son nutricionales. En el presente estudio, hubo una respuesta significativa para las características del etiquetado nutricional, sin embargo, se demostró en la tabla de percepción de elección que no hay una relación significativa con la importancia de las diferentes características del etiquetado nutricional. Se puede concluir que los entrevistados pueden optar principalmente por otros gustos cotidianos, pero también pueden estar relacionados con problemas socioeconómicos, educativos y desinterés del tema; como lo indica Carreras et al ¹⁹ nos informan que los alimentos ultra procesados se caracterizan por ser excesivamente sabrosos, debido a que tienen aditivos, además estos poseen potenciadores de sabor los cuales, ocasionan que los consumidores adquieran patrones alimenticios negativos.

El estudio realizado por Tortora ²⁰ encontró que parte de los consumidores de América del Norte y Europa del Norte tienen un alto conocimiento de los componentes del etiquetado nutricional, sin embargo, también nos dice que el uso real del etiquetado nutricional al momento de la compra de alimentos probablemente no es favorable, ya que eligen productos mayormente por agrandar el paladar sin tomar conciencia de la composición del producto. Además nos informa que, si bien los consumidores observan el etiquetado nutricional, no comprenden toda la información que contiene, por lo tanto esto podría ser una de las razones por las cuales al momento de elegir los alimentos, lo hacen de manera inadecuada a pesar de observar el etiquetado; esto se relaciona con lo hallado en el presente estudio, ya que podemos observar que la mayoría de los entrevistados conocen sobre las características del etiquetado nutricional, sin embargo se mantiene el mismo comportamiento de elección inadecuada.

Algunos de los consumidores de este tipo de alimentos ultra procesados pueden presentar ciertas dificultades al momento de la interpretación del etiquetado nutricional; y por esto, podrían asumir que es poco importante y por consiguiente, preferir sus gustos y malos hábitos alimenticios en lugar de tener en cuenta la información que se tiene en la etiqueta; según el estudio de Cowburn ²¹, señalan que el consumo de alimentos saludables está disminuyendo y por el contrario, el consumo de alimentos ultra procesados se está haciendo cada día más frecuente, afectando generaciones.

En este estudio se evaluó la importancia que tienen las características del etiquetado nutricional y se asoció a la percepción de la elección de alimento ultra procesado, evaluando la connotación de cada entrevistado como adecuada e inadecuada para encontrar un mejor resultado referente a característica del etiquetado y elección del producto ultra procesado. Lo que motivó esta investigación, fue que aproximadamente el 70% de la población en el Perú sufre de sobrepeso u obesidad, además de enfermedades asociadas como diabetes, hipertensión arterial, y problemas cardiovasculares³⁷; debido a esto, es importante que las personas tengan en cuenta la importancia de esta herramienta de salud pública, el etiquetado nutricional, para que así se pueda prevenir y controlar ciertas enfermedades consecuentes al consumo de alimentos ultra procesados.

Cabe resaltar que la importancia de este estudio no solo contribuye informando a estudiantes de medicina y nutrición, sino también a la población general, ya que debemos tener en cuenta que la alimentación correcta es vital para tener una vida saludable, tanto a corto como a largo plazo. Es importante recordar que la principal estrategia implementada encargada de modificar la percepción de elección de alimentos ultra procesados es la educación nutricional, además de la información proporcionada a la población general a través del etiquetado nutricional.

VI. CONCLUSIONES

Se comprobó que para los estudiantes universitarios de la ciudad de Trujillo las características del etiquetado nutricional se relacionan con su importancia, de esta manera las características del etiquetado nutricional se relacionan con la importancia del mismo de manera significativa.

La percepción de la elección puede tener una connotación adecuada o inadecuada en su respuesta sin que exista coincidencia entre percepción de la elección del producto y la connotación de su respuesta

La importancia de las características del etiquetado nutricional no se asocia con la percepción de la elección de los estudiantes universitarios de la ciudad de Trujillo no habiendo una significativa relación con la importancia de las diferentes características del etiquetado nutricional.

VII. RECOMENDACIONES

- Se recomienda que se realice ese estudio de manera presencial, ya que por motivos de pandemia COVID 19, este estudio se realizó de manera virtual lo cual pudo alterar los resultados.
- Se recomienda ejecutar ese estudio en universidades públicas para obtener mayor información de la población en general.
- Se debe ampliar las investigaciones respecto a la percepción de elección de hábitos saludables para determinar el comportamiento al momento de elección elegir productos procesados.
- Por el contenido que ese estudio de investigación se refiere, es importante iniciar en todas las instituciones educativas un cambio de paradigma respecto a la utilización de la información brindada en el etiquetado nutricional, para orientar los estudiantes al momento de elección de los alimentos ultra procesados.

REFERENCIAS

- 1- Zacarías I, Olivares S. Etiquetado nutricional de alimentos. Santiago: Instituto de Nutrición y Tecnología de los Alimentos; 2006. Disponible en: <https://hsjcolegiosan jose.org/wp-content/uploads/2012/05/ETIQUETADO-NUTRICIONAL.pdf>
- 2- Standars AF, Food Standards Agency [Internet]. Nutrition labelling; 2010 [consultado el 14 de mayo de 2022]. Disponible en: <https://www.food.gov.uk/business-guidance/nutrition-labelling>
- 3- Carels RA, Konrad K, Harper J. Individual differences in food perceptions and calorie estimation: An examination of dieting status, weight, and gender. *Appetite*. septiembre de 2007;49(2):450-8. Disponible en: <https://doi.org/10.1016/j.appet.2007.02.009>
- 4- Becker L, van Rompay TJJ, Schifferstein HNJ, Galetzka M. Tough package, strong taste: The influence of packaging design on taste impressions and product evaluations. *Food Qual Prefer*. enero de 2011;22(1):17-23. Disponible en: <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2010.06.007>
- 5- World Health Organization. Office of World Health Reporting: Informe sobre la salud en el mundo: 2002: reducir los riesgos y promover una vida sana. 2002. Disponible en: <https://apps.who.int/iris/handle/10665/67455>;
- 6- Fernández D. Progreso normativo en la orientación nutricional del consumidor: efectos sobre el etiquetado y la publicidad. *15*. 2013;2(6):18. Disponible en: <https://cutt.ly/YHbEyG5>
- 7- Organización De Las Naciones Unidas Para La Agricultura Y La Alimentación. Etiquetado de los Alimentos. Quinta edición. [Internet]. D - FAO; 2000. Disponible en: <https://www.fao.org/3/a1390s/a1390s>
- 8- Organización Mundial de la Salud, Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. Directrices Para El Uso De Declaraciones Nutricionales Y Saludables. 2013. 9 p. CAC/GL 23-1997. Disponible en: <https://cutt.ly/SHbEENL>
- 9- Cáceres C. Boletines de prensa | Comunicados y boletines de prensa Online [Internet]. La importancia de las etiquetas en la identidad de un producto; 2020 [consultado el 15 de mayo de 2022]. Disponible en: https://www.comunicae.com.mx/nota/la-importancia-de-las-etiquetas-en-la_1-127202/.
- 10- Somocurcio F. Influencia Del Etiquetado De Alimentos Procesados En El Comportamiento Del Consumidor Universitario Peruano [tesis de grado]. Lima: Universidad del Pacífico; 2021. 90 p. Disponible en: https://repositorio.up.edu.pe/bitstream/handle/11354/3271/SomocurcioLucia_Tesis_Licenciatura_2021.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- 11- Herrera C, Rafael A, Villarreal G, Toro A, Jairo J, La Etiqueta Nutricional, Política De Seguridad Alimentaria. *Investigación & Desarrollo* [Internet]. 2012;20(1):168-189. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=26823176008>
- 12- Galarza Morillo GE, Robles Rodríguez JB, Chávez Vaca VA, Pazmiño Estévez KA, Castro Burbano J. Conocimientos, opiniones y uso del

- etiquetado nutricional de alimentos procesados en adolescentes ecuatorianos según tipo de colegio. *Perspect En Nutr Humana*. 2019 Nov 12;21(2):145–57. Disponible en: <https://revistas.udea.edu.co/index.php/nutricion/article/view/336143/20795196>
- 13-Pollan M. *The Omnivore's Dilemma: A Natural History of Four Meals*. London: Penguin Press, 2006. 464 p. Disponible en: https://library.uniteddiversity.coop/Food/Michael_Pollan-The_Omnivores_Dilemma.pdf
- 14-Cardenas C. Asociación Entre El Conocimiento, La Importancia Del Etiquetado Nutricional Y Las Características No Nutricionales Sobre La Adquisición De Productos Procesados En Las Tiendas De Barrio Por Parte De Los Consumidores Del Barrio Sigsipamba Enero 2020 [Internet]. 2020. Available From: <Http://Repositorio.Puce.Edu.Ec/Bitstream/Handle/22000/18101/Disertacion%20carolina%20cardenas.Pdf?Sequence=1&Isallowed=Y>
- 15-Freire WB, Waters WF, Rivas-Mariño G. Semáforo nutricional de alimentos procesados: estudio cualitativo sobre conocimientos, comprensión, actitudes y prácticas en el Ecuador. *Revista Peruana de Medicina Experimental y Salud Pública* [Internet]. 23 de marzo de 2017 [consultado el 14 de mayo de 2022];34(1):11. Disponible en: <https://doi.org/10.17843/rpmesp.2017.341.2762>
- 16-Norazlan Shah H, Muhammad I, Hasmira M, Mashita M, Norfazilah M, Fazlyla Nadya N. The Use of Nutrition Label on Food Purchasing Decision among University Students in Kuantan, Malaysia. *Health and the Environment Journal*. 2013;4(1):10. Disponible en: <http://www.hej.kk.usm.my/volume4no1.php>
- 17-Norazmir MN, Norazlan H, Naqieyah N, Anuar MI. Understanding and Use of Food Package Nutrition Label among Educated Young Adults. *Pakistan Journal of Nutrition* [Internet]. 15 de septiembre de 2012 [consultado el 14 de mayo de 2022];11(10):934-40. Disponible en: <https://doi.org/10.3923/pjn.2012.934.940>
- 18-Walters A, Long M. The effect of food label cues on perceptions of quality and purchase intentions among high-involvement consumers with varying levels of nutrition knowledge. *J Nutr Educ Behav*. agosto de 2012;44(4):350-4. Disponible en: <https://doi.org/10.1016/j.jneb.2011.08.008>
- 19-Cecchini M, Warin L. Impact of food labelling systems on food choices and eating behaviours: a systematic review and meta-analysis of randomized studies. *Obesity Reviews*. 2016;17(3):201-10. Disponible en: <https://doi.org/10.1111/obr.12364>
- 20-Tórtora G, Machín L, Ares G. Influence of nutritional warnings and other label features on consumers' choice: Results from an eye-tracking study. *Food Res Int*. 2019;119:605-11. Disponible en: <https://doi.org/10.1016/j.foodres.2018.10.038>

- 21-Cowburn G, Stockley L. Consumer understanding and use of nutrition labelling: a systematic review. *Public Health Nutr.* febrero de 2005;8(1):21-8. Disponible en: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/15705241/>
- 22-Carreras MJ, Cuello MA, Niro MM, García NH, Pérez HA, Armando LJ, et al. Alimentos ultraprocesados: relación con el sobrepeso y la obesidad y el riesgo cardiovascular por score framingham. *Rev Fac Cien Med Univ Nac Cordoba* [Internet]. 25 de septiembre de 2017 [citado 9 de noviembre de 2020]; Disponible en: <https://revistas.unc.edu.ar/index.php/med/article/view/17894>
- 23-Zapata ME, Rovirosa A, Carmuega E. Cambios en el patrón de consumo de alimentos y bebidas en Argentina, 1996-2013. *Salud Colect.* 2016 Dec 19;12(4):473. [Internet]. [citado 13 de mayo de 2022]. Disponible en: <https://www.scielosp.org/article/scol/2016.v12n4/473-486/>
- 24-Miranda-Cipriano O, Gómez-Guizado G, Munares-García O, Aquino-Vivanco O. Valores Percentilares Del Contenido De Azúcar, Grasas Y Sodio En Alimentos Industrializados Según Etiquetado Expendidos En Lima. *Boletín Instituto Nacional de Salud.* 2014 May;7.[citado el 13 de mayo de 2022]. Disponible en: <https://repositorio.ins.gob.pe/handle/INS/280>
- 25-Mejia C. Factors that influence the use of the octagon as a marker of nutritional information in consumers in the population of Lima-Peru. *Nutr Clin Diet Hosp.* 2020;(4):65-71. Disponible en: <https://hdl.handle.net/20.500.12394/8226>
- 26-Compañía Peruana de Estudios de Mercados y Opinion Publica (CPI). Mercado de productos de consumo y uso personal. 2012. Disponible en: <http://cpi.pe/market/datos-de-mercado.html>
- 27-Song J, Huang J, Chen Y, Zhu Y, Li, H, Wen Y, Liang y. The understanding, attitude and use of nutrition label among consumers . *Nutr Hosp.* junio de 2015;(6):2703-10. Disponible en: <https://dx.doi.org/10.3305/nh.2015.31.6.8791>.
- 28-NTP CODEX CAC/GL. ETIQUETADO: Uso de declaraciones nutricionales y saludables. 1ª edición .2014. Disponible en: <https://n9.cl/0g4zl>
- 29-Arellano R.; ¿Qué tipo de etiquetado prefieren los consumidores?; 2018. Disponible en: <http://comebien.pe/que-tipo-de-etiquetado-prefieren-los-consumidores/>.
- 30-González-Hidalgo C. Análisis de los alimentos publicitados entre la audiencia infantil en la televisión chilena. *Salud Publica Mex.* 2017; 59:691-700. Disponible en: <https://doi.org/10.21149/7706>
- 31-Reglamento de la ley N° 30021, Ley de promoción de la alimentación saludable para niños, niñas y adolescentes. *El Peruano.* 2017. p26-29. Disponible en: <https://n9.cl/21jq0>
- 32-DIRECTIVA SANITARIA N°063-MINSA/DGPS. Directiva sanitaria para la promoción de quioscos y comedores escolares saludables en las instituciones educativas. *Diario Oficial El Peruano.* 2012. Disponible en: <https://n9.cl/ibw2e>
- 33-Ley N°30021 Ley de promoción de la alimentación saludable para niños, niñas y adolescentes. *El Peruano.* 2013 Mayo: p. 2013. Disponible en: <https://n9.cl/21jq0>

- 34-Amorós OM. Relación entre conocimientos y consumo de bebidas azucaradas en escolares de nivel primario de una institución educativa, Comas 2015 [bachelorThesis en Internet]. Universidad Nacional Mayor de San Marcos; 2015 [consultado el 14 de mayo de 2022]. Disponible en: <https://hdl.handle.net/20.500.12672/5934>
- 35-Alfárez Murias MF. "Implicancias potenciales de la introducción del sistema de advertencias al consumidor basado en octógonos en el etiquetado frontal de alimentos procesados excesivos en nutrientes, Tacna 2019" [Tesis de grado]. Tacna: Universidad Privada de Tacna; 2019. 95 p. Disponible en: <http://repositorio.upt.edu.pe/handle/UPT/1001>
- 36-Loria V, Pérez A, Fernández C, Villarino Sanz, RodríguezD, Zurita R. Análisis de las encuestas sobre etiquetado nutricional realizadas en el Hospital La Paz de Madrid durante la 9ª edición del " Día Nacional de la Nutrición" (DNN) . Nutrición Hospitalaria. 2011. (1):97-106. Disponible : <https://cutt.ly/IHbTm0>
- 37-Martinez J. Alimentación saludable, la gran tendencia del consumo actual, siete claves orientada. Consumidor y nuevos producto. 2015;1:24. Disponible en: <https://n9.cl/9mnze>
- 38-Ministerio de Salud. Directiva Sanitaria No. 063/MINSA/DGPS.V.01 para la promoción de quioscos y comedores escolares saludables en las instituciones educativas .Lima, 15 de junio 2015. [Internet] Disponible en: <http://bvs.minsa.gob.pe/local/MINSA/3307.pdf>
- 39-Cormick K, Lacaze M, & Pereyra A. Características de los hogares y hábitos alimentarios en Buenos Aires y sus alrededores. Cuadernos del Ceagro , 2005. p45-78. Disponible en: <https://cutt.ly/bHbRDig>
- 40-Decreto Supremo N° 34-2008-AG. Reglamento de la Ley de Inocuidad de los Alimentos. Perú. 2008. Disponible en: <https://www.gob.pe/institucion/senasa/normas-legales/1050281-34-2008-ag>
- 41-Decreto Supremo N° 012-2018-SA. 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. Perú: El Peruano; 2018. 6 p. Disponible en: <https://busquedas.elperuano.pe/download/url/aprueban-manual-de-advertencias-publicitarias-en-el-marco-de-decreto-supremo-n-012-2018-sa-1660606-1>
- 42-UNESCO. Alimentación y cultura: el hombre y lo que come. 10371ª ed. [lugar desconocido]: El Correo de la UNESCO: una ventana abierta sobre el mundo, XL, 5 [537]; 1987. Disponible en: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000073178_spa
- 43-Oriondo Gates R. Normas de Etiquetado Nutricional. X Congreso Nacional de Alimentación y Nutrición Sociedad Peruana de Nutrición. 2010;1[citado el 14 de mayo de 2022]. p10. Disponible en: <https://n9.cl/gpjk4>
- 44-Babio N, López L, Salas-Salvado J. Análisis de la capacidad de elección de alimentos saludables por parte de los consumidores en referencia a dos modelos de etiquetado nutricional; estudio cruzado. Nutr Hosp. enero de 2013;(1):173-81. Disponible en: <https://dx.doi.org/10.3305/nh.2013.28.1.6254>

ANEXOS

Anexo N° 1: Matriz de operacionalización de variables

Variables	Definición Conceptual	Definición operacional	Indicadores	Escala de medición
Importancia de la Características del Etiquetado Nutricional	Es información nutricional que auxilia al consumidor en la indicación referente al valor nutritivo de un producto. ³²	Se determinó mediante cuestionario sobre las características del etiquetado Información nutricional, ingredientes, diseño, mensaje subliminal y alertas nutricionales.	1.Poco importante 2.Importante 3.Muy importante	Cualitativa – nominal
Percepción de elección del producto.	Es la percepción generada en el consumidor a través de los estímulos para la adquisición de un producto. ³³	Se determinó la percepción de elección de un producto a través de un cuestionario, sobre cómo la percepción del consumidor influyen en la elección del producto.	Connotación de elección adecuada. Connotación de elección inadecuada.	Cualitativa – nominal

Anexo N° 2: Determinación de muestra mediante la aplicación de fórmula para calcular muestra en población finita.

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

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.5 \times 0.5 \times 11,800}{[0.05^2 (11,800 - 1)] + [1.96^2 \times 0.5 \times 0.5]}$$

Donde:

n: muestra = 372,07818 = 373 alumnos

Z: Nivel de confianza del 95% = 1.96

p: probabilidad a favor 50% = 0.5

q: probabilidad en contra 50% = 0.5

e: error de muestra 5% = 0.05

N: población = 11,800

Anexo N° 3: Cuestionario para determinar la importancia de las características del etiquetado nutricional en universitarios de Trujillo.

1. Los octógonos nutricionales son advertencias que indican el exceso de uno o más ingredientes nocivos para la salud en un producto, ¿En qué grado del 1 a 3 considera Usted que los octógonos nutricionales son importantes para la elección del producto?
 1. Poco importante.
 2. Importante.
 3. Muy importante.

2. Los Ingredientes son un componente donde deben estar especificados de menos a más toda la cantidad de aditivos utilizados para la elaboración del producto ¿en qué grado de 1 a 3 considera Usted importante esta información para la elección del producto?
 1. Poco importante.
 2. Importante.
 3. Muy importante

3. Los Mensajes Textuales son una característica del etiquetado que consiste en utilizar textos diseñados para atraer el consumidor a simple vista y tiene como finalidad reforzar la decisión de consumo ¿Diga Usted en qué grado del 1 al 3 considera importantes estos mensajes textuales para la elección del producto?
 1. Poco importante.
 2. Importante.
 3. Muy importante.

4. La Información Nutricional sirve para limitar el consumo de determinados nutrientes de manera excesiva ¿En qué grado del 1 a 3 considera Usted esta información importante para la elección del producto?
 1. Poco importante.
 2. Importante.
 3. Muy importante.

5. El etiquetado contiene información del lugar de fabricación del producto, indicando su país de origen ¿En qué grado del 1 a 3 Usted considera que esta información es importante para la elección del producto?
 1. Poco importante.
 2. Importante.
 3. Muy importante.

6. El Diseño del empaque es una característica del etiquetado nutricional, que como estrategia busca tendencias y conceptos para permanecer en la memoria del consumidor a largo plazo con la intención de provocar un consumo permanente ¿Indique en qué grado del 1 al 3 considera Usted importante el diseño para la elección del producto?
 1. Poco importante.
 2. Importante.
 3. Muy importante.

Anexo N° 3: Cuestionario para determinar la percepción de elección asociado a la importancia del etiquetado nutricional en universitarios de Trujillo.

1- ¿Observar los octógonos, despierta en Usted un sentido de alerta útil para la compra del producto?

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

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

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

3- ¿Considera Usted que los mensajes textuales que se enfocan en resaltar un atributo y/o característica específica del producto, influyen en su elección de compra?

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

4- ¿Cree Usted que la información nutricional impresa en el producto mostrado influye en su elección de compra?

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

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

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

6- ¿Considera Usted importante la innovación del diseño del empaque para la elección de un producto?

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

Connotación	Respuestas de los ítems					
	1	2	3	4	5	6
Adecuada	A y C	A y C	A y C	A y C	A y C	A y C
Inadecuada	B y D	B y D	B y D	B y D	B y D	B y D

Anexo N° 4: Validez de la encuesta.

		Ítem 2	Ítem 3	Ítem 4	Ítem 5	Ítem 6
Juez 1	1	1	1	1	1	1
Juez 2	1	1	1	1	1	1
Juez 3	1	1	1	1	1	1
S	3	3	3	3	3	3
V de Aiken para cada Ítem	1	1	1	1	1	1

Se ha considerado:

0 = Si la respuesta es negativa.

1 = Si la respuesta es positiva

Prueba V De AIKEN:

Reemplazando por los valores:

$$V = \frac{S}{(n(c-1))}$$

$$V = \frac{3}{3(2-1)} = \frac{3}{3(1)} = 1$$

Donde:

S = la suma de si

si = valor asignado por el juez i.

n = Número de jueces

c = Número de valores de la escala de valoración
(en nuestro caso es 2).

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

I. DATOS GENERALES

1.1 Apellidos y nombres

1.2 Cargo e institución donde labora:

1.3 Nombre del instrumento motivo de evaluación: Importancia de las características del etiquetado nutricional asociado con la percepción de la elección de alimentos ultra procesados en universitarios de Trujillo.

1.4 Autor (a) del instrumento (estudiante): Valeria Vilas Boas, Almeida

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MD	D	A	MA
1	2	3	4

MD: Muy en desacuerdo
D: En desacuerdo
A: De acuerdo
MA: Muy de acuerdo

N°	Ítems	Relevancia				Pertinencia				Claridad				Sugerencias	
		MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	MD	D	A	MA		
I	La Información Nutricional sirve para limitar el consumo de determinados nutrientes de														Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado. Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

información es importante para la elección del producto?																			
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Nº	Ítems	Relevancia				Pertinencia				Claridad				Sugerencias
		MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	
1	¿Observar los octógonos, despierta en Usted un sentido de alerta útil para la compra del producto?													
2	¿Cree Usted que la información nutricional impresa en el producto mostrado influye en su elección de compra?													
3	¿Considera Usted que el mensaje mostrado en un producto es lo suficientemente convincente para que lo elija en una compra?													
4	¿Considera Usted importante la innovación del diseño del empaque para la elección de un producto?													
5	¿La información sobre los ingredientes especificados en el producto es relevante para el consumo?													
6	¿Conocer el origen del producto, sea nacional o importado, influye en su elección de compra?													

Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

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

FIRMA Y SELLO

Apreciaciones u observaciones generales: ESENCIAL

Firma de los profesionales



Mg. Stephany Neglia Cermeño

CNP: 4871



Lic. Juddith Moreno Carranza
NUTRICIONISTA
CNP 4416

Mg. Juddith Moreno Carranza

CNP: 3686



Mg. Luz A. Castro Cracholi
NUTRICIONISTA
CNP. 4107

Mg. Luz A. Castro Cracholi

CNP: 4107

Anexo N° 5: Consentimiento informado.

Estimado/a participante,

Le pedimos su apoyo en la realización de una investigación conducida por Valeria Vilas Boas Almeida, estudiante de la carrera de Nutrición en la Universidad Cesar vallejo, la cual se denomina “Importancia de las características del etiquetado nutricional asociado a la percepción de la elección del alimento ultra procesado en universitarios de Trujillo”, cuyo propósito es comprender la percepción de elección de los consumidores universitarios al momento de elegir un producto ultra procesado.

Se le ha contactado a usted en calidad de estudiante universitario de Nutrición. Si usted accede a participar en esta entrevista que se realizará por vía zoom, se le solicitará responder seis (6) preguntas sobre el tema antes mencionado, lo que le tomará aproximadamente entre 30 y 60 minutos. La información obtenida será únicamente utilizada para la elaboración de una tesis.

Su participación en la investigación es completamente voluntaria. Usted puede interrumpir la misma en cualquier momento, sin que ello genere ningún perjuicio. Además, si tuviera alguna consulta sobre la investigación, puede formularla cuando lo estime conveniente, a fin de clarificarla oportunamente.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: _____

Fecha: _____

Correo

electrónico: _____

Firma del participante: _____

Firma del investigador (o encargado de recoger información):
