

**UNIVERSIDAD NACIONAL  
TORIBIO RODRÍGUEZ DE MENDOZA DE AMAZONAS**



**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y  
ADMINISTRATIVAS  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE  
EMPRESAS**

**TESIS PARA OBTENER  
EL TÍTULO PROFESIONAL DE  
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**OCTÓGONOS Y DECISIÓN DE COMPRA EN  
ESTUDIANTES, UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO  
RODRÍGUEZ DE MENDOZA DE AMAZONAS-2020**

**Autora:**

**Bach. Angelica María Carrasco Rituay**

**Asesor:**

**Dr. River Chávez Santos**

**Registro: ....**

**CHACHAPOYAS – PERÚ  
2021**

## **AGRADECIMIENTO**

A mis padres Maritza y Alberto por enseñarme a no darme por vencida, y por su apoyo incondicional en todo momento.

A mis docentes, por inculcarme sus conocimientos y valores para llegar a ser una gran profesional, especialmente a mi asesor Dr. River Chaves Santos por brindarme su apoyo para realizar este trabajo.

*Angelica María Carrasco Rituay*

**AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRÍGUEZ  
DE MENDOZA DE AMAZONAS**

Dr. POLICARPIO CHAUCA VALQUI  
**RECTOR**

Dr. MIGUEL ÁNGEL BARRENA GURBILLÓN  
**VICERRECTOR ACADÉMICO**

Dra. FLOR TERESA GARCÍA HUAMÁN  
**VICERRECTORA DE INVESTIGACIÓN**

Mg. RICARDO RAFAEL ALVA CRUZ  
**DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y  
ADMINISTRATIVAS**

## VISTO BUENO DEL ASESOR DE LA TESIS



**REGLAMENTO GENERAL**  
PARA EL OTORGAMIENTO DEL GRADO ACADÉMICO DE  
BACHILLER, MAÉSTRO O DOCTOR Y DEL TÍTULO PROFESIONAL

### ANEXO 3-K

#### VISTO BUENO DEL ASESOR DE TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL

El que suscribe el presente, docente de la UNTRM (X)/Profesional externo ( ), hace constar que ha asesorado la realización de la Tesis titulada Octógonos y decisión de compra en estudiantes, Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas - 2020 del egresado Angelica Maria Carrasco Ritbay de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas Escuela Profesional de Administración de Empresas de esta Casa Superior de Estudios.



El suscrito da el Visto Bueno a la Tesis mencionada, dándole pase para que sea sometida a la revisión por el Jurado Evaluador, comprometiéndose a supervisar el levantamiento de observaciones que formulen en Acta en conjunto, y estar presente en la sustentación.

Chachapoyas, 21 de julio de 2021

\_\_\_\_\_  
Firma y nombre completo del Asesor

## JURADO EVALUADOR DE LA TESIS



---

Dr. Pepe Oswaldo Mori Ramírez

**PRESIDENTE**



---

Mg. Fátima de la Merced Pinglo Jurado

**SECRETARIA**



---

Dra. Rosa Ysabel Bazán Valque

**VOCAL**

# CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD DE LA TESIS



**UNTRM**

**REGLAMENTO GENERAL**  
PARA EL OTORGAMIENTO DEL GRADO ACADÉMICO DE  
BACHILLER, MAESTRO O DOCTOR Y DEL TÍTULO PROFESIONAL

## ANEXO 3-O

### CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD DE LA TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL

Los suscritos, miembros del Jurado Evaluador de la Tesis titulada:

Octógonos y decisión de compra en estudiantes, Universidad  
Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas - 2020.

presentada por el estudiante ( )/egresado (x) Angelica Maria Carrasco Ritway

de la Escuela Profesional de Administración de Empresas

con correo electrónico institucional Angelica.carrasco@untrm.edu.pe

después de revisar con el software Turnitin el contenido de la citada Tesis, acordamos:

- La citada Tesis tiene 13 % de similitud, según el reporte del software Turnitin que se adjunta a la presente, el que es menor (x) / igual ( ) al 25% de similitud que es el máximo permitido en la UNTRM.
- La citada Tesis tiene \_\_\_\_\_ % de similitud, según el reporte del software Turnitin que se adjunta a la presente, el que es mayor al 25% de similitud que es el máximo permitido en la UNTRM, por lo que el aspirante debe revisar su Tesis para corregir la redacción de acuerdo al Informe Turnitin que se adjunta a la presente. Debe presentar al Presidente del Jurado Evaluador su Tesis corregida para nueva revisión con el software Turnitin.



Chachapoyas, 11 de agosto del 2021

SECRETARIO

PRESIDENTE

VOCAL

OBSERVACIONES:

.....  
.....

# ACTA DE SUSTENTACIÓN DE LA TESIS



**REGLAMENTO GENERAL**  
PARA EL OTORGAMIENTO DEL GRADO ACADÉMICO DE  
BACHILLER, MAESTRO O DOCTOR Y DEL TÍTULO PROFESIONAL

## ANEXO 3-Q

### ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL

En la ciudad de Chachapoyas, el día 27 de agosto del año 2021, siendo las 16:00 horas, el aspirante: Angelica Maria Carrasco Ritway, defiende en sesión pública presencial ( ) / a distancia (x) la Tesis titulada: Obligaciones y decisión de compra en estudiantes Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas - 2020, teniendo como asesor a Dr. River Chaves Santos, para obtener el Título Profesional de Licenciada en Administración de Empresas ser otorgado por la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas; ante el Jurado Evaluador, constituido por:

Presidente: Dr. Pepe Osvaldo Mori Ramirez

Secretario: Mg. Fátima de la Merced Pinglo Jurado

Vocal: Dr. Rosa Ysabel Bazán Valque

Procedió el aspirante a hacer la exposición de la Introducción, Material y métodos, Resultados, Discusión y Conclusiones, haciendo especial mención de sus aportaciones originales. Terminada la defensa de la Tesis presentada, los miembros del Jurado Evaluador pasaron a exponer su opinión sobre la misma, formulando cuantas cuestiones y objeciones consideraron oportunas, las cuales fueron contestadas por el aspirante.

Tras la intervención de los miembros del Jurado Evaluador y las oportunas respuestas del aspirante, el Presidente abre un turno de intervenciones para los presentes en el acto de sustentación, para que formulen las cuestiones u objeciones que consideren pertinentes.

Seguidamente, a puerta cerrada, el Jurado Evaluador determinó la calificación global concedida a la sustentación de la Tesis para obtener el Título Profesional, en términos de:

Aprobado ( X )

Desaprobado ( )

Otorgada la calificación, el Secretario del Jurado Evaluador lee la presente Acta en esta misma sesión pública. A continuación se levanta la sesión.

Siendo las 17:00 horas del mismo día y fecha, el Jurado Evaluador concluye el acto de sustentación de la Tesis para obtener el Título Profesional.

SECRETARIO

VOCAL

PRESIDENTE

OBSERVACIONES:

.....

## ÍNDICE GENERAL

|   |      |
|---|------|
| AGRADECIMIENTO .....  | ii   |
| AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRÍGUEZ DE MENDOZA DE AMAZONAS ..... | iii  |
| VISTO BUENO DEL ASESOR DE LA TESIS .....  | iv   |
| JURADO EVALUADOR DE LA TESIS .....  | v    |
| CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD DE LA TESIS.....   | vi   |
| ACTA DE SUSTENTACIÓN DE LA TESIS.....   | vii  |
| ÍNDICE GENERAL .....  | viii |
| ÍNDICE DE TABLAS .....  | ix   |
| ÍNDICE DE FIGURAS .....   | x    |
| RESUMEN .....   | xi   |
| ABSTRACT.....   | xii  |
| I. INTRODUCCIÓN .....   | 13   |
| II. MATERIAL Y MÉTODOS .....  | 15   |
| 2.1. Métodos.....   | 15   |
| 2.2. Población, muestra y muestreo .....  | 16   |
| 2.3. Variables de estudio .....   | 19   |
| 2.4. Técnicas e instrumento.....  | 21   |
| 2.5. Análisis de datos .....  | 21   |
| III. RESULTADOS.....  | 23   |
| IV. DISCUSIÓN .....   | 40   |
| V. CONCLUSIONES.....  | 43   |
| VI. RECOMENDACIONES .....   | 44   |
| VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....   | 45   |
| ANEXOS .....  | 49   |



## ÍNDICE DE TABLAS

|   |    |
|---|----|
| Tabla 1. Población de estudio .....   | 16 |
| Tabla 2. Muestra por estratos.....  | 18 |
| Tabla 3. Operacionalización de variables .....  | 20 |
| Tabla 4. Grado de conocimiento.....   | 22 |
| Tabla 5. Género de los estudiantes universitario .....  | 23 |
| Tabla 6. Frecuencia de edades de los estudiantes .....  | 23 |
| Tabla 7. Carreras universitarias de los estudiantes .....   | 24 |
| Tabla 8. Índice de masa corporal de los estudiantes universitarios .....                                  | 25 |
| Tabla 9. Conocimiento de Sodio.....   | 25 |
| Tabla 10. Grado de conocimiento de Sodio.....   | 26 |
| Tabla 11. Uso del octógono “Alto en Sodio” .....  | 26 |
| Tabla 12. Conocimiento de azúcar .....  | 27 |
| Tabla 13. Grado de conocimiento de Azúcar .....   | 28 |
| Tabla 14. Uso del octógono “Alto en Azúcar” .....   | 28 |
| Tabla 15. Conocimiento de Grasas Saturadas .....  | 29 |
| Tabla 16. Grado de conocimiento de Grasas saturadas .....   | 30 |
| Tabla 17. Uso del octógono "Alto en grasas saturadas" .....   | 30 |
| Tabla 18. Conocimiento de Grasas Trans .....  | 31 |
| Tabla 19. Grado de conocimiento de Grasas trans .....   | 32 |
| Tabla 20. Uso del octógono "Contiene grasas trans" .....  | 33 |
| Tabla 21. Color, tamaño y ubicación de octógonos en los empaques .....                                    | 34 |
| Tabla 22. Cantidad de octógonos.....  | 34 |
| Tabla 23. Motivos por lo que deja de adquirir un alimento procesado.....                                  | 35 |
| Tabla 24. Estudiantes que dejan de adquirir alimentos con octógonos por cuidar su salud .....             | 36 |
| Tabla 25. Estudiantes que dejan de adquirir alimentos con octógonos por cuidar su estética corporal ..... | 37 |
| Tabla 26. Categorías de alimentos en las que el estudiante se detiene a observar los octógonos .....      | 38 |
| Tabla 27. Correlación no paramétrica.....   | 39 |

## ÍNDICE DE FIGURAS

|   |    |
|---|----|
| Figura 1. Género de los estudiantes universitarios .....  | 23 |
| Figura 2. Frecuencia de edades de los estudiantes universitarios.....                                     | 24 |
| Figura 3. Carreras universitarias de los estudiantes.....   | 24 |
| Figura 4. Índice de masa corporal de los estudiantes universitarios.....                                  | 25 |
| Figura 5. Conocimiento de Sodio .....   | 26 |
| Figura 6. Uso del octógono “Alto en Sodio” .....  | 27 |
| Figura 7. Conocimiento de azúcar .....  | 28 |
| Figura 8. Uso del octógono “Alto en Azúcar” .....   | 29 |
| Figura 9. Conocimiento de Grasas Saturadas .....  | 30 |
| Figura 10. Uso del octógono "Alto en grasas saturadas" .....  | 31 |
| Figura 11. Conocimiento de Grasas Trans.....  | 32 |
| Figura 12. Uso del octógono "Contiene grasas trans" .....   | 33 |
| Figura 13. Color, tamaño y ubicación de octógonos en los empaques.....                                    | 34 |
| Figura 14. Cantidad de octógonos .....  | 35 |
| Figura 15. Motivos por lo que deja de adquirir un alimento procesado .....                                | 36 |
| Figura 16. Estudiantes que dejan de adquirir alimentos con octógonos por cuidar su salud .....            | 36 |
| Figura 17. Estudiantes que dejan de adquirir alimentos con octógonos por cuidar su estética corporal..... | 37 |
| Figura 18. Categorías de alimentos en las que el estudiante se detiene a observar los octógonos.....      | 38 |

## RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo determinar la relación entre los octógonos y la decisión de compra en los estudiantes de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas. Para ello se empleó una metodología descriptiva correlacional, con enfoque mixto y diseño no experimental. Se utilizó como instrumento un cuestionario online dirigido a 345 estudiantes, divididos en dos grupos: estudiantes de Medicina Humana y Enfermería, y otras carreras universitarias. Los resultados indicaron, que los estudiantes de ciencias de la salud tuvieron un conocimiento alto sobre los 4 componentes que advierten los octógonos: sodio, azúcar, grasas trans y grasas saturadas, mientras que los estudiantes de otras carreras tuvieron un conocimiento alto solo en 3 componentes: azúcar, sodio y grasas saturadas, pero en menores porcentajes; el 53% de estudiantes siempre o casi siempre consideró que el color, tamaño y ubicación frontal de los octógonos le ayuda a tomar buenas decisiones de compra, también se determinó que el 39% de estudiantes de ciencias de la salud al momento de comprar tuvieron en cuenta la cantidad de sellos octagonales y en cuanto a las otras carreras solo el 36%, los estudiantes a veces dejaron de comprar alimentos con octógonos por cuidar su estética corporal y el 37% siempre o casi siempre dejó de adquirirlos por cuidar su salud. Con esos resultados se concluyó que existe una moderada correlación entre los octógonos y la decisión de compra, con un coeficiente Rho de Spearman de 0.417.

**Palabras claves:** Octógonos, decisión de compra y alimentos procesados.

## **ABSTRACT**

The present research had as objective to determine the relationship between the octagons and the decision of purchase in the students of the National University Toribio Rodríguez of Mendoza of Amazonas. For this, a correlational descriptive methodology was used, with mixed approach and nonexperimental design. An online questionnaire was used for 345 students, divided into two groups: students of Human Medicine and Nursing, and other university careers. The results indicated that the health sciences students had a high knowledge about the 4 components that the octagons warn: sodium, sugar, trans fats and saturated fats, while students from other careers had knowledge high in only 3 components: sugar, sodium and saturated fat, but in lower percentages; 53% of students always or almost always considered that the color, size and frontal location of the octagons helps you make good purchasing decisions, it was also determined that 39% of health sciences students at the time of purchase took into account the amount of octagonal stamps and as for the other careers only 36%, Students sometimes stopped buying food with octagons to take care of their body aesthetics and 37% always or almost always stopped acquiring them to take care of their health. With these results it was concluded that there is a moderate correlation between the octagons and the purchase decision, with a Spearman Rho coefficient of 0.417.

**Keywords:** Octagons, purchasing decision and processed foods.

## **I. INTRODUCCIÓN**

El consumo excesivo de alimentos procesados genera sobrepeso y obesidad en todos los grupos poblacionales, esto no es solo un problema de salud personal sino de Estado y Salud Pública, ya que las personas con sobrepeso tienen tendencia a aumentar en función del tiempo, padeciendo enfermedades crónicas como: hipertensión, diabetes, enfermedades cardiacas, entre otras (Pajuelo, 2017).

La obesidad está presente en todo el mundo y el Perú no es ajeno a ello; durante la pandemia es considerado el tercer país de Latinoamérica con más casos de obesidad debido al sedentarismo y una mala alimentación; aumentaron aproximadamente 7.7 kilos por persona, haciéndoles más vulnerables ante la pandemia, ya que en el año 2020 el 85% de fallecidos por covid-19 padeció de obesidad (Castillo, 2021).

A partir del mes de junio del año 2019, el Estado empezó a tomar acciones ante esta problemática, poniendo en vigor la “Ley de Promoción de la Alimentación Saludable para Niños, Niñas y Adolescentes N° 30021” y el programa “Julietta checa la etiqueta”, con la finalidad de que las personas empiecen a tomar decisiones más conscientes al momento de elegir los alimentos procesados, asimismo generen un hábito de lectura de los octógonos que aparecen en las etiquetas (Pacheco, 2019).

Después de seis meses de la implementación de los octógonos en Perú, Kantar Worldpanel (2019) realizó un estudio comparando las ventas del año 2019 con el año 2018, identificando que el consumo de alimentos con octógonos cayó en un 11%, donde la categoría más afectada fueron las galletas con octógonos de: alto en azúcar y alto en grasas saturadas en un 29%, asimismo destacaron que hogares de nivel socioeconómico C optaron por reemplazar los alimentos con sellos octogonales por opciones más saludables (como se citó en El Economista, 2020)

Espinoza et al. (2020), realizaron un estudio sobre el impacto de los octógonos en la elasticidad de la demanda de julio a noviembre del año 2019, donde determinaron que entre los meses de julio a octubre la demanda fue elástica, mientras que en el mes de noviembre y diciembre fue inelástica debido al consumo estacional de alimentos, evidenciando que poco a poco incrementa el consumo de alimentos saludables.

Gonzales y Tejeda (2020) realizaron una investigación en la ciudad de Arequipa sobre el Impacto de los octógonos en el comportamiento de estudiantes universitarios, donde determinaron que más de la mitad de jóvenes han cambiado sus hábitos de consumo, recalando que gran parte de ellos le prestan mayor atención después del covid-19.

Con la finalidad de seguir aportando nuevos conocimientos, es muy importante evaluar la relación y los cambios que la Ley N° 30021 está teniendo en el comportamiento de compra de los jóvenes universitarios, ya que ellos hoy en día tienen mayor acceso a la información; por ello se plantea la presente investigación, que está estructurado en cinco secciones.

En la primera sección se hace referencia a la introducción del tema. En la segunda sección se hace referencia a la metodología que se utilizó, la población con la que se trabajó, las variables de estudio, la técnica e instrumento y la manera que se analizó la información. En la tercera sección se presenta los gráficos, tablas de los datos encontrados y su respectivo análisis, asimismo la contrastación de hipótesis. En la cuarta sección se discuten los resultados comparándolos con los de otros autores que encontraron en los últimos cinco años. Finalmente se presentan las conclusiones a que se llegó con esta investigación y se aportó algunas recomendaciones para futuras investigaciones.

## II. MATERIAL Y MÉTODOS

En este capítulo se detalla: métodos, población, muestra, muestreo, variables de estudio, técnicas-instrumento y análisis de información, que se aplicaron en la presente investigación.

### 2.1. Métodos

**Tipo de investigación:** La investigación aplicada, busca conseguir nuevos conocimientos que ayuden a solucionar problemas específicos y que contribuyan a la sociedad, confrontando la teoría con la realidad y enfocándose en un grupo en particular (Tamayo y Tamayo, 2002). De acuerdo a la definición anterior, este estudio aportó nuevos conocimientos sobre los octógonos y la decisión de compra en estudiantes universitarios; el cual contribuyó a verificar si los sellos octagonales tienen buenos resultados en la población universitaria, asimismo se encontró aspectos para mejorar los resultados de la “Ley de promoción de la alimentación saludable para niños, niñas y adolescentes”.

**Enfoque de investigación:** El enfoque mixto también denominado total, pretende enlazar dos tipos de enfoque, la investigación cualitativa con la cuantitativa (Hernández et al., 2014). Siendo así, en este estudio se utilizó ambos enfoques, en el aspecto cuantitativo se utilizó la estadística, el muestro y se comprobó la hipótesis, en la parte cualitativa se explicó y detalló los atributos no cuantificables de los estudiantes universitarios de la UNTRM.

**Nivel de investigación:** Según Epiquién y Diestra (2013) cuando una investigación busca describir, analizar e interpretar un fenómeno, se considera una investigación descriptiva; ese tipo de investigación usualmente responde a ciertas interrogantes, por ejemplo: ¿cuáles son?, ¿cómo es?, ¿cuántos son?; además puede ser considerada transversal o retrospectivos; en este caso se optó por una transversal ya que las variables se estudiaron en un momento fijo.

Según Hernández et al. (2014), los estudios correlacionales tienen el propósito de evaluar la relación entre las variables; se mide cada variable, asimismo la correlación, y es expresada en hipótesis sometidas a prueba.

Según los puntos de vista mencionados anteriormente, esta investigación fue descriptiva, ya que detalló, describió y analizó el comportamiento de decisión

de compra de los estudiantes de la UNTRM ante la presencia de octógonos. A su vez fue correlacional, ya que se determinó la relación que existe entre las variables de estudio, con el coeficiente Rho de Spearman.

**Diseño de investigación:** La presente investigación tuvo un diseño no experimental, ya que no se manipulo ninguna variable, solo se observó el comportamiento tal como se dio en el ambiente, luego se analizó y se obtuvo resultados.

## 2.2. Población, muestra y muestreo

### Población

Espinoza (2016) manifiesta que la población es un grupo de elementos que se utiliza en un determinado estudio, puede ser finito o infinito; generalmente poseen particularidades en común, el cual debe ser definido en tiempo, espacio y criterios de selección.

En este estudio la población estuvo conformada por 3 252 estudiantes de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas-UNTRM, matriculados en el ciclo académico 2020-II en la sede de la ciudad de Chachapoyas. El cual se dividió en dos grupos de estudio, el primer grupo estuvo conformado por 345 estudiantes de las carreras de Medicina Humana y Enfermería, el segundo grupo estuvo conformado por 2 907 estudiantes de las demás carreras que se enseñan en la UNTRM (Dirección General de Admisión y Registros Académicos UNTRM, correo electrónico, 02 de febrero de 2021).

**Tabla 1**

*Población de estudio*

| Carrera                      | Número de estudiantes |
|------------------------------|-----------------------|
| Medicina humana y Enfermería | 345                   |
| Otras carreras               | 2 907                 |
| <b>TOTAL</b>                 | <b>3 252</b>          |

*Nota.* Tomado de la información proporcionada por la Dirección general de admisión y registros académicos UNTRM.



## Muestra

Espinoza (2016) manifiesta que la población es un grupo de elementos que se utiliza en un determinado estudio, puede ser finito o infinito; generalmente poseen particularidades en común, el cual debe ser definido en tiempo, espacio y criterios de selección.

Por otro lado, Aguilar-Barojas (2005) indica, que cuando se conoce el número de población se debe emplear la siguiente fórmula, para poder conocer el número de personas que formarán parte de la muestra.

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

Donde los valores representan:

- n: es equivalente a la muestra a buscar.
- N: es equivalente a la cantidad de población a estudiar.
- Z: es equivalente al nivel de confianza, en este caso se utilizó un 95%.
- p: es equivalente a la variabilidad positiva, en este caso fue 0.5.
- q: es equivalente a la variabilidad negativa, en este caso fue 0.5.
- e: es equivalente al error, en este caso fue 0.05.

Debido a que se conoció el tamaño de la población, sustituimos:

$$\frac{(1.96)^2 * 3\ 252 * 0.5 * 0.5}{0.05^2 (3\ 252 - 1) + (1.96)^2 * 0.5 * 0.5}$$
$$n = 345$$

Del total de estudiantes de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas-UNTRM que estudian en la sede de la ciudad de Chachapoyas, 345 conformaron la muestra de la presente investigación.

Debido a que la población se fraccionó en dos estratos, se determinó una muestra para cada uno de ellos. Desde la posición de Requena (2014) cuando los subgrupos tienen un número de población muy diferente, se emplea la elección proporcional al tamaño del estrato, que se calculó con la siguiente fórmula:

$$n1 = n \frac{N1}{N}$$

Donde los valores significan:

- N: número de población

- N1: número del estrato

- n: número de muestra

$$n1 = 345 * \frac{345}{3252} = 37$$

$$n1 = 345 * \frac{2907}{3252} = 308$$

**Tabla 2**

*Muestra por estratos*

| Estrato      | Población    | Tamaño de la muestra |
|--------------|--------------|----------------------|
| 1            | 345          | 37                   |
| 2            | 2 907        | 308                  |
| <b>TOTAL</b> | <b>3 252</b> | <b>345</b>           |

*Nota:* Esta tabla representa la muestra en cada subgrupo de la población de estudio.

### **Muestreo**

La técnica de muestreo que se aplicó en esta investigación fue probabilística, donde todas las personas tuvieron la misma posibilidad de ser escogidas para el estudio, de esa manera la muestra fue representativa (Otzen y Manterola, 2017).

Asimismo, se aplicó la técnica aleatoria estratificado que pertenece al grupo de la técnica mencionada en el acápite anterior; que consiste en dividir la población de estudio en estratos, que vienen a ser subgrupos representativos; y se debe realizar en cada uno de ellos muestreos aleatorios simples (Otzen y Manterola, 2017). De acuerdo a lo mencionado, en ese estudio la población se

dividió en dos estratos considerando la variable carrera, un estrato estuvo conformado por estudiantes de Medicina humana y Enfermería correspondientes a la Facultad de Ciencias de la Salud, y el otro estrato por las demás carreras que se enseñan en la UNTRM.

### **2.3. Variables de estudio**

El presente estudio tuvo dos variables, como se muestra a continuación:

- Variable independiente: Octógonos.
- Variable dependiente: Decisión de compra.

### 2.3.3. Operacionalización de variables

**Tabla 3**

*Operacionalización de variables*

| VARIABLES          | DEFINICIÓN CONCEPTUAL  | DEFINICIÓN OPERACIONAL  | DIMENSIONES   | INDICADORES                 | ÍTEMS |
|--------------------|--|---|---|-----------------------------|-------|
| Octógonos          | Son rotulados, que muestran de forma visual los excesos de determinados componentes que tiene un alimento procesado (Britos et al., 2018).                   | Esta variable se va medir mediante un cuestionario de elaboración propia. | Contenido de los octógonos.                           | Sodio                       | 1,2   |
|                    |  |   |   | Azúcar                      | 3,4   |
|                    |  |   |   | Grasas saturadas            | 5,6   |
|                    |  |   |   | Grasas trans                | 7,8   |
|                    |  |   |   | Color                       |       |
| Decisión de compra | Según Kotler y Armstrong (2001), la decisión de compra es la etapa donde el consumidor lleva a cabo la compra, decide la cantidad, marca y en dónde comprar. | Esta variable se va medir mediante un cuestionario de elaboración propia. | Influencias que intervienen en la decisión de compra. | Tamaño                      | 9     |
|                    |  |   |   | Ubicación                   |       |
|                    |  |   |   | Cantidad                    | 10    |
|                    |  |   |   | Influencias socioculturales | 11    |
|                    |  |   |   | Influencias Psicológicas    | 12,13 |
|                    |  | Atributos de la decisión de compra.                                       | Categorías  | 14                          |       |

## **2.4. Técnicas e instrumento**

En esta investigación se obtuvo información mediante la técnica de la encuesta, el cual se aplicó a la muestra representativa de la población; la encuesta fue online, estuvo elaborada mediante formularios de google y posteriormente fue enviado a los correos de los estudiantes.

Cada técnica tiene su respectivo instrumento, que se usa para la recolección de datos; en este caso se aplicó un cuestionario, que estuvo constituido en dos secciones: la primera incluyó datos personales de los estudiantes de la UNTRM como: edad, sexo, carrera, estatura en metros y peso en kilogramos, la segunda sección consistió en 14 preguntas cerradas, con escala nominal y de Likert. Todas las interrogantes tuvieron coherencia con los objetivos de la presente investigación.

## **2.5. Análisis de datos**

De acuerdo con Epiquién y Diestra (2013) existen diferentes métodos para analizar los datos recolectados en una investigación; entre ellos encontramos el método estadístico, descriptivo y analítico.

En este estudio, los datos adquiridos se analizaron mediante los tres métodos mencionados en el acápite anterior; en el método estadístico se aplicó un análisis exploratorio de datos generalmente conocido como estadística descriptiva, que consistió en representar la información a través de gráficos de barra, pastel y tablas de frecuencia, con el único propósito de valorar los datos como un todo. También se utilizó la estadística inferencial para comprobar la hipótesis, utilizando el coeficiente de rho de Spearman  $\rho$ , el cual “mide el grado de asociación entre ambas variables” (Mondragón, 2014, p.100).

Todo ello se realizó en el programa informático Microsoft Excel 2016, donde primero se elaboró una base de datos con la información recopilada en la encuesta, posteriormente se procedió a elaborar tablas dinámicas para realizar los gráficos correspondientes a cada interrogante. También se usó el software estadístico IBM SPSS Statistics 24 para encontrar el coeficiente de rho de Spearman.

Respecto al método descriptivo, en Microsoft Word se organizó los resultados de forma ordenada de acuerdo a cada variable; en el método analítico se realizó un respectivo análisis a cada gráfico, incluyendo un análisis correlacional de la tabla de frecuencia.

Schnettler B. et al. (2009) menciona que para analizar el grado de conocimiento de la dimensión: “contenido de los octógonos”, se utilizó los porcentajes obtenidos mediante la fórmula de GC (Como se citó en Verdumey y Viaene, 2003)

$$GC = \left\{ \left[ \sum_{i=1}^5 (A_i \times C_i) \right] / 5 \right\} \times 100$$

Dónde el GC se representa de la siguiente manera:

**Tabla 4**

*Grado de conocimiento*

| <b>GRADO DE CONOCIMIENTO</b> |         |
|------------------------------|---------|
| <b>BAJO</b>                  | 0-25%   |
| <b>MEDIO</b>                 | 26-75%  |
| <b>ALTO</b>                  | 76-100% |

*Fuente: Berta Schnettler Morales conocimiento y aceptación de alimentos genéticamente modificados en consumidores de la IX Región de Chile*

### III. RESULTADOS

Este capítulo se divide en dos partes, una de ellas consiste en el análisis e interpretación de los resultados obtenidos en la encuesta online dirigido a los estudiantes de la UNTRM y la otra parte consiste en la contrastación de hipótesis.

#### Análisis e interpretación

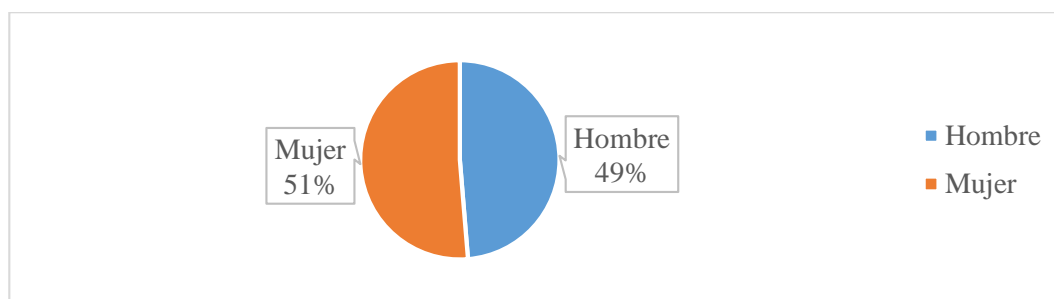
**Tabla 5**

*Género de los estudiantes universitario*

| Género        | Frecuencia absoluta | Frecuencia relativa |
|---------------|---------------------|---------------------|
| Hombre        | 168                 | 49%                 |
| Mujer         | 177                 | 51%                 |
| Total general | <b>345</b>          | <b>100%</b>         |

**Figura 1**

*Género de los estudiantes universitarios*



En la figura 01, se puede apreciar que: el 51% de estudiantes universitarios fueron mujeres y el otro 49% fueron varones.

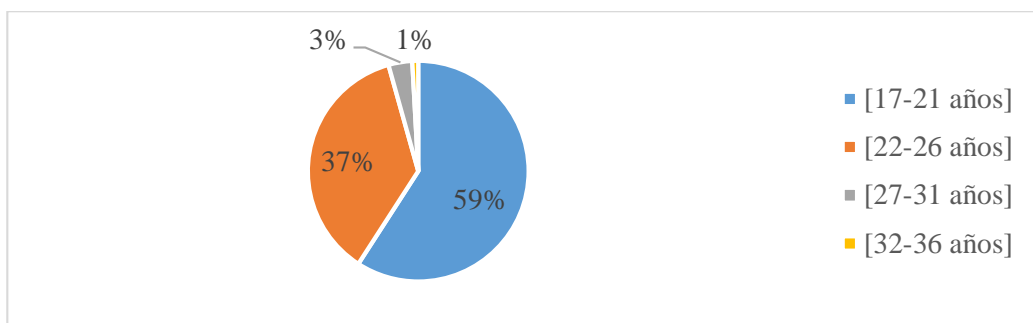
**Tabla 6**

*Frecuencia de edades de los estudiantes*

| Intervalos de edades | Frecuencia absoluta | Frecuencia relativa |
|----------------------|---------------------|---------------------|
| 17-21 años           | 204                 | 59%                 |
| 22-26 años           | 126                 | 37%                 |
| 27-31 años           | 12                  | 3%                  |
| 32-36 años           | 3                   | 1%                  |
| Total general        | <b>345</b>          | <b>100%</b>         |

**Figura 2**

*Frecuencia de edades de los estudiantes universitarios*



En la figura 02, se puede apreciar los rangos de edades de los estudiantes universitarios encuestados. El mayor porcentaje se encontró en el intervalo (17-21 años) con un 59%, y el menor porcentaje se encontró en el intervalo (32-36 años) con el 1% de participación, predominando los jóvenes.

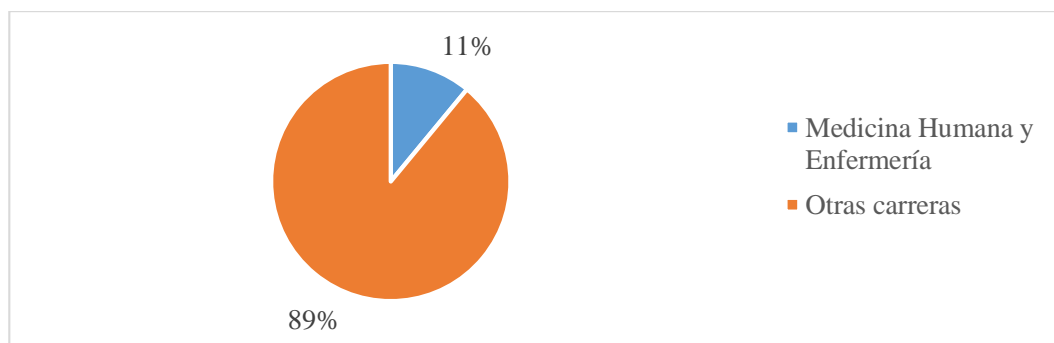
**Tabla 7**

*Carreras universitarias de los estudiantes*

| Carrera universitaria        | Frecuencia absoluta | Frecuencia relativa |
|------------------------------|---------------------|---------------------|
| Medicina Humana y Enfermería | 38                  | 11%                 |
| Otras carreras               | 307                 | 89%                 |
| Total general                | 345                 | 100%                |

**Figura 3**

*Carreras universitarias de los estudiantes*

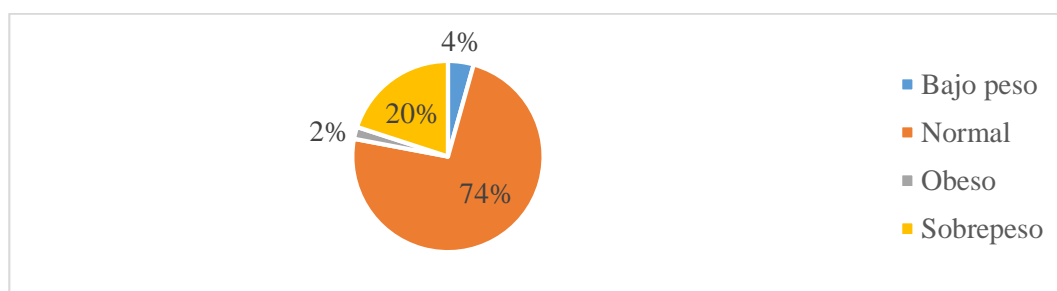


En la figura 03, se puede apreciar que: el 11% de los participantes estudiaban la carrera de Medicina Humana y Enfermería, mientras que el 89% restante estudiaban las otras carreras que se enseñan en la *UNTRM*.



**Tabla 8***Índice de masa corporal de los estudiantes universitarios*

| Índice de masa corporal | Frecuencia absoluta | Frecuencia relativa |
|-------------------------|---------------------|---------------------|
| Bajo peso               | 15                  | 4%                  |
| Normal                  | 254                 | 74%                 |
| Obeso                   | 7                   | 2%                  |
| Sobrepeso               | 69                  | 20%                 |
| Total general           | 345                 | 100%                |

**Figura 4***Índice de masa corporal de los estudiantes universitarios*

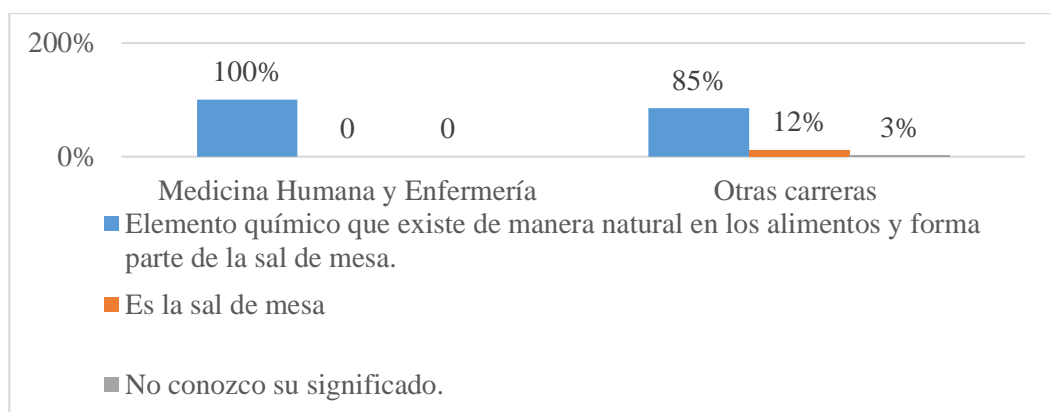
En la figura 04, se puede apreciar que: el 74% de estudiantes universitarios tenían un Índice de masa corporal normal y el 20% se encontraba con sobrepeso.

## VARIABLE OCTÓGONOS

**Dimensión-Contenido de octógonos:** Conforme al Manual de Advertencias Publicitarias aprobado por Decreto supremo N°012-2018-SA. (16 de junio de 2018), los octógonos contienen un texto que refleja el exceso de componentes: sodio, azúcar, grasas saturadas y grasas trans. Por ello es esencial determinar cuánto conocen los estudiantes universitarios sobre el significado de esos componentes, para verificar si contribuye en sus decisiones de compra.

**Tabla 9***Conocimiento de Sodio*

|               | Medicina Humana y Enfermería |      | Otras carreras universitarias |      |
|---------------|------------------------------|------|-------------------------------|------|
|               | Fi                           | Hi   | Fi                            | Hi   |
| Alternativa 1 | 38                           | 100% | 260                           | 85%  |
| Alternativa 2 | 0                            | 0%   | 38                            | 12%  |
| Alternativa 3 | 0                            | 0%   | 9                             | 3%   |
| Total general | 38                           | 100% | 307                           | 100% |

**Figura 5***Conocimiento de Sodio*

En la figura 05, se puede apreciar que: el 100% de estudiantes de las carreras de ciencias de la salud (Medicina Humana y Enfermería) sabían que era el sodio, y en cuanto a las demás carreras solo el 85% tuvo conocimiento al respecto, pero el 15% no.

**Tabla 10***Grado de conocimiento de Sodio*

|                              | Grado de conocimiento |                |                |
|------------------------------|-----------------------|----------------|----------------|
|                              | Bajo (0-25%)          | Medio (26-75%) | Alto (76-100%) |
| Medicina Humana y Enfermería |                       |                | 100%           |
| Otras carreras               |                       |                | 85%            |

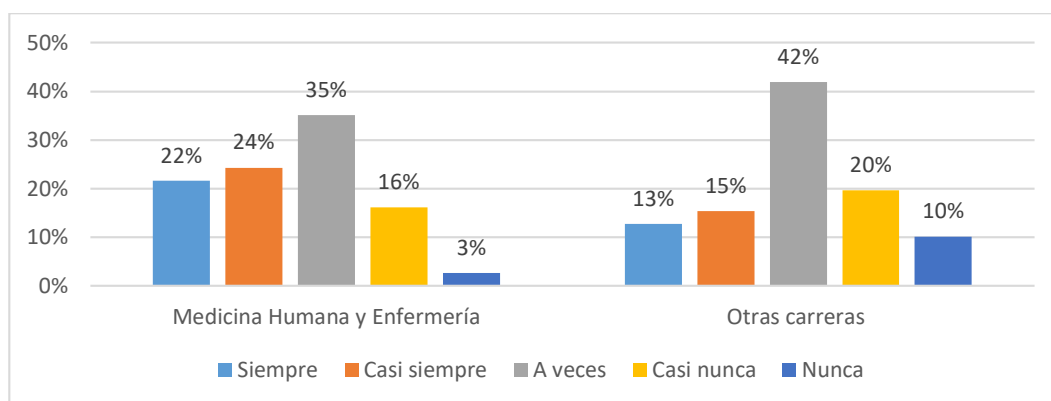
En la tabla 10, se puede apreciar que el 100% de estudiantes de Medicina Humana y Enfermería tuvieron un conocimiento alto sobre el significado de Sodio, del mismo el 85% de estudiantes de otras carreras universitarias.

**Tabla 11***Uso del octógono "Alto en Sodio"*

|               | Medicina Humana y Enfermería |      | Otras carreras universitarias |      |
|---------------|------------------------------|------|-------------------------------|------|
|               | Fi                           | Hi   | Fi                            | Hi   |
| Siempre       | 9                            | 22%  | 40                            | 13%  |
| Casi siempre  | 9                            | 24%  | 49                            | 15%  |
| A veces       | 13                           | 35%  | 128                           | 42%  |
| Casi nunca    | 6                            | 16%  | 59                            | 20%  |
| Nunca         | 1                            | 3%   | 31                            | 10%  |
| Total general | 38                           | 100% | 307                           | 100% |

**Figura 6**

*Uso del octógono “Alto en Sodio”*



Según la escala de Likert el mayor valor es “siempre” (5) y el menor valor es “nunca” (1), de acuerdo a ello en la figura 06 se puede apreciar que: existe mayor incidencia en el mayor valor, donde el 22% de estudiantes de Medicina Humana y Enfermería siempre tuvieron en cuenta el octógono “Alto en sodio” antes de comprar algún alimento procesado y en cuanto a las demás carreras solo el 13%. Asimismo, el 3% de estudiantes de ciencias de la salud manifestaron que nunca tuvieron en cuenta ese octógono y en cuanto a las demás carreras el 10%; demostrando que los estudiantes de ciencias de la salud fueron más conscientes en sus decisiones de compra.

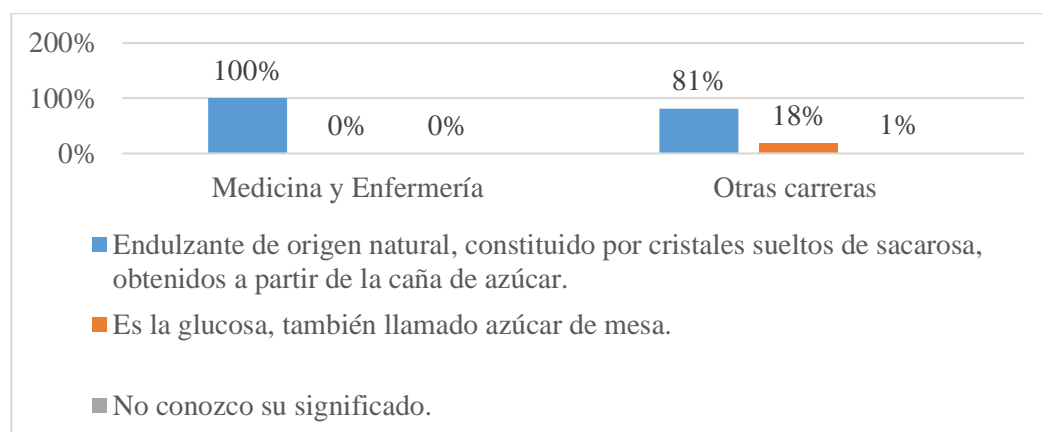
**Tabla 12**

*Conocimiento de azúcar*

|               | Medicina Humana y Enfermería |      | Otras carreras universitarias |      |
|---------------|------------------------------|------|-------------------------------|------|
|               | Fi                           | Hi   | Fi                            | Hi   |
| Alternativa 1 | 38                           | 100% | 248                           | 81%  |
| Alternativa 2 | 0                            | 0%   | 56                            | 18%  |
| Alternativa 3 | 0                            | 0%   | 3                             | 1%   |
| Total general | 38                           | 100% | 307                           | 100% |

**Figura 7**

*Conocimiento de azúcar*



En la figura 07, se puede apreciar que: el 100% de estudiantes de Medicina Humana y Enfermería tuvieron un conocimiento alto sobre el significado de Azúcar, del mismo el 81% de estudiantes de otras carreras universitarias.

**Tabla 13**

*Grado de conocimiento de Azúcar*

|                              | Grado de conocimiento |                |                |
|------------------------------|-----------------------|----------------|----------------|
|                              | Bajo (0-25%)          | Medio (26-75%) | Alto (76-100%) |
| Medicina Humana y Enfermería |                       |                | 100%           |
| Otras carreras               |                       |                | 81%            |

En la tabla 13, se puede apreciar que los estudiantes de la UNTRM tuvieron un conocimiento alto sobre el significado de azúcar.

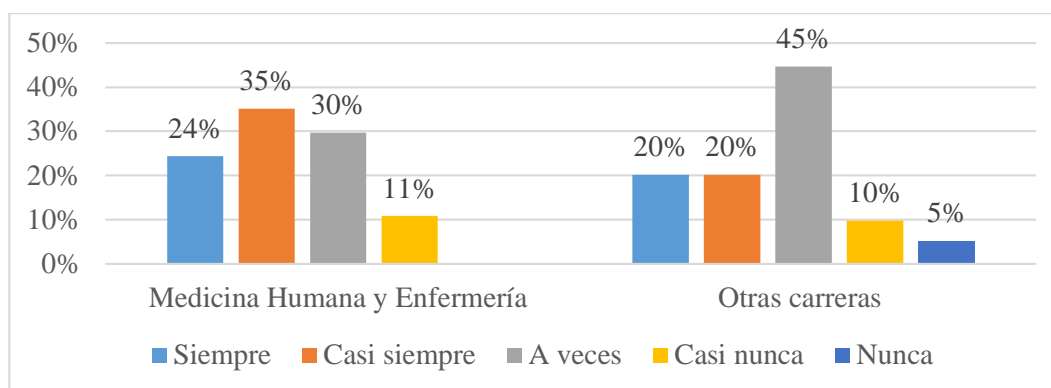
**Tabla 14**

*Uso del octógono "Alto en Azúcar"*

|               | Medicina Humana y Enfermería |      | Otras carreras universitarias |      |
|---------------|------------------------------|------|-------------------------------|------|
|               | Fi                           | Hi   | Fi                            | Hi   |
| Siempre       | 9                            | 24%  | 62                            | 20%  |
| Casi siempre  | 13                           | 35%  | 62                            | 20%  |
| A veces       | 12                           | 30%  | 137                           | 45%  |
| Casi nunca    | 4                            | 11%  | 30                            | 10%  |
| Nunca         | 0                            | 0%   | 16                            | 5%   |
| Total general | 38                           | 100% | 307                           | 100% |

**Figura 8**

*Uso del octógono “Alto en Azúcar”*



Según la escala de Likert el mayor valor es “siempre” (5) y el menor valor es “nunca” (1), de acuerdo a ello: existe mayor incidencia en el mayor valor, donde el 24% de estudiantes de ciencias de la salud siempre tuvieron en cuenta el octógono “Alto en azúcar” antes de comprar algún alimento procesado y en cuanto a las demás carreras el 20%. Asimismo, cabe recalcar que todos los estudiantes de las carreras de Medicina Humana y Enfermería usaron ese octógono, mientras que el 5% de estudiantes de las demás carreras, nunca lo tuvieron en cuenta.

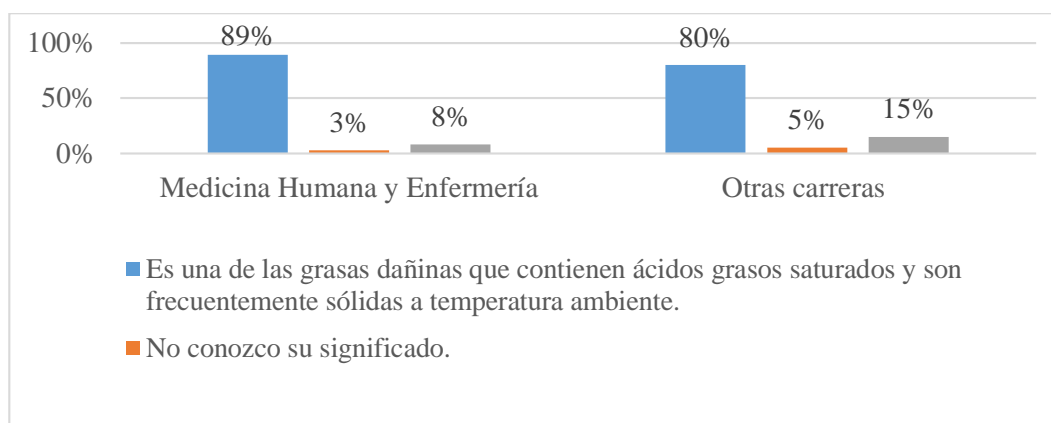
**Tabla 15**

*Conocimiento de Grasas Saturadas*

|               | Medicina Humana y Enfermería |      | Otras carreras universitarias |      |
|---------------|------------------------------|------|-------------------------------|------|
|               | Fi                           | Hi   | Fi                            | Hi   |
| Alternativa 1 | 34                           | 89%  | 246                           | 80%  |
| Alternativa 2 | 1                            | 3%   | 15                            | 5%   |
| Alternativa 3 | 3                            | 8%   | 46                            | 15%  |
| Total general | 38                           | 100% | 307                           | 100% |

**Figura 9**

*Conocimiento de Grasas Saturadas*



En la figura 09, se puede apreciar que el 89% de estudiantes de las carreras de ciencias de la salud (Medicina y Enfermería) conocían la definición de grasas saturadas, y en cuanto a las demás carreras universitarias solo el 82%, pero el 18% no.

**Tabla 16**

*Grado de conocimiento de Grasas saturadas*

|                              | Grado de conocimiento |                |                |
|------------------------------|-----------------------|----------------|----------------|
|                              | Bajo (0-25%)          | Medio (26-75%) | Alto (76-100%) |
| Medicina Humana y Enfermería |                       |                | 89%            |
| Otras carreras               |                       |                | 80%            |

En la tabla 16, se puede apreciar que el 89% de estudiantes de Medicina Humana y Enfermería tuvieron un conocimiento alto sobre el significado de grasas saturadas, del mismo el 80% de estudiantes de otras carreras universitarias.

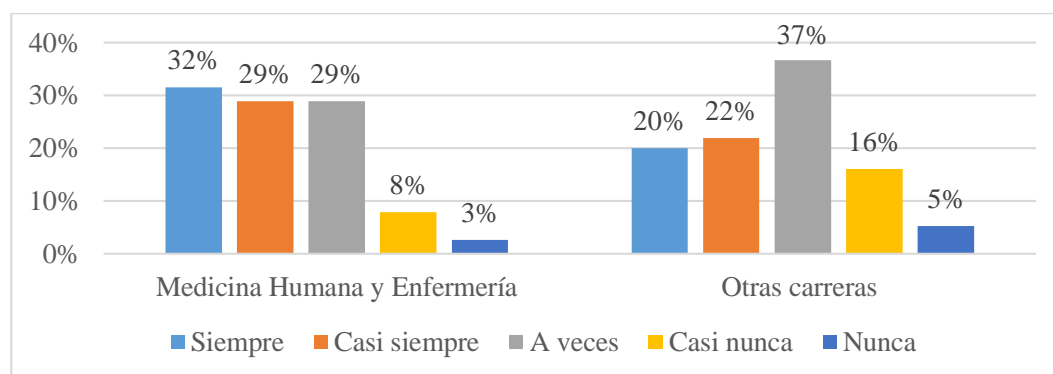
**Tabla 17**

*Uso del octógono "Alto en grasas saturadas"*

|               | Medicina Humana y Enfermería |      | Otras carreras universitarias |      |
|---------------|------------------------------|------|-------------------------------|------|
|               | Fi                           | Hi   | Fi                            | Hi   |
| Siempre       | 12                           | 32%  | 61                            | 20%  |
| Casi siempre  | 11                           | 29%  | 67                            | 22%  |
| A veces       | 11                           | 29%  | 114                           | 37%  |
| Casi nunca    | 3                            | 8%   | 49                            | 16%  |
| Nunca         | 1                            | 3%   | 16                            | 5%   |
| Total general | 38                           | 100% | 307                           | 100% |

**Figura 10**

*Uso del octógono "Alto en grasas saturadas"*



Según la escala de Likert el mayor valor es “siempre” (5) y el menor valor es “nunca” (1), de acuerdo a ello: existe mayor incidencia en el mayor valor, donde el 32% de estudiantes de ciencias de la salud siempre tuvieron presente el octógono “Alto en grasas saturadas” antes de comprar algún alimento procesado y en cuanto a las demás carreras el 20%. Asimismo, cabe recalcar que solo el 3% de estudiantes de las carreras de ciencias de la salud nunca tuvieron en cuenta ese octógono y en cuanto a las demás carreras el 5%; demostrando que los estudiantes de Medicina Humana y Enfermería fueron un poco más conscientes.

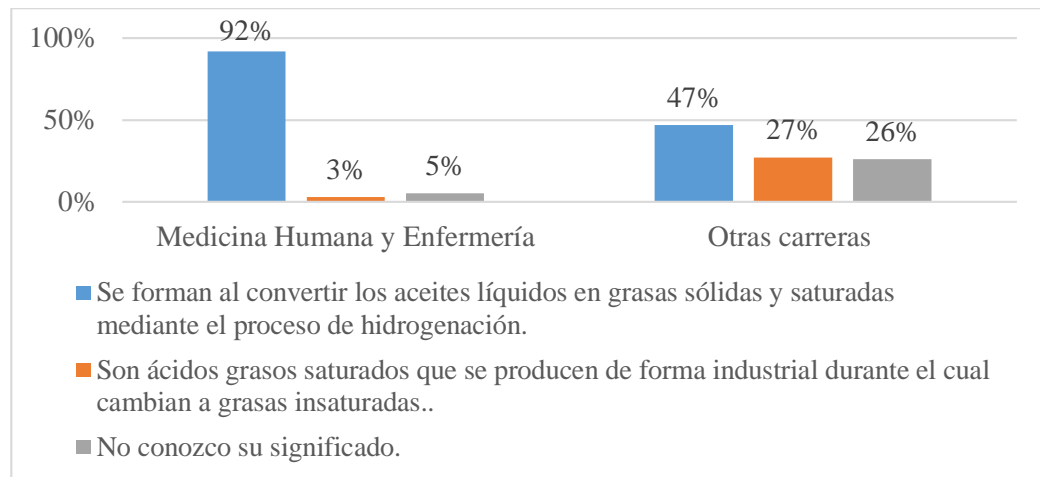
**Tabla 18**

*Conocimiento de Grasas Trans*

|               | Medicina Humana y Enfermería |      | Otras carreras universitarias |      |
|---------------|------------------------------|------|-------------------------------|------|
|               | Fi                           | Hi   | Fi                            | Hi   |
| Alternativa 1 | 35                           | 92%  | 144                           | 47%  |
| Alternativa 2 | 1                            | 3%   | 83                            | 27%  |
| Alternativa 3 | 2                            | 5%   | 80                            | 26%  |
| Total general | 38                           | 100% | 307                           | 100% |

**Figura 11**

*Conocimiento de Grasas Trans*



En la figura 11, se puede apreciar que: el 92% de estudiantes de las carreras de Medicina y Enfermería conocían la definición de grasas trans, y en cuanto a las demás carreras universitarias solo el 51%. Asimismo, el 8% no conocía que eran las grasas trans a pesar de que eran estudiantes de ciencias de la salud, y en cuanto a las demás carreras universitarias el porcentaje fue mucho mayor de 48%.

**Tabla 19**

*Grado de conocimiento de Grasas trans*

|                              | Grado de conocimiento |                |                |
|------------------------------|-----------------------|----------------|----------------|
|                              | Bajo (0-25%)          | Medio (26-75%) | Alto (76-100%) |
| Medicina Humana y Enfermería |                       |                | 92%            |
| Otras carreras               |                       | 47%            |                |

En la tabla 19, se puede apreciar que el 92% de estudiantes de Medicina Humana y Enfermería tuvieron un conocimiento alto sobre el significado de grasas trans, mientras que el 47% de estudiantes de otras carreras universitarias tuvieron un conocimiento medio.



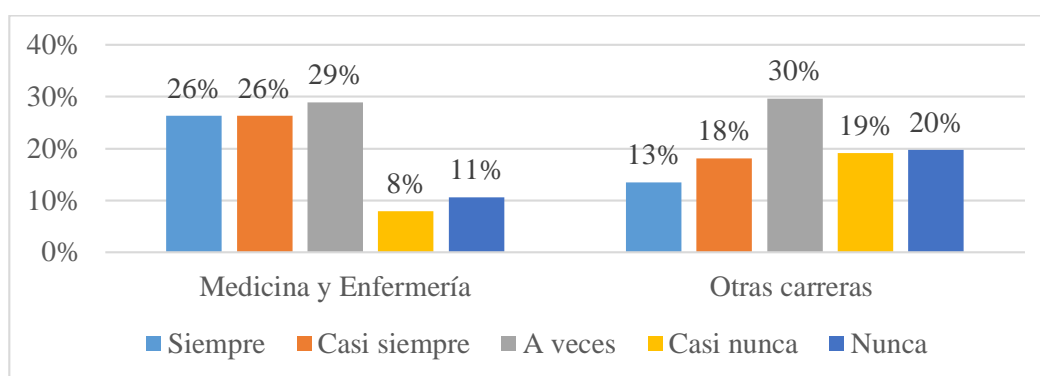
**Tabla 20**

Uso del octógono "Contiene grasas trans"

|               | Medicina Humana y Enfermería |      | Otras carreras universitarias |      |
|---------------|------------------------------|------|-------------------------------|------|
|               | Fi                           | Hi   | Fi                            | Hi   |
| Siempre       | 10                           | 26%  | 41                            | 13%  |
| Casi siempre  | 10                           | 26%  | 55                            | 18%  |
| A veces       | 11                           | 29%  | 92                            | 30%  |
| Casi nunca    | 3                            | 8%   | 58                            | 19%  |
| Nunca         | 4                            | 11%  | 61                            | 20%  |
| Total general | 38                           | 100% | 307                           | 100% |

**Figura 12**

Uso del octógono "Contiene grasas trans"

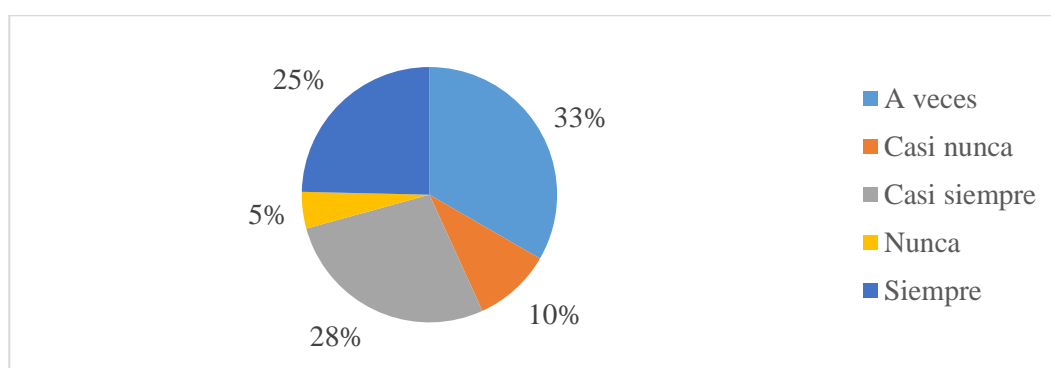


Según la escala de Likert el mayor valor es “siempre” (5) y el menor valor es “nunca” (1). En la tabla 9, se puede apreciar que en las carreras de Medicina y Enfermería existe mayor incidencia en el mayor valor, donde el 26% de estudiantes antes de comprar algún alimento procesado siempre tenía en consideración el octógono “Alto en grasas trans”. Mientras que en las demás carreras universitarias se obtuvo mayor incidencia en el menor valor, donde el 20% de estudiantes nunca tuvieron en consideración ese octógono; demostrando que estaba relacionado con el grado de conocimiento.

**Dimensión-Atributos de los octógonos:** Conforme al Manual de Advertencias Publicitarias aprobado por Decreto supremo N°012-2018-SA. (16 de junio de 2018), los octógonos tienen un determinado tamaño, color y cantidad, que se estableció de acuerdo a una investigación realizada antes de aprobar la Ley; por ello es importante conocer si esos atributos hoy en día contribuyen a tomar buenas decisiones de compra.

**Tabla 21***Color, tamaño y ubicación de octógonos en los empaques*

|               | Frecuencia absoluta | Frecuencia relativa |
|---------------|---------------------|---------------------|
| Siempre       | 85                  | 25%                 |
| Casi siempre  | 95                  | 28%                 |
| A veces       | 115                 | 33%                 |
| Casi nunca    | 34                  | 10%                 |
| Nunca         | 16                  | 5%                  |
| Total general | 345                 | 100%                |

**Figura 13***Color, tamaño y ubicación de octógonos en los empaques*

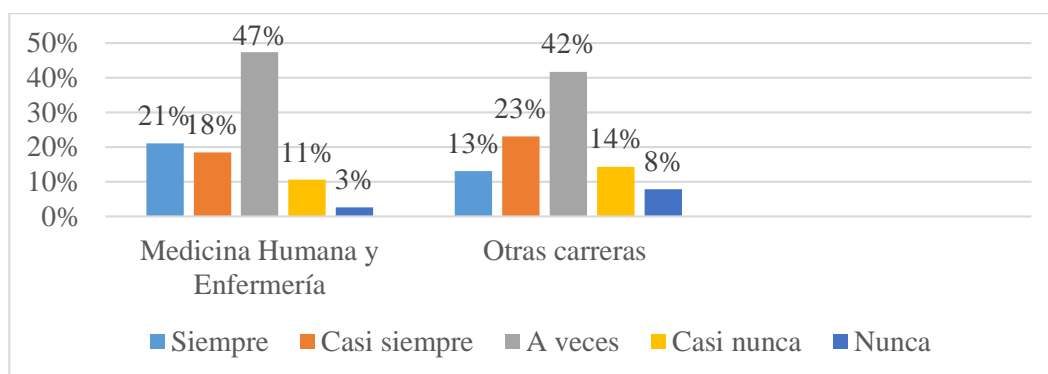
En la figura 13, se puede apreciar que: según la escala de Likert el mayor valor es “siempre” (5) y el menor valor es “nunca” (1). De acuerdo a ello se obtuvo mayor incidencia en el mayor valor, donde el 25% de estudiantes consideraron que los atributos como: el tamaño, color y ubicación de los octógonos siempre les ayuda a tomar buenas decisiones de compra. Asimismo, el 5% opina que aquellos atributos antes mencionados nunca contribuyeron en sus decisiones de compra.

**Tabla 22***Cantidad de octógonos*

|               | Medicina Humana y Enfermería |      | Otras carreras universitarias |      |
|---------------|------------------------------|------|-------------------------------|------|
|               | Fi                           | Hi   | Fi                            | Hi   |
| Siempre       | 8                            | 21%  | 40                            | 13%  |
| Casi siempre  | 7                            | 18%  | 71                            | 23%  |
| A veces       | 18                           | 47%  | 128                           | 42%  |
| Casi nunca    | 4                            | 11%  | 44                            | 14%  |
| Nunca         | 1                            | 3%   | 24                            | 8%   |
| Total general | 38                           | 100% | 307                           | 100% |

**Figura 14**

*Cantidad de octógonos*



En la figura 14, se puede apreciar que: el 21% de estudiantes de ciencias de la salud (Medicina humana y Enfermería), siempre consideró la cantidad de octógonos antes de comprar algún alimento procesado, mientras que los estudiantes de otras carreras universitarias solo el 13%. Asimismo, existieron estudiantes que no lo consideraban, predominando los estudiantes de otras carreras universitarias con un 8%, mientras que los estudiantes de ciencias de la salud solo el 3%.

#### **VARIABLE DECISIÓN DE COMPRA:**

**Dimensión-Influencias que intervienen en la decisión de compra:** Desde la posición de Kloter y Armstrong (2001), la etapa de decisión de compra puede afectarse por las influencias del entorno. De acuerdo con Schiffman y Wisenblit (2015), existen influencias socioculturales como: la familia, amigos y las influencias psicológicas como: percepción, actitud y motivación del consumidor.

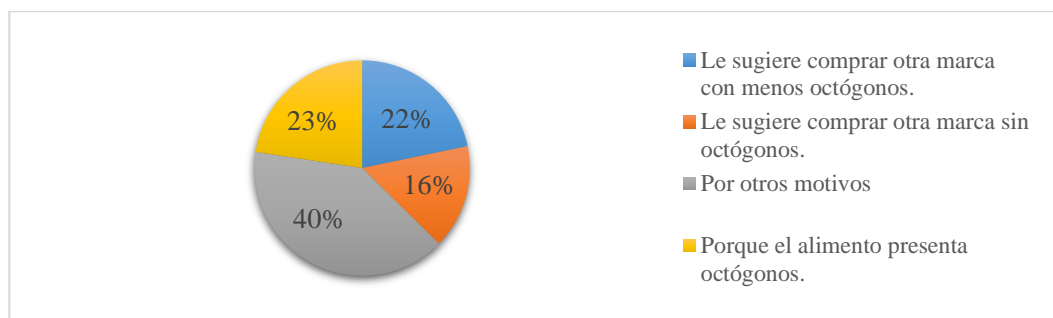
**Tabla 23**

*Motivos por lo que deja de adquirir un alimento procesado*

| Motivos   | Fi  | Hi   |
|---|-----|------|
| Porque el alimento presenta octógonos             | 78  | 23%  |
| Le sugiere comprar otra marca sin octógonos       | 55  | 16%  |
| Le sugiere comprar otra marca con menos octógonos | 74  | 22%  |
| Por otro motivos                                  | 138 | 40%  |
| Total general                                     | 345 | 100% |

**Figura 15**

*Motivos por lo que deja de adquirir un alimento procesado*



En la figura 15 se puede apreciar que: cuando los estudiantes estuvieron a punto de comprar alimentos procesados decidieron no adquirirlo porque sus amigos o familiares influyeron en ellos. Donde el 23% manifiesta que les sugirieron no comprarlo porque el producto tenía octógonos, mientras que al 22% le propusieron comprar otra marca con menos octógonos, al 16% le sugirieron comprar otra marca sin ningún octógono, y al 40% le recomendaron no comprar por otros motivos.

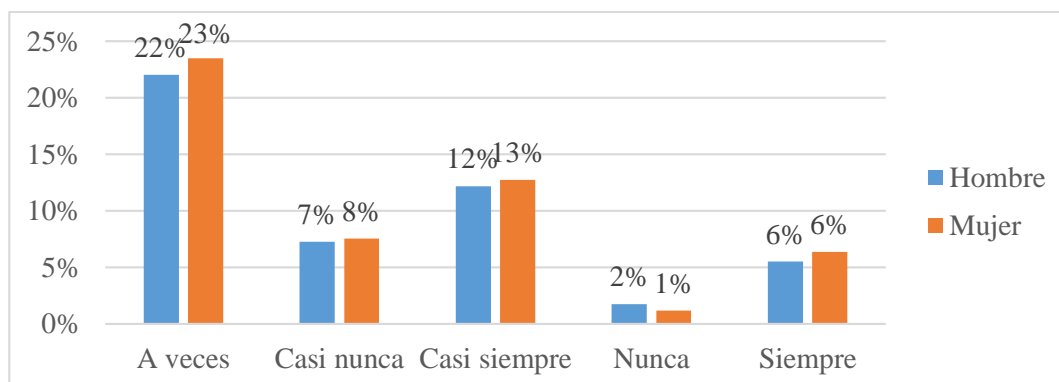
**Tabla 24**

*Estudiantes que dejan de adquirir alimentos con octógonos por cuidar su salud*

|               | Hombres |     | Mujeres |     |
|---------------|---------|-----|---------|-----|
|               | Fi      | Hi  | Fi      | Hi  |
| Siempre       | 21      | 6%  | 21      | 6%  |
| Casi siempre  | 41      | 12% | 45      | 13% |
| A veces       | 75      | 22% | 79      | 23% |
| Casi nunca    | 24      | 7%  | 28      | 8%  |
| Nunca         | 7       | 2%  | 4       | 1%  |
| Total general | 168     | 49% | 177     | 51% |

**Figura 16**

*Estudiantes que dejan de adquirir alimentos con octógonos por cuidar su salud*



En la figura 16 se puede apreciar que: según la escala de Likert existe mayor frecuencia en el valor intermedio “a veces”: donde el 45% de estudiantes universitarios a veces no compraban alimentos procesados con octógonos por cuidar su salud. Asimismo, la diferencia entre varones y mujeres fue mínima, del 1%. Cabe recalcar que solo el 3% de estudiantes nunca dejó de comprar alimentos con sellos octagonales a pesar del daño que pudo generarle a su salud.

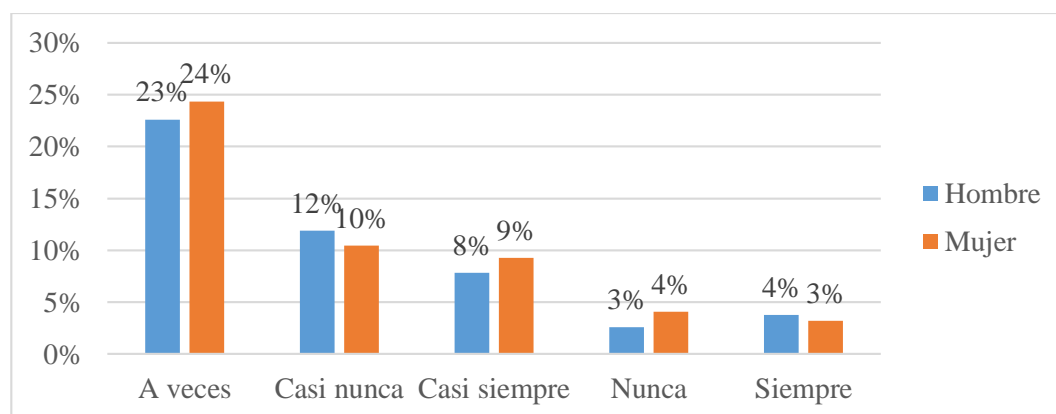
**Tabla 25**

*Estudiantes que dejan de adquirir alimentos con octógonos por cuidar su estética corporal*

|               | Hombres |     | Mujeres |     |
|---------------|---------|-----|---------|-----|
|               | Fi      | Hi  | Fi      | Hi  |
| Siempre       | 13      | 4%  | 11      | 3%  |
| Casi siempre  | 27      | 8%  | 32      | 9%  |
| A veces       | 77      | 23% | 85      | 24% |
| Casi nunca    | 41      | 12% | 35      | 10% |
| Nunca         | 10      | 3%  | 14      | 4%  |
| Total general | 168     | 50% | 177     | 50% |

**Figura 17**

*Estudiantes que dejan de adquirir alimentos con octógonos por cuidar su estética corporal*



En la figura 17 se puede apreciar que: según la escala de Likert existe mayor frecuencia en el valor intermedio “a veces”, donde el 47% de estudiantes universitarios a veces dejaba de comprar alimentos procesados con octógonos por cuidar su estética corporal, asimismo la diferencia entre varones y mujeres fue

mínima de un 1%. Y cabe recalcar que solo el 7% de estudiantes compraba alimentos con octógonos sin tener en consideración su estética corporal.

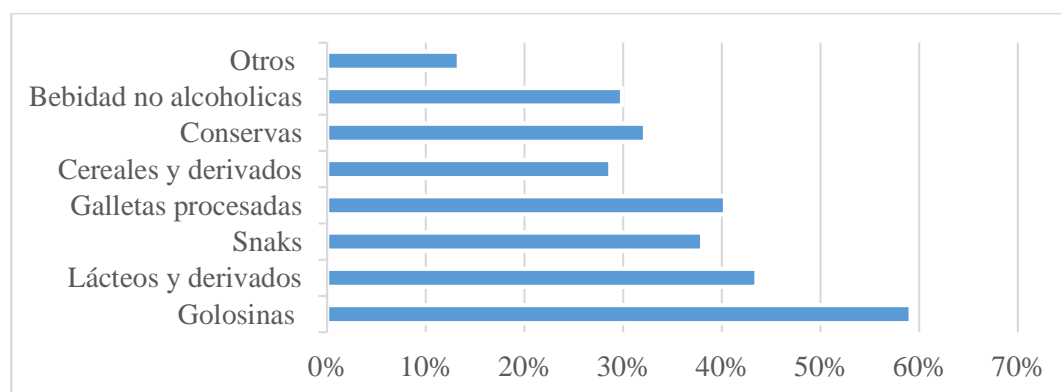
**Tabla 26**

*Categorías de alimentos en las que el estudiante se detiene a observar los octógonos*

| Categoría de alimento  | Frecuencia absoluta | Frecuencia relativa |
|------------------------|---------------------|---------------------|
| Golosinas              | 204                 | 59%                 |
| Lácteos y derivados    | 150                 | 43%                 |
| Snaks                  | 131                 | 38%                 |
| Galletas procesadas    | 139                 | 40%                 |
| Cereales y derivados   | 99                  | 29%                 |
| Conservas              | 111                 | 32%                 |
| Bebidas no alcohólicas | 103                 | 30%                 |
| Otros                  | 46                  | 13%                 |

**Figura 18**

*Categorías de alimentos en las que el estudiante se detiene a observar los octógonos.*



En la figura 18 se puede apreciar que, los estudiantes al momento de comprar algún alimento procesado observaban cuidadosamente los octógonos de advertencia, pero entre ellos destacaron las golosinas con un 59%, los lácteos y derivados con un 43%, las galletas procesadas con un 40%, los snacks con un 38%, las conservas con un 32%, las bebidas no alcohólicas con un 30%, cereales y derivados con un 29%, y por último otros alimentos con un 13%.

## Contrastación de hipótesis

**Tabla 27**

*Correlación no paramétrica*

|                 |                            | Octógonos<br>(agrupado) | Decisión<br>(agrupado) |
|-----------------|----------------------------|-------------------------|------------------------|
| Rho de Spearman | Octógonos (agrupado)       | 1.000                   | .417**                 |
|                 | Coeficiente de correlación |                         | .000                   |
|                 | Sig. (bilateral)           |                         | .000                   |
|                 | N                          | 345                     | 345                    |
|                 | Decisión (agrupado)        | .417**                  | 1.000                  |
|                 | Coeficiente de correlación |                         | .000                   |
|                 | Sig. (bilateral)           |                         | .000                   |
|                 | N                          | 345                     | 345                    |

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

Conforme al reporte del programa SPSS, las variables de estudio: octógonos y decisión de compra tuvieron una moderada correlación, ya que el coeficiente de correlación fue de 0.417, menor a uno y mayor a cero ( $0 < r < 1$ ).

#### **IV. DISCUSIÓN**

El objetivo general que se planteó en esta investigación, fue determinar la relación entre los octógonos y la decisión de compra en estudiantes de la UNTRM, matriculados en el ciclo académico 2020-II en la sede de la ciudad de Chachapoyas. Gracias a la encuesta online se pudo constatar que existe una relación significativa a un nivel de 0.000, debido a que algunos estudiantes hacen uso de los octógonos, buscan cuidar su salud y estética corporal evitando alimentos con sellos octagonales; esos resultados se reflejan en que el 74% de estudiantes tiene un índice de masa corporal normal. Estos resultados coinciden de los encontrados por Gonzales y Tejeda (2020), donde la Ley de Alimentación Saludable y el comportamiento del consumidor tienen una significancia de 0.000.

Existen 4 octógonos de advertencia, de los cuales algunas personas no conocen el significado de los componentes: sodio, grasas trans, grasas saturadas y azúcar; ello puede generar un sesgo en las decisiones de compra. Por lo tanto, el primer objetivo específico fue indicar el nivel de conocimiento del contenido de los octógonos. Se pudo descubrir en el estudio, que los estudiantes de Medicina Humana y Enfermería tienen un conocimiento alto sobre los 4 componentes, mientras que los estudiantes de otras carreras universitarias tienen un conocimiento alto solo en 3 componentes: sodio, azúcar y grasas saturadas, pero en menores porcentajes. Resultados similares se encontraron en Arequipa por Gonzales y Tejeda (2020), donde los estudiantes universitarios tienen una comprensión alta del significado de tres octógonos sin embargo tienen una comprensión media en el octógono “Contiene grasas Trans”

El segundo objetivo específico fue identificar los niveles de decisión de compra de alimentos procesados con sellos octagonales, de acuerdo a: atributos de los octógonos, influencias socioculturales y psicológicas.

Respecto a los atributos se pudo descubrir, que el 53% de estudiantes siempre o casi siempre consideran que el color, tamaño y ubicación frontal de los octógonos contribuyen a tomar buenas decisiones de compra. Estos resultados coinciden de los encontrados por Ortiz (2019), donde el 66.1% de consumidores piuranos considera que la propuesta de etiquetado canadiense similar al de Chile y Perú, ayuda a tomar buenas decisiones de compra, debido al diseño de las letras, el color y presentación.



Por otra parte, respecto al atributo cantidad de octógonos, se pudo descubrir, que solo el 37% de estudiantes siempre y casi siempre antes de adquirir un producto verifican la cantidad de sellos octagonales. Resultados similares se encontraron en Chile por una investigación de Cornejo (2017) donde demuestra, que los jóvenes chilenos ante mayor cantidad de octógonos disminuyen su intención de compra.

Los resultados respecto a influencias socioculturales, demuestran que el 61% de estudiantes considera las opiniones de sus familiares y amigos al momento de comprar alimentos con octógonos. Estos resultados concuerdan con lo que encontró Ortiz (2019) en su tesis, donde el 58.3% de personas de diferentes distritos de la ciudad de Lima consideran las opiniones de sus conocidos al momento de comprar algún alimento con sellos octagonales.

Respecto a influencias psicológicas se pudo descubrir, que el 37% de estudiantes no compran alimentos que presentan sellos octagonales por cuidar su salud, además la diferencia entre varones y mujeres solo es del 1%, ya que ambos se preocupan por cuidar su salud. Estos resultados difieren de los encontrados por Ezcurra et al. (2019) ya que solo las mujeres optan por los productos más saludables mientras que los varones compran más por satisfacción. Por otra parte, coincide con un estudio realizado por Ortiz (2019) donde descubrió que el 93% de personas no piensa comprar alimentos que dañen su salud.

A su vez, respecto a influencias psicológicas se pudo descubrir, que solo el 24% de estudiantes no adquieren alimentos con octógonos por cuidar su estética corporal y el resto de estudiantes solo a veces deja de adquirirlo o casi nunca lo hacen. Estos resultados difieren de los encontrados por Ezcurra et al. (2019), ya que todas las personas que participaron en el focus group confirmaron que optan por alimentos sin octógonos, ya que es sinónimo de verse bien.

El tercer objetivo específico fue analizar la relación entre las variables de estudio, enfocado en el uso que le dan a cada octógono. Se pudo descubrir en el estudio, que 59% de estudiantes de ciencias de la salud (Medicina humana y Enfermería) tienen en cuenta el octógono “Alto en azúcar” antes de comprar algún alimento, del mismo modo el 40% de estudiantes de otras carreras. Por otro lado, otros autores encontraron menor representación en sus investigaciones; Alfares y Alférez (2019)

descubrieron que al 34.3% de consumidores tacneños le importa más el octógono “Alto en azúcar”, mientras que Ugarriza (2017) descubrió que solo al 19% le importa ese octógono. Respecto al octógono “Alto en sodio” se pudo descubrir en el estudio, que el 46% de estudiantes de ciencias de la salud al momento de decidir comprar considera ese octógono, del mismo modo el 28% de estudiantes de otras carreras. Mientras que otros autores pudieron descubrir resultados similares, Alférez y Alférez (2019) encontró que el 21% de consumidores tacneños al momento de comprar un alimento tienen en consideración el octógono “Alto en sodio” y Ugarriza (2017) encontró que solo al 18% hace uso de ese octógono. Respecto al octógono “Alto en grasas saturadas” se descubrió que el 59% de estudiantes de ciencias de la salud al momento de comprar considera ese octógono, del mismo modo el 42% de estudiantes de otras carreras. Esos resultados difieren de los encontrados por Alférez y Alférez (2019) y Ugarriza (2017) ya que solo al 21% y 14% respectivamente tienen en cuenta ese octógono al momento de comprar. Por último respecto al sello “Contiene Grasas Trans” se pudo descubrir que el 52% de estudiantes de ciencias de salud lo tiene en consideración, del mismo modo el 31% de otras carreras. Esos resultados difieren de los encontrados por Alférez y Alférez (2019) ya que solo el 19% de consumidores tacneños lo tienen en cuenta.

## V. CONCLUSIONES

- En la presente investigación se ha determinado que los octógonos de advertencia se relacionan significativamente con la decisión de compra de los estudiantes de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas 2020-II, con un coeficiente de correlación de 0.417.
- Los resultados de este estudio confirman que los estudiantes de las carreras de Medicina Humana y Enfermería tienen conocimiento alto sobre los cuatro componentes que advierten los octógonos, mientras que los estudiantes de otras carreras universitarias de la UNTRM solo tienen conocimiento alto en tres componentes: sodio, azúcar y grasas saturadas, pero en menores porcentajes.
- El conocimiento de los componentes: sodio, azúcar, grasas saturadas y grasas trans que advierten los octógonos incide en la decisión de compra, ya que gran parte de los estudiantes de ciencias de la salud tienen en cuenta los cuatro octógonos antes de adquirir un alimento procesado, mientras que los estudiantes de otras carreras lo usan muy poco, sobre todo el octógono “contiene grasas trans” debido a su nivel de conocimiento.
- Se ha identificado que más de la mitad de estudiantes de la UNTRM consideran que los atributos de los octógonos: color, tamaño y ubicación frontal contribuyen a que ellos tomen mejores decisiones de compra.
- La cantidad de octógonos que viene en la etiqueta del alimento procesado tiene mayor incidencia en la decisión de compra de estudiantes de Medicina Humana y Enfermería, que en estudiantes de otras carreras universitarias de la UNTRM.
- En la etapa de decisión de compra, los estudiantes universitarios se dejan llevar por influencias socioculturales y psicológicas, ya que tienen en cuenta las recomendaciones de las personas de su entorno llegando a comprar otras marcas con menos octógonos o dejan de adquirir el alimento porque presenta octógonos, asimismo los estudiantes solo a veces dejan de comprar alimentos procesados para cuidar su salud y estética corporal.

## **VI. RECOMENDACIONES**

- Se recomienda a la Dirección de Bienestar de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas, realizar un programa de educación nutricional para empoderar a los estudiantes en sus decisiones de compra.
- En lo que respecta a futuras investigaciones, se recomienda realizar simulaciones de compra y usar la tecnología eye tracking para estudiar el comportamiento del consumidor ante la presencia de sellos octagonales.
- Por último, debido a los buenos resultados que tiene la Ley de Promoción de la Alimentación Saludable para Niños, Niñas y Adolescentes N° 30021, se recomienda al Ministerio de Salud ya no aprobar más prórrogas del uso de los octógonos como stickers en productos importados, porque pueden ser retirados fácilmente generando sesgo en las decisiones de compra y un vacío en la fiscalización por el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual-INDECOPI.

## VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguilar-Barojas S. (2005). Fórmulas para el cálculo de la muestra en investigaciones de salud. *Salud en Tabasco*, 11(1-2), 333-338. <https://www.redalyc.org/pdf/487/48711206.pdf>
- Alfárez, M. F., y Alfárez, S. R. (2019). *Implicancias potenciales de la introducción del sistema de advertencias al consumidor basado en octógonos en el etiquetado frontal de alimentos procesados excesivos en nutrientes, Tacna 2019* [Tesis de Licenciatura, Universidad Privada de Tacna]. Repositorio de la Universidad Privada de Tacna. <http://repositorio.upt.edu.pe/handle/UPT/1001>
- Britos, S., Borg, A., Guiraldes, C., y Brito, G. (2018). *Revisión sobre Etiquetado Frontal de Alimentos y Sistemas de Perfiles Nutricionales en el marco del diseño de Políticas Públicas*. <http://cepea.com.ar/cepea/wp-content/uploads/2018/06/Revision-etiquetado-y-perfiles-junio-2018-versi%C3%B3n-final.pdf>
- Castillo, A. (2021, mayo). *Peruanos aumentaron en promedio 7,7 kilos durante la pandemia del covid-19* [video]. El Comercio. <https://elcomercio.pe/videos/pais/peruanos-aumentaron-en-promedio-77-kilos-durante-la-pandemia-del-covid-19-nnav-amtv-peruanos-con-sobrepeso-aumento-de-peso-en-pandemia-noticia/?fbclid=IwAR3s7rVWgZZQ7M1t-niRH-CoWIGvdYFVY79y9j4kQzPKCEr1SmVfrQuec28>
- Cornejo, C. J. (2017). *Ley de etiquetado nutricional: ¿Modifican la conducta del consumidor?* [Tesis de Maestría, Universidad de Chile]. Repositorio de la Universidad de Chile. <http://repositorio.uchile.cl/handle/2250/145826>
- Decreto supremo N°017-2017-SA (16 de junio de 2018). Normas Legales N°30021, Diario Oficial El Peruano.
- Epiquién, M., y Diestra, E. (2013). *Hacia el logro de una investigación cuasiexperimental*. (1ra ed.).

- El Economista. (2020). Nuevo etiquetado tiró 11% el consumo de productos en Perú. *El Economista*. <https://www.economista.com.mx/empresas/Nuevo-etiquetado-tiro-11-el-consumo-de-productos-en-Peru-20200311-0030.html>
- Espinoza, E. (2016, noviembre). *Universo, muestra y muestreo* [presentación de diapositivas]. <http://www.bvs.hn/Honduras/UICFCM/SaludMental/UNIVERSO.MUESTRA.Y.MUESTREO.pdf>
- Espinoza, B., Gutiérrez, C., Ocaña, C., Romero, E., y Velásquez, V. (2020). *Las implicancias potenciales en las compañías productoras de alimentos industrializados por la implementación del sistema de advertencias al consumidor basado en octógonos*. [Trabajo fin de curso, Universidad de Lima]. Repositorio de la Universidad de Lima. <https://repositorio.ulima.edu.pe/handle/20.500.12724/10833>
- Ezcurra, D. E., Fernández, E. D., y Henostroza, R. S. (2019). *Diseño cuasi experimental para el análisis de la decisión de compra del consumidor limeño ante los sistemas de rotulado frontal en abarrotos y lácteos*. [Tesis de licenciatura, Pontificia Universidad Católica del Perú]. Repositorio de la Pontificia Universidad Católica del Perú. <http://hdl.handle.net/20.500.12404/15570>
- Gonzales, A., y Tejeda, C. (2020). *Análisis del Impacto de la Ley de Promoción de la Alimentación Saludable: Octógonos, en el Comportamiento de Consumo de alimentos procesados y bebidas no alcohólicas de los Estudiantes de la Universidad Católica San Pablo, Arequipa 2020*. [Tesis de licenciatura, Universidad Católica San Pablo]. Repositorio de la Universidad Católica San Pablo. <https://repositorio.ucsp.edu.pe/handle/20.500.12590/16556>
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. (6ta ed.). Mc Graw – Hill.
- Kotler, P., y Armstrong, G. (2001). *Marketing*. Pearson Educación.
- Mondragón M. (2014). Uso de la correlación de Spearman en un estudio de intervención en fisioterapia. *Movimiento científico*, 8(1), 98-104. [https://www.researchgate.net/publication/281120822\\_](https://www.researchgate.net/publication/281120822_)

- Ortiz, P. (2019). ¿Los etiquetados nutricionales ayudan a mejorar los hábitos alimenticios de los consumidores? [Tesis de Licenciatura, Universidad de Lima]. Repositorio de la Universidad de Lima. <https://repositorio.ulima.edu.pe/handle/20.500.12724/9592>
- Otzen T., y Manterola C. (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio. *Int. J. Morphol*, 35(1), 227-232. <https://scielo.conicyt.cl/pdf/ijmorphol/v35n1/art37.pdf>
- Pacheco, D. (2019). *Gobierno aprueba uso de octógonos para etiquetado de alimentos. Pasión por el derecho*. <https://lpderecho.pe/gobierno-aprueba-uso-octogonos-etiquetado-alimentos/>
- Pajuelo J. (2017). La obesidad en el Perú. *An Fac Med*, 78(2), 179-185. <http://www.scielo.org.pe/pdf/afm/v78n2/a12v78n2.pdf>
- Requena, B. (2014). *Muestreo estratificado*. Universo Formulas. <https://www.universoformulas.com/estadistica/inferencia/muestreo-estratificado/>
- Schiffman, L., y Wisenblit, J. (2015) *Comportamiento del Consumidor*. (10a ed.). Pearson Educación.
- Tamayo y Tamyó, M. (2002). El proceso de la investigación científica (4ta ed.). <http://evirtual.uaslp.mx/ENF/220/Biblioteca/Tamayo%20Tamayo-El%20proceso%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%20cient%C3%ADfica2002.pdf>
- Ugarriza G. (2017). El etiquetado nutricional de los alimentos y su incidencia en la decisión de compra de los consumidores de Trujillo, año 2017. *Ex Cathedra en negocios*. 2(2). 102-115. <http://revistas.ucv.edu.pe/index.php/EXCATHEDRAENNEGOCIOS/articloe/view/1877>
- Verdume A. y Viaene J. (2003). Creencias y actitud de los consumidores hacia los alimentos modificados genéticamente: bases para la segmentación e

implicancias para la comunicación. *Agribusiness*. 219(1), 91-113.  
<https://doi.org/10.1002/agr.10045>



## ANEXOS

### ANEXO1: FORMATO DEL CUESTIONARIO

# OCTÓGONOS Y DECISIÓN DE COMPRA EN ESTUDIANTES, UNTRM-2020.

El siguiente cuestionario está dirigido a los estudiantes de la UNTRM, con la finalidad de determinar la relación que existe entre los octógonos de advertencia y la decisión de compra. Por ello te agradecemos la valiosa colaboración que prestas a este estudio y esperamos que lo llenes con objetividad.

**\*Obligatorio**

Género \*

- Mujer
- Hombre

Edad \*

- [17-21]
- [22-26]
- [27-31]
- [32-36]

Carrera universitaria \*

Tu respuesta

Estatura en metros \*

Tu respuesta

Peso en kilogramos \*

Tu respuesta

Siguiente

A continuación, se presenta una serie de ítems; marca la respuesta que consideres apropiada.

1. ¿Qué entiende usted por sodio? \*

- Es la sal de mesa.
- Elemento químico que existe de manera natural en los alimentos y forma parte de la sal de mesa.
- No conozco su significado.

2. ¿Usted al conocer que es el sodio, considera ese octógono en el momento de comprar algún alimento procesado? \*

- Siempre
- Casi siempre
- A veces
- Casi nunca
- Nunca

3. ¿Qué entiende usted por azúcar? \*

- Es la glucosa, también llamado azúcar de mesa.
- Endulzante de origen natural, constituido por cristales sueltos de sacarosa, obtenidos a partir de la caña de azúcar.
- No conozco su significado.

4. ¿Usted al conocer que es el azúcar, considera ese octógono en el momento de comprar un alimento procesado? \*

- Siempre
- Casi siempre
- A veces
- Casi nunca
- Nunca

5. ¿Qué entiende usted por grasas saturadas? \*

- Son aquéllas formadas por ácidos grasos insaturados y son líquidas a temperatura ambiente.
- Es una de las grasas dañinas, que contienen ácidos grasos saturados y son frecuentemente sólidas a temperatura ambiente, que provienen de origen animal.
- No conozco su significado.

6. ¿Usted al conocer que son las grasas saturadas, considera ese octógono en el momento de comprar un alimento procesado? \*

- Siempre
- Casi siempre
- A veces
- Casi nunca
- Nunca

7. ¿Qué entiende usted por grasas trans? \*

- Son ácidos grasos saturados que se producen de forma industrial, durante el cual cambian a grasas insaturadas.
- Se forman al convertir los aceites líquidos en grasas sólidas y saturadas mediante el proceso de hidrogenación, se producen naturalmente en la carne y productos lácteos.
- No conozco su significado.

8. ¿Usted al conocer que son las grasas trans, considera ese octógono en el momento de comprar un alimento procesado? \*

- Siempre
- Casi siempre
- A veces
- Casi nunca
- Nunca

9. ¿Considera usted que el color negro, el tamaño y la ubicación frontal de los octógonos de advertencia le ayudan a tomar buenas decisiones de compra? \*

- Siempre
- Casi siempre
- A veces
- Casi nunca
- Nunca

10. ¿Considera usted la cantidad de octógonos al comprar algún alimento procesado? \*

- Siempre
- Casi siempre
- A veces
- Casi nunca
- Nunca

11. ¿Cuándo usted está a punto de comprar algún alimento procesado, cual es el motivo de que algún familiar o amigo le desanime a adquirirlo? \*

- Porque el alimento presenta octógonos.
- Le sugiere comprar otra marca sin octógonos.
- Le sugiere comprar otra marca con menos octógonos.
- Por otros motivos

13. ¿Cuándo usted está a punto de comprar un alimento procesado con octógonos, decide no comprarlo por cuidar su estética corporal? \*

- Siempre
- Casi siempre
- A veces
- Casi nunca
- Nunca

14. ¿En qué categoría de alimentos procesados observa usted cuidadosamente los octógonos de advertencia? \*

- Lácteos y derivados
- Golosinas
- Snaks
- Galletas procesadas
- Cereales y derivados
- Conservas
- Bebidas no alcohólicas
- Otros

[Atrás](#)

Enviar

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

Este formulario se creó en Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas. [Notificar uso inadecuado](#)

346 respuestas



Se aceptan respuestas

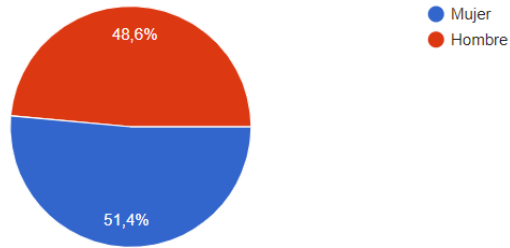
Resumen

Pregunta

Individual

Género

346 respuestas



Edad

346 respuestas



## ANEXO 2: BASE DE DATOS

| Género | Edad | Carrera universitaria        | Estatura (m) | Peso en kg | IMC  | imc2      | Conocimiento teórico |    |    |    |    |    |    |    | Formato |     | Influencias |     |     |   |
|--------|------|------------------------------|--------------|------------|------|-----------|----------------------|----|----|----|----|----|----|----|---------|-----|-------------|-----|-----|---|
|        |      |                              |              |            |      |           | P1                   | P2 | P3 | P4 | P5 | P6 | P7 | P8 | P9      | P10 | P11         | P12 | P13 |   |
| Hombre | B    | Ingeniería Civil             | 1.72         | 70.00      | 23.7 | Normal    | 1                    | 3  | 2  | 3  | 1  | 4  | 1  | 4  | 3       | 5   | 4           | 4   | 4   |   |
| Mujer  | A    | Medicina humana              | 1.50         | 55.60      | 24.7 | Normal    | 1                    | 2  | 1  | 2  | 1  | 3  | 1  | 2  | 3       | 3   | 1           | 3   | 3   |   |
| Mujer  | A    | Enfermería                   | 1.70         | 66.00      | 22.8 | Normal    | 1                    | 4  | 1  | 4  | 1  | 4  | 1  | 4  | 4       | 4   | 4           | 3   | 4   | 4 |
| Hombre | A    | Ingeniería Agroindustrial    | 1.62         | 50.00      | 19.1 | Normal    | 2                    | 2  | 3  | 4  | 2  | 5  | 2  | 2  | 3       | 4   | 3           | 1   | 1   |   |
| Hombre | A    | Ingeniería Civil             | 1.67         | 50.00      | 17.9 | Bajo peso | 1                    | 2  | 1  | 1  | 1  | 2  | 2  | 2  | 1       | 2   | 1           | 2   | 2   |   |
| Hombre | A    | Psicología                   | 1.75         | 95.00      | 31.0 | Obeso     | 1                    | 3  | 1  | 2  | 1  | 2  | 1  | 3  | 1       | 2   | 2           | 2   | 4   |   |
| Hombre | B    | Ingeniería Civil             | 1.64         | 60.00      | 22.3 | Normal    | 1                    | 4  | 2  | 3  | 1  | 3  | 1  | 5  | 3       | 4   | 3           | 3   | 3   |   |
| Mujer  | A    | Derecho y Ciencias Políticas | 1.60         | 56.00      | 21.9 | Normal    | 1                    | 1  | 1  | 5  | 1  | 4  | 1  | 4  | 1       | 3   | 4           | 4   | 4   |   |
| Mujer  | A    | Psicología                   | 1.55         | 50.00      | 20.8 | Normal    | 1                    | 4  | 1  | 3  | 1  | 3  | 1  | 4  | 4       | 4   | 2           | 4   | 3   |   |
| Hombre | A    | Economía                     | 1.80         | 70.00      | 21.6 | Normal    | 1                    | 2  | 1  | 1  | 1  | 1  | 1  | 1  | 4       | 3   | 3           | 3   | 2   |   |
| Mujer  | B    | Derecho y Ciencias Políticas | 1.52         | 48.00      | 20.8 | Normal    | 1                    | 3  | 1  | 2  | 1  | 3  | 1  | 3  | 3       | 3   | 4           | 3   | 4   |   |
| Mujer  | A    | Psicología                   | 1.58         | 58.00      | 23.2 | Normal    | 1                    | 2  | 1  | 3  | 1  | 2  | 1  | 3  | 3       | 2   | 1           | 2   | 2   |   |
| Mujer  | A    | Ingeniería Agrónoma          | 1.60         | 63.00      | 24.6 | Normal    | 1                    | 2  | 1  | 2  | 1  | 3  | 1  | 3  | 2       | 2   | 1           | 3   | 3   |   |
| Hombre | A    | Ingeniería Civil             | 1.70         | 80.00      | 27.7 | Sobrepeso | 1                    | 2  | 1  | 1  | 2  | 3  | 1  | 2  | 2       | 2   | 3           | 1   | 2   |   |
| Mujer  | B    | Psicología                   | 1.55         | 60.00      | 25.0 | Sobrepeso | 1                    | 4  | 1  | 3  | 1  | 3  | 1  | 2  | 3       | 2   | 2           | 2   | 3   |   |

## ANEXO 3: POBLACIÓN

UNIVERSIDAD NACIONAL  
TORIBIO RODRÍGUEZ DE MENDOZA DE AMAZONAS  
Dirección General de Admisión y Registros Académicos

Fecha y Hora de emisión : 02/02/2021 10:21:12  
Página : 1 de 1

### MATRICULADOS EN EL SEMESTRE 202002

| Facultad   | Escuela   | Sede        | Numero |
|--|---|-------------|--------|
| CIENCIAS DE LA SALUD                                 | ENFERMERÍA  | CHACHAPOYAS | 187    |
|  | ESTOMATOLOGÍA                                       | CHACHAPOYAS | 135    |
|  | MEDICINA HUMANA                                     | CHACHAPOYAS | 158    |
|  | PSICOLOGÍA  | CHACHAPOYAS | 301    |
|  | TECNOLOGÍA MEDICA - RADIOLOGÍA                      | CHACHAPOYAS | 59     |
|  | TECNOLOGÍA MEDICA - TERAPIA FÍSICA Y REHABILITACIÓN | CHACHAPOYAS | 35     |
| CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS                | ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS                          | CHACHAPOYAS | 278    |
|  | ADMINISTRACIÓN EN TURISMO                           | CHACHAPOYAS | 117    |
|  | CONTABILIDAD  | CHACHAPOYAS | 146    |
|  | ECONOMÍA  | CHACHAPOYAS | 128    |
|  | TURISMO Y HOSTELERÍA                                | CHACHAPOYAS | 1      |
|  | ANTROPOLOGÍA  | CHACHAPOYAS | 75     |
| CIENCIAS SOCIALES                                    | ARQUEOLOGÍA   | CHACHAPOYAS | 41     |
|  | DERECHO Y CIENCIAS POLÍTICAS                        | BAGUA       | 60     |
| DERECHO Y CIENCIAS POLÍTICAS                         | DERECHO Y CIENCIAS POLÍTICAS                        | CHACHAPOYAS | 294    |
|  | DERECHO Y CIENCIAS POLÍTICAS                        | CHACHAPOYAS | 108    |
| EDUCACIÓN Y CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN              | CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN                         | CHACHAPOYAS | 108    |
|  | EDUCACIÓN PRIMARIA                                  | CHACHAPOYAS | 59     |
| INGENIERÍA CIVIL Y AMBIENTAL                         | INGENIERÍA AMBIENTAL                                | CHACHAPOYAS | 175    |
|  | INGENIERÍA CIVIL                                    | CHACHAPOYAS | 345    |
| INGENIERÍA DE SISTEMAS Y MECÁNICA ELÉCTRICA          | INGENIERÍA DE SISTEMAS                              | BAGUA       | 193    |
|  | INGENIERÍA DE SISTEMAS                              | CHACHAPOYAS | 19     |
| INGENIERÍA Y CIENCIAS AGRARIAS                       | INGENIERÍA AGROINDUSTRIAL                           | CHACHAPOYAS | 104    |
|  | INGENIERÍA AGRÓNOMA                                 | CHACHAPOYAS | 150    |
|  | INGENIERÍA FORESTAL                                 | CHACHAPOYAS | 77     |
|  | INGENIERÍA EN AGRONEGOCIOS                          | CHACHAPOYAS | 107    |
| INGENIERÍA ZOOTECNISTA, AGRONEGOCIOS Y BIOTECNOLOGÍA | INGENIERÍA EN AGRONEGOCIOS                          | CHACHAPOYAS | 107    |
|  | INGENIERÍA ZOOTECNISTA                              | CHACHAPOYAS | 153    |

ANEXO 4: MATRIZ DE CONSISTENCIA

| <b>PROBLEMAS</b>  | <b>OBJETIVOS</b>  | <b>HIPÓTESIS</b>   | <b>VARIABLE</b>                          |
|---|---|--|--|
| <b>Problema general</b>   | <b>Objetivo general</b>   | <b>Hipótesis general</b>   | <b>V. Independiente</b>                  |
| ¿Qué relación existe entre los octógonos y la decisión de compra en estudiantes de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas-2020?                                 | Determinar la relación que existe entre los octógonos y la decisión de compra en estudiantes de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas-2020.                    | Existe relación significativa entre los octógonos y la decisión de compra en estudiantes de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas-2020. | Octógonos.<br>-Contenido.<br>-Atributos. |
| <b>Problemas específicos</b>  | <b>Objetivos específicos</b>  | <b>Hipótesis específicas</b>   | <b>V. Dependiente</b>                    |
| 1). ¿Cuál es el nivel de conocimiento del contenido de los octógonos en estudiantes de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas-2020?                             | 1). Indicar el nivel de conocimiento del contenido de los octógonos en estudiantes de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas-2020.                              |  | Decisión de compra.                      |
| 2). ¿Cuáles son los niveles de decisión de compra de alimentos procesados con sellos octagonales en estudiantes de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas-2020? | 2). Identificar los niveles de decisión de compra de alimentos procesados con sellos octagonales en estudiantes de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas-2020. |  |  |
| 3). ¿Cuál es el análisis de la relación que existe entre los octógonos y la decisión de compra en estudiantes de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas-2020?   | 3). Analizar la relación que existe entre los octógonos y la decisión de compra en estudiantes de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas-2020.                  |  |  |