

27

Fecha de presentación: diciembre, 2021

Fecha de aceptación: marzo, 2022

Fecha de publicación: mayo, 2022

DECISIÓN

DE COMPRA DE LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS: SELLOS OCTAGONALES.

PURCHASE DECISION OF UNIVERSITY STUDENTS: OCTAGONAL STAMPS.

Angelica María Carrasco Rituay¹

E-mail: angelica.carrasco@untrm.edu.pe

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2724-4684>

Pepe Oswaldo Mori Ramírez²

E-mail: pmori@unca.edu.pe

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4077-7311>

2 Universidad Nacional Ciro Alegría

Cecilia Edith García Rivas Plata²

E-mail: cgarcia@unca.edu.pe

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7254-1162>

Madeleine Nanny Ticona Condori²

E-mail: mticona@unca.edu.pe

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0171-266X>

¹ Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas. Perú.

² Universidad Nacional Ciro Alegría. Perú.

Cita sugerida (APA, séptima edición)

Carrasco Rituay, A. N., Mori Ramírez, P. O., García Rivas Plata, C. E., & Madeleine Nanny, T. C., (2022). Decisión de compra de los estudiantes universitarios: sellos octagonales. *Revista Universidad y Sociedad*, 14(3), 263-271.

RESUMEN

Este trabajo se elaboró con la finalidad de establecer la correlación que tienen los sellos octagonales con la decisión de compra, en alumnos de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas-UNTRM. Tuvo una metodología no experimental, con enfoque mixto y un nivel descriptivo correlacional; se aplicó una encuesta online a 345 alumnos que fueron separados en dos grupos diferentes: uno de ellos estaba constituido por alumnos de ciencias de la salud de las profesiones de Medicina Humana y Enfermería, y el otro grupo estaba constituido por alumnos de otras carreras universitarias. Los resultados señalan que la decisión de compra de alimentos procesados ha cambiado debido a los sellos octagonales, ya que más de la mitad de alumnos al momento de comprar consideraron la cantidad y el componente de los sellos para cuidar su salud y su estética corporal; asimismo esos cambios se ven reflejados en mayor medida en alumnos de ciencias de la salud debido a su nivel de conocimiento de los nutrientes que advierten los octógonos. Se concluye que existió correlación significativa entre los sellos octagonales y en la decisión de compra.

Palabras claves: Decisión de compra, sellos octagonales, estudiantes universitarios.

ABSTRACT

This work was developed with the purpose of establishing the correlation that octagonal seals have with the purchase decision, in students of the National University Toribio Rodríguez de Mendoza of Amazonas-UNTRM. It had a nonexperimental methodology, with a mixed approach and a correlative descriptive level; an online survey was applied to 345 students who were separated into two different groups: One was made up of health science students from the Human Medicine and Nursing professions, and the other group was made up of students from other university careers. The results indicate that the decision to purchase processed food has changed due to octagonal seals, since more than half of the students at the time of purchase considered the quantity and component of the seals to take care of their health and body aesthetics; These changes are also reflected to a greater extent in health science students due to their level of knowledge of the nutrients that the octagons warn. It is concluded that there was a significant correlation between the octagonal seals and the purchase decision.

Keywords: Purchase decision, octagonal seals, university students.

INTRODUCCIÓN

Antes se creía que el precio y la calidad eran muy importantes para la decisión de compra, pero las personas usan sus sentidos; tan solo el 58% recuerda lo que ve (Sotomayor et al., 2018). Uno de esos aspectos es la información nutricional presentada a través de sellos: los positivos indican que el alimento es beneficioso para la salud del consumidor, por ejemplo, tenemos el símbolo de cerradura utilizado en países como Dinamarca, Noruega, Suecia (Capitán et al., 2020). Por otra parte, están los sellos negativos o de advertencia, que tratan de comunicar a los consumidores los riesgos que generan a la salud, por ejemplo, el índice de guías diarias de alimentación, el semáforo nutricional y los nuevos sellos de “octógonos” (Cornejo, 2017)

Los nuevos sellos “octógonos” se implementaron en Perú, el pasado 17 de junio del año 2019 mediante la Ley N°30021. Esta política de salud pública se dio por la preocupación del Ministerio de Salud ante la falta de información del exceso de componentes dañinos en los alimentos procesados, con la finalidad de que los peruanos opten por alimentos más saludables previniendo enfermedades no transmisibles como diabetes, sobrepeso (MINSAL, 2019).

Se han realizado diversos estudios referente a los cambios que generan los sellos nutricionales en la comportamiento de compra de las personas, uno de ellos es de Cea, Vargas & Pontarelli (2019), que realizaron una investigación sobre los efectos que genera la etiqueta nutricional de Chile “octógonos negros”, concluyendo que los octógonos ayudan a tomar mejores decisiones de compra debido a que es un estímulo, ya que cuando el consumidor observa los sellos octogonales se motiva a seguir revisando la información nutricional, asimismo se determinó que la mayoría no sabe cómo interpretar las etiquetas nutricionales.

Por lo tanto, es relevante conocer los cambios que ha generado los nuevos sellos octogonales en el consumidor peruano, ya que cada país y grupo poblacional tiene diferentes comportamientos y culturas. En este contexto, este estudio busca establecer la correlación que tienen los sellos octogonales con la decisión de adquirir alimentos procesados, en los alumnos de la UNTRM.

Se ha visto conveniente estudiar a los jóvenes universitarios, porque pertenecen a la generación millennials y centennials, aquellos que nacieron con la tecnología y medios de comunicación a su alcance; además tienen una inclinación por las tendencias y para ellos es muy importante la imagen de las marcas Barros-Bastidas, Turpo (2020), (Cruz, 2018). Asimismo, son aquellos que tienen

una cultura líquida condicionada por la tecnología mediante sus dispositivos móviles, haciendo de sus decisiones de compra más complejas (Aguilar, 2022)

Específicamente se busca indicar el grado de conocimiento de los estudiantes universitarios sobre los nutrientes críticos que advierten los octógonos, e indicar los niveles de decisión de compra de alimentos con sellos. De esa manera se trata de verificar si los octógonos negros tienen impacto en las decisiones de compra, mediante un estudio descriptivo correlacional y con un enfoque mixto; utilizando una encuesta online elaborada en google forms, dirigida a los estudiantes universitario.

Reconociendo que en el Perú es un tema relativamente nuevo y se ha estudiado poco acerca de los sellos octogonales; estudiar este tema es muy atractivo por los cambios que genera en las empresas de alimentos procesados. Su importancia recae en el surgimiento de emprendimientos, la reinversión de las empresas, evaluación de políticas públicas, y sobre todo en la responsabilidad social de las universidades hacia el bienestar de los estudiantes.

MATERIALES Y MÉTODOS

En la ciudad de Chachapoyas existe solo una universidad, la UNTRM; que ofrece 24 carreras universitarias. En el año 2021 se matricularon 3 252 alumnos en la sede de la ciudad Chachapoyas, basándose en ello; se obtuvo como tamaño muestral un total de 344 alumnos con una probabilidad máxima del 95%; se realizó un muestreo estratificado que consistió en fragmentar a la población en diferentes grupos y realizar un muestreo aleatorio simple en cada uno de ellos (Otzen y Manterola, 2017).

Se dividió a la población en dos pequeños grupos considerando la variable carrera universitaria; un grupo estuvo constituido por alumnos de las profesiones de (Medicina y Enfermería) en un total de 345 jóvenes y otro grupo estuvo constituido por alumnos de las 22 profesiones restantes con un total de 2 907 jóvenes (Tabla 01). Debido a que el número de población de cada estrato es dispar, se empleó la elección proporcional al tamaño del estrato (Requena, 2014). Obteniendo como muestra a 37 alumnos de ciencias de la salud y a 308 alumnos de otras carreras universitarias .

Tabla 1. Población en grupos

Grupo	Población	Tamaño muestral
1	345	37
2	2 907	308
TOTAL	3 252	345

Fuente: elaboración propia

Para obtener datos se aplicó la encuesta online, elaborada en google forms, conformada por 04 dimensiones y 14 ítems con escala de likert.

Se empleó la estadística descriptiva para analizar la información, mediante la representación de tablas de frecuencias, elaborado en el programa Microsoft Excel 2016. También se aplicó la estadística inferencial con la finalidad de constatar la hipótesis mediante el coeficiente de rho de Spearman ρ (rho), el cual mide la asociación lineal de las variables de estudio (Martínez et al., 2009), a través del programa estadístico SPSS.

Conforme al instrumento aplicado, se obtuvieron resultados que permiten conocer los cambios en la adquisición de alimentos procesados con la aparición de los sellos octagonales.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

La decisión de compra pasa por 5 etapas, la penúltima consiste en la decisión de adquirir un bien o servicio, pero esa decisión puede cambiar debido a influencias del entorno (Kloter y Armstrong, 2001). Existen influencias socioculturales que incluye la familia y amigos (Schiffman y Wisenblit, 2015). En base a ello en la (tabla 2) se observa que los estudiantes al momento de comprar se dejan influenciar por sus amigos o familiares, ya que realizaron cambios en sus compras de alimentos con sellos octagonales por las sugerencias recibidas.

Tabla 2. Influencia de amigos y familiares en la decisión de compra

Motivos para no comprar	Fi	Hi
Alimentos con sellos octagonales	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%

Fuente: elaboración propia

Debe señalarse que algunos estudiantes dejaron de adquirir productos con sellos octagonales por mejorar su salud y su belleza corporal, asimismo se ve reflejado que no existe diferencia significativa en los cambios de decisión de compra entre varones y mujeres (figura 1 y 2).

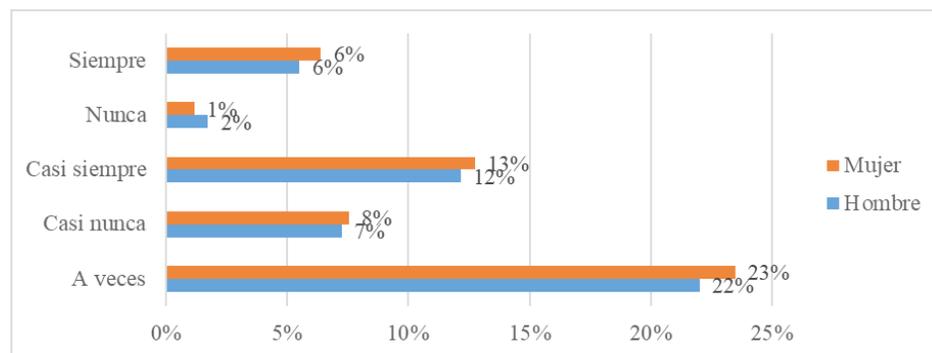


Figura 01 Cambios en la decisión de compra con sellos octagonales por cuidar su salud

Fuente: elaboración propia

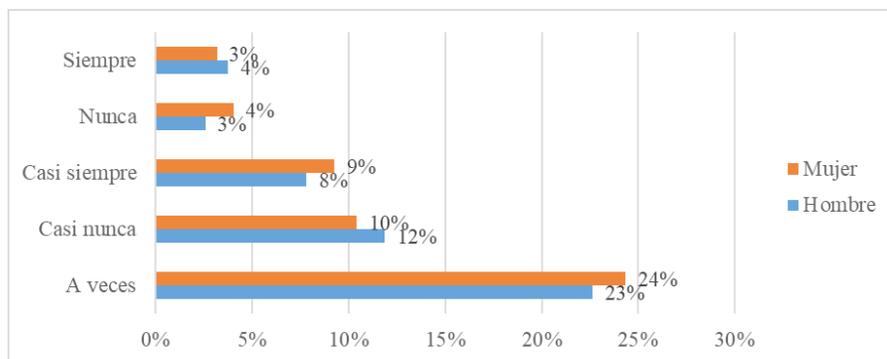


Figura 02 Cambios en la decisión de compra con sellos octagonales por cuidar su estética corporal

Fuente: elaboración propia

En cuanto a la categoría de alimentos con sellos octagonales; al momento de comprar los estudiantes universitarios se detienen en mayor medida en ciertos alimentos que en otros, usualmente más en la golosinas (Figura 3)

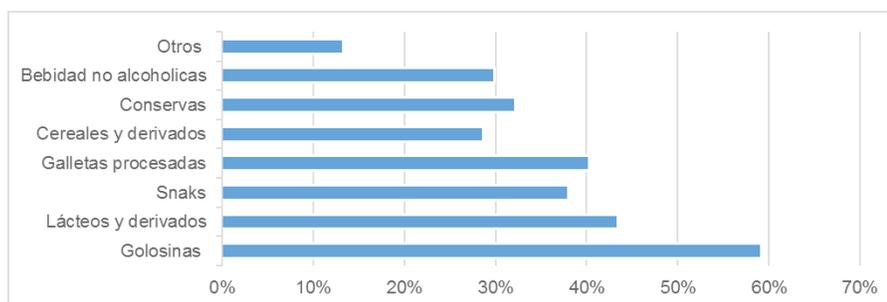


Figura 03 Productos alimenticios en las que los alumnos se detienen a observar los sellos octagonales

Fuente: elaboración propia

En el Manual de Advertencias Publicitarias-MAP (16 de junio de 2018), se establece el tamaño, color y cantidad de sellos octagonales para las etiquetas de los alimentos; en base a un estudio realizado antes de decretar la ley. De acuerdo a ello debe señalarse que esas características estipuladas en el Manual contribuye a que los estudiantes tomen mejores decisiones de compra (tabla 3).

Tabla 3. Mejores decisiones de compra en base al color, tamaño y ubicación de los octógonos

	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%

Fuente: elaboración propia

Conforme al MAP (16 de junio de 2018), todo alimento procesado deberá rotularse octógonos de acuerdo a los nutrientes críticos que se exceden. En base a ello se identificó que el comportamiento de compra de los estudiantes depende mucho de la cantidad de sellos octagonales que presente la etiqueta del producto (tabla 4).

Tabla 4. Decisión de compra de acuerdo a la cantidad de sellos octagonales

	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%

Fuente: elaboración propia

Debe señalarse que los estudiantes universitarios antes de realizar la compra de un alimento procesado con sellos octagonales, verifica el tipo de nutriente crítico. Asimismo, los alumnos de las carreras de salud verifican los 4 sellos octagonales en comparación de los estudiantes de otras carreras universitarias, antes de realizar una compra (tabla 5, 6, 7 y 8)

Tabla 5. Verificación del sello octagonal “Contiene grasas trans” antes de decidir adquirirlo

	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%

Fuente: elaboración propia

Tabla 6. Verificación del sello octagonal “Alto en grasas saturadas” antes de decidir adquirirlo

	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%

Fuente: elaboración propia

Tabla 7. Verificación del sello octagonal “Alto en azúcar” antes de decidir adquirirlo

	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%

Fuente: elaboración propia

Tabla 8. Verificación del sello octagonal “Alto en sodio” antes de decidir adquirirlo

	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%

Fuente: elaboración propia

Debe señalarse que los jóvenes universitarios de las carreras de salud tienen un alto nivel de conocimiento de los 04 nutrientes críticos que indican los sellos octagonales: sodio, grasas saturadas, azúcar y grasas trans (tabla 9). Incidiendo en mayor medida en el uso de los octógonos en la etapa de decisión de compra, en comparación al resto de estudiantes

Tabla 9. Nivel de conocimiento de los octógonos para la adquisición de alimentos procesados

Componente	Grado de conocimiento		
	Medicina Humana y Enfermería		
	Bajo (0-25%)	Medio (26-47%)	Alto (76-100%)
Sodio			100%
Azúcar			100%
Grasas saturadas			89%
Grasas trans			92%
	Otras carreras universitarias		
Sodio			85%
Azúcar			81%
Grasas saturadas			80%
Grasas trans		47%	

Fuente: elaboración propia

Para comprobar la hipótesis H1: los sellos octagonales tienen una correlación significativa con la decisión de adquisición de alimentos procesados, se utilizó el coeficiente de rho de Spearman p (ρ) y se elaboró software estadístico IBM SPSS Estadistics 24 (tabla 10)

Tabla 10. Relación entre sellos octagonales y decisión de compra

			Octógonos (agrupado)	Decisión (agrupado)
Rho de Spearman	Octógonos (agrupado)	Coefficiente de correlación	1.000	.417**
		Sig. (bilateral)		.000
		N	345	345
	Decisión (agrupado)	Coefficiente de correlación	.417**	1.000
		Sig. (bilateral)	.000	
		N	345	345

Fuente: elaboración propia

Los Hallazgos obtenidos, confirman estudios previos sobre los cambios en el comportamiento de compra por los nuevos sellos octagonales. Gonzales y Tejeda (2020), existe una relación significativa entre la Ley N°30021y el comportamiento del consumidor.

Existen muy pocos estudios sobre los cambios que generan los sellos octagonales en estudiantes universitarios; asimismo de determina que las personas conocen de la existencia de los octógonos porque lo observan en los alimentos procesados, pero el consumidor final no conoce que significa cada nutriente crítico, es por ello que con esa investigación se busca conocer el nivel de conocimiento en la población que tiene acceso a la información. Por lo tanto, es el aporte de esta investigación.

El presente estudio tuvo como finalidad establecer la correlación que tienen los sellos octagonales y la decisión de compra en alumnos de la UNTRM con sede en la ciudad de Chachapoyas. Donde se encontró que existió una moderada relación de 0.000, debido a que los jóvenes universitarios tuvieron en cuenta los sellos de advertencia para cuidar su salud y mejorar su estática corporal; coincidiendo con la investigación en los alumnos de Arequipa ya que ellos presentaron una significancia de 0.000 (Gonzales y Tejeda, 2020).

De acuerdo con Galan et al. (2019), las personas comprenden mejor los etiquetados sintéticos como Nutri-score, en comparación de las etiquetas por nutrientes como es el caso de los sellos octagonales, debido a que puede ocasionar confusión en la interpretación de los términos nutricionales. Por ese motivo se buscó específicamente indicar el nivel de conocimiento de los cuatro términos nutricionales que advierten los sellos; encontrándose que el nivel de conocimiento de los estudiantes de ciencias de la salud fue alto, del mismo modo con los estudiantes de las demás carreras en menores porcentajes, pero solo en tres nutrientes: sodio, azúcar y grasas saturadas. Coincidiendo con una investigación realizado en Arequipa, donde los alumnos universitarios tuvieron una alta comprensión de solo tres sellos octagonales y también tuvieron dificultades al comprender el sello "Contiene grasas Trans" (Gonzales y Tejeda, 2020).

Respecto a los atributos de los sellos octagonales, se encontró que más de la mitad de jóvenes universitarios suponen que tanto el color, tamaño y ubicación de los sellos contribuyeron a que tomarán mejores decisiones al momento de comprar. Resultados similares encontró Ortiz (2019), estableciendo que los piuranos consideran a la etiqueta canadiense similar al de Chile, Perú, Uruguay y México contribuye a tomar decisiones con discernimiento gracias al color, tamaño de letras y presentación de la etiqueta.

Los alimentos procesados llevan una determinada cantidad de sellos octagonales, afectando el comportamiento de compra de los estudiantes, debido a que se encontró que el 37% verificó la cantidad de sellos que puede tener un alimento antes de comprarlo. En Chile, Cornejo (2017) encontró lo mismo, ya que los jóvenes chilenos empezaron a restringir su compra ante mayor cantidad de octógonos.

Los resultados demostraron que la etapa de decisión de compra puede modificarse por influencias socioculturales, ya que el 61% de jóvenes universitarios consideraron las sugerencias de personas de su entorno como familia y amigos

antes de comprar algún alimento con sellos octagonales. Se concuerda con la investigación de Ortiz (2019), debido a que más de la mitad de personas de diferentes distritos de Lima en algún momento consideraron la opinión de otras personas de su entorno, para decidir comprar alimentos con sellos de advertencia.

También se determinó que los universitarios se dejan llevar por influencias psicológicas, ya que el 37% de ellos dejó de adquirir alimentos con sellos octagonales por cuidar su salud, asimismo cabe recalcar que la diferencia entre varones y mujeres fue del 1%. Pero Ezcurra et al. (2019) encontró resultados muy diferentes, debido a que las mujeres son las únicas en comprar alimentos más saludables en comparación de los varones que buscan su satisfacción. Por otra parte, Ortiz (2019) encontró que casi todas las personas no piensan adquirir alimentos que perjudiquen su salud.

Respecto a la estética corporal se encontró que el 24% de jóvenes universitarios dejaron de adquirir los productos con sellos octagonales y el resto no. Pero en la investigación por Ezcurra et al. (2019), las personas comprar alimentos sin sellos porque es sinónimo de verse bien.

CONCLUSIONES

La estadística inferencial establece la presencia de una correlación significativa entre la decisión de compra y sellos octagonales en estudiantes universitarios.

El conocimiento que tienen los alumnos sobre los nutrientes críticos que advierten los sellos octagonales, incurren en la adquisición de los productos alimenticios, ya que los estudiantes de ciencia de la salud le dan un mayor uso a los sellos octagonales que otros estudiantes de otras carreras universitarias.

Las características de los sellos octagonales estipuladas en el Manual de advertencias, son adecuadas porque ayudan a que los estudiantes tomen mejores decisiones de compra debido a la simplicidad de los sellos.

Los sellos octagonales de advertencia han impactado en las decisiones de compra, ya que muchos estudiantes al momento de comprar un alimento procesado se detienen a analizar a mayor detalle la información nutricional, cuidando mejor su salud y su estética corporal.

En la etapa de decisión de compra los alumnos universitarios consideran las sugerencias de las personas de su entorno como familiares e amigos, demostrando que, si se realiza capacitaciones sobre los nutrientes críticos que advierten los octógonos, los estudiantes también pueden influir en otras personas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguilar, D., Espinoza, M., y Mera, E. (2022). Análisis del comportamiento de compradores de artículos de expresión social en fechas comerciales. *Revista Universidad y Sociedad*, 14(1), 484-492. <https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/2581>
- 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>
- Barros-Bastidas, C., y Turpo, O. (2020). La formación en investigación y su incidencia en la producción científica del profesorado de educación de una universidad pública de Ecuador. *Publicaciones*, 50(2), 167-185. doi:10.30827/publicaciones.v50i2.13952
- Capitán, J., Casado, L., Jaldón, J., Gracia, I., Quintero, A., Morán, L., Navarro, M., Rivera, A., y Soriano, E. (2020). Análisis de etiquetas frontales de alimentos DINAN. <https://codinan.org/cod/wp-content/uploads/2021/02/An%C3%A1lisis-etiquetas-frontales-de-alimentos.-Ministerio-de-Consumo.pdf>
- Cea J., Vargas C., y Pontarelli F. (2019). Decisión de compra del consumidor: Efecto del etiquetado chileno de alimentos. *Revista Venezolana de Gerencia*, 24(2), 515-524. <https://doi.org/10.37960/revista.v24i2.31507>
- 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>
- Cruz, C. (2018). Uso del etiquetado nutricional en la decisión de compra de alimentos por consumidores de la ciudad de Piura – Perú, 2018 [Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional de Piura]. Repositorio de la Universidad Nacional de Piura. <http://repositorio.unp.edu.pe/handle/UNP/1388>
- Decreto supremo N°017-2017-SA (2018). Normas Legales N°30021, Diario Oficial El Peruano. 16 de junio de 2018
- Delgado, S., Villacis, W., y Chávez, A. (2018). Análisis del comportamiento de compra en servicios intangibles. *Universidad y Sociedad*, 10(3), 125-133. <https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/895/985>

- 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>
- Galan, P., Egnell, M., Salas-Salvado, J., Babio, N., Pettigrew, S., Hercberg, S., y Chantal, J. (2020). Comprensión de diferentes etiquetados frontales de los envases en población española: resultados de un estudio comparativo. *Endocrinología, Diabetes y Nutrición*, 26(2), 122-129. doi: 10.1016/j.endinu.2019.03.013
- 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>
- Kotler, P., y Armstrong, G. (2001). *Marketing*. Pearson Educación.
- Ministerio de Salud. La población debe estar informada sobre productos octógonos para que decida con responsabilidad su consumo (2019). Plataforma Digital única del Estado Peruano. <https://www.gob.pe/institucion/minsa/noticias/25988-minsa-la-poblacion-debe-estar-informada-sobre-productos-octogonos-para-que-decida-con-responsabilidad-su-consumo>
- Martínez R., Tuya L., Martínez M., Pérez A., Cánovas A. (2009). El coeficiente de correlación de los rangos de Spearman, caracterización. *Revista Habanera de Ciencias Médicas*, 8(2), 1-19. <http://www.revhabanera.sld.cu/index.php/rhab/article/view/1531/1326>
- 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>
- 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.
- 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. <https://revistas.ucv.edu.pe/index.php/excathedraennegocios/article/view/1966>