



FACULTAD DE MEDICINA “HIPÓLITO UNANUE”

RELACIÓN ENTRE NIVEL DE CONOCIMIENTO DEL OCTOGONO
NUTRICIONAL Y CONSUMO DE ALIMENTOS ULTRAPROCESADOS EN
ADULTOS QUE ASISTEN AL MERCADO HUAMANTANGA DE PUENTE
PIEDRA, LIMA 2024

Línea de investigación:

Salud pública

Tesis para optar el Título Profesional de Licenciada en Nutrición

Autora

Huaman Cabello, Lizbeth Rocío

Asesora

Paredes Pescorán, María Gabriela

ORCID: 0000-0001-7002-8015

Jurado

Flores Paucar, Magaly Luisa

Ponce Castillo, Diana Antonia

Ponce Suarez, Tatiana Elena

Lima - Perú

2025



RELACIÓN ENTRE NIVEL DE CONOCIMIENTO DEL OCTOGONO NUTRICIONAL Y CONSUMO DE ALIMENTOS ULTRAPROCESADOS EN ADULTOS QUE ASISTEN AL MERCADO HUAMANTANGA DE PUENTE PIEDRA. LIMA 2024

INFORME DE ORIGINALIDAD

25%

INDICE DE SIMILITUD

23%

FUENTES DE INTERNET

5%

PUBLICACIONES

8%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	hdl.handle.net Fuente de Internet	4%
2	repositorio.unfv.edu.pe Fuente de Internet	2%
3	Submitted to Universidad Femenina del Sagrado Corazón Trabajo del estudiante	2%
4	repositorio.unsa.edu.pe Fuente de Internet	1%
5	repositorio.untumbes.edu.pe Fuente de Internet	1%
6	docs.google.com Fuente de Internet	1%
7	repositorio.uwiener.edu.pe Fuente de Internet	1%



Universidad Nacional
Federico Villarreal

VRIN | VICERRECTORADO
DE INVESTIGACIÓN

FACULTAD DE MEDICINA “HIPÓLITO UNANUE”

RELACIÓN ENTRE NIVEL DE CONOCIMIENTO DEL OCTOGONO NUTRICIONAL Y
CONSUMO DE ALIMENTOS ULTRAPROCESADOS EN ADULTOS QUE ASISTEN AL
MERCADO HUAMANTANGA DE PUENTE PIEDRA, LIMA 2024

Línea de Investigación:

Salud pública

Tesis para optar el Título Profesional de Licenciada en Nutrición

Autora

Huaman Cabello, Lizbeth Rocío

Asesora:

Paredes Pescorán, María Gabriela

ORCID: 0000-0001-7002-8015

Jurado:

Flores Paucar, Magaly Luisa

Ponce Castillo, Diana Antonia

Ponce Suarez, Tatiana Elena

Lima – Perú

2025

DEDICATORIA

A mis padres, con todo mi amor.

A ustedes, que han sido mi pilar más fuerte en cada paso de mi vida. Gracias por las innumerables noches de desarrollo, los consejos sabios y el apoyo incondicional que me brindaron sin importar las circunstancias.

Con todo mi amor y gratitud, hoy y siempre.

INDICE

RESUMEN	9
ABSTRACT	10
I. INTRODUCCIÓN	11
1.1. Descripción y formulación del problema	13
1.1.1. Problema general.....	14
1.1.2. Problemas específicos.....	14
1.2. ANTECEDENTES	15
1.2.1. Internacionales.....	15
1.2.2. Nacionales.....	18
1.3. OBJETIVOS	21
1.3.1. Objetivo general.....	21
1.3.2. Objetivos específicos.....	21
1.4. JUSTIFICACIÓN	22
1.5. HIPÓTESIS	24
II. MARCO TEÓRICO	25
2.1. Octógono nutricional	25
2.2. Conocimiento del octógono nutricional	26
2.3. Ultra procesados.....	29
2.4. Consumo de alimentos ultra procesados	30
III. MÉTODO	32
3.1. Tipo de investigación	32
3.2. Ámbito temporal y espacial	32
3.3. Variables	32

3.4. Población y muestra	32
3.4.1. Población.....	32
3.4.2. Muestra.....	33
3.5. Instrumentos	34
3.6. Procedimientos	35
3.7. Análisis de datos	36
3.8. Consideraciones éticas	36
3.9. Limitaciones de la investigación	37
IV. RESULTADOS	38
V. DISCUSIÓN DE RESULTADOS	47
VI. CONCLUSIONES	52
VII. RECOMENDACIONES	54
VIII. REFERENCIAS	55
IX. ANEXOS	61
9.1. ANEXO A. MATRIZ DE CONSISTENCIA	61
9.2. ANEXO B. OPERACIONALIZACIÓN VARIABLES	67
9.3. ANEXO C. CONSENTIMIENTO INFORMADO	68
9.4. ANEXO D: FICHA DE RECOLECCIÓN DE DATOS	71
9.5. ANEXO E. CUESTIONARIO DE NIVEL DE CONOCIMIENTO DEL ETIQUETADO OCTOGONAL.....	72
9.6. ANEXO F. CUESTIONARIO DE FRECUENCIA DE CONSUMO DE ALIMENTOS ULTRA PROCESADOS.....	75
9.7. ANEXO G. LISTA DE ALIMENTOS ULTRA PROCESADOS.....	88
9.8. ANEXO H. RESPUESTAS CORRECTAS DEL CUESTIONARIO FRECUENCIA DE CONSUMO DE ALIMENTOS ULTRA PROCESADOS.....	90
9.9. ANEXO I. CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO: COEFICIENTE DE ALFA DE CRONBACH	91
9.10. ANEXO J. CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO: COEFICIENTE DE ALFA DE CRONBACH.....	92

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Características sociodemográficas de la muestra de los adultos que asisten al mercado de Huamantanga de Puente Piedra. Lima, 2024.	38
Tabla 2. Nivel de conocimiento del octógono en adultos que asisten al mercado de Huamantanga, Puente Piedra, 2024 en función al sexo.	39
Tabla 3. Frecuencia de consumo de alimentos ultra procesados en función al sexo.....	40
Tabla 4. Nivel de conocimiento del octógono Nutricional y su relación con la frecuencia de consumo de la Dimensión 1 (snacks dulces, salados y salsas).	41
Tabla 5. Nivel de conocimiento del octógono Nutricional y su relación con la frecuencia de consumo de la Dimensión 2 (cereales para el desayuno, pasteles, tortas, productos para untar y comidas listas para comer).....	42
Tabla 6. Nivel de conocimiento del octógono Nutricional y su relación con la frecuencia de consumo de la Dimensión 3 (bebidas).....	43
Tabla 7. Nivel de conocimiento del octógono Nutricional y su relación con la frecuencia de consumo de la Dimensión 4 (derivados lácteos y preparados de carne).	44
Tabla 8. Nivel de conocimiento del octógono Nutricional y su relación con la frecuencia de consumo de alimentos ultra procesados.....	45

TABLA DE FIGURAS

Figura 1 <i>Etiquetas según países</i>	27
Figura 2 <i>Nivel de conocimiento del octógono en adultos que asisten al mercado de Huamantanga, Puente Piedra, 2024 en función al sexo</i>	40
Figura 3 <i>Frecuencia de consumo de alimentos ultra procesados en función al sexo</i>	41
Figura 4 <i>Nivel de conocimiento del octógono Nutricional y su relación con la frecuencia de consumo de la Dimensión 1 (snacks dulces, salados y salsas)</i>	42
Figura 5 <i>Nivel de conocimiento del octógono Nutricional y su relación con la frecuencia de consumo de la Dimensión 2 (cereales para el desayuno, pasteles, tortas, productos para untar y comidas listas para comer)</i>	43
Figura 6 <i>Nivel de conocimiento del octógono Nutricional y su relación con la frecuencia de consumo de la Dimensión 3 (bebidas)</i>	44
Figura 7 <i>Nivel de conocimiento del octógono Nutricional y su relación con la frecuencia de consumo de la Dimensión 4 (derivados lácteos y preparados de carne)</i>	45

RESUMEN

El octógono nutricional advierte acerca del contenido de ciertos alimentos dañinos, como azúcares, exceso de sodio, grasas saturadas y calorías, en los productos alimenticios. Asimismo, el consumo de alimentos ultra procesados ha crecido significativamente en las últimas décadas, lo que ha llevado a un aumento en la prevalencia de enfermedades crónicas no transmisibles, como la obesidad, diabetes tipo 2 y enfermedades cardiovasculares. El presente trabajo tuvo como **objetivo**: Determinar la relación entre el nivel de conocimiento del octógono nutricional y el consumo de alimentos ultra procesados en adultos que asisten al mercado de Huamantanga, Puente Piedra, 2024. **Método**: Investigación cuantitativa con un diseño metodológico no experimental, correlacional y de corte transversal. La muestra estuvo conformada por 384 adultos que asisten al mercado Huamantanga de Puente Piedra. Para el recojo de datos se utilizó dos cuestionarios, que fueron validados por juicio de expertos. En el análisis inferencial se aplicó correlación de Spearman donde el $Rho = 0.346$, esto indica una correlación positiva débil entre las dos variables. **Resultados**: Se encontró que el 57,8% de los adultos encuestados tenían un conocimiento elevado sobre el octógono nutricional; mientras que el 61,5% reportó un consumo medio de alimentos ultra procesados. Entre los encuestado el 33% de las mujeres presentó una frecuencia de consumo media y los varones el 8,3% de varones mostró una frecuencia baja en el consumo de estos productos. En relación con las cuatro dimensiones analizadas, la mayor proporción de frecuencia de consumo fue media, con un 83% en la dimensión 1, 64,7% dimensión 2, 46,3% dimensión 3 y 91,3% dimensión 4. **Conclusiones**: El análisis reveló un valor de $p < 0,000$ lo cual, al ser menor de 0.05, evidencia la existencia de una asociación estadísticamente significativa entre el nivel de conocimiento sobre el octógono nutricional y el consumo de alimentos ultraprocesados.

Palabras clave: Nivel de conocimiento, advertencias octogonales, consumo, comidas altamente procesados.

ABSTRACT

The nutritional octagon warns about the content of certain harmful foods, such as sugars, excess sodium, saturated fats and calories, in food products. Similarly, the consumption of ultra-processed foods has grown significantly in recent decades, leading to an increase in the prevalence of chronic non-communicable diseases, such as obesity, type 2 diabetes and cardiovascular diseases. The present study had as **Objective:** To determine the relationship between the level of knowledge of the nutritional octagon and the consumption of ultra-processed foods in adults attending Huamantanga Market, Piedra Bridge, 2024. **Method:** Quantitative research with a methodological design no experimental, correlational, and cross-sectional. The sample consisted of 384 adults attending the Huamantanga market in Piedra Bridge. For data collection two questionnaires were used, which were validated by expert judgment. In the inferential analysis Spearman correlation was applied where the $Rho = 0.346$, this indicates a weak positive correlation between the two variables. **Results:** It was found that 57.8% of the adults surveyed had high knowledge about the nutritional octagon; mien-after that 61.5% reported a mean intake of ultra-processed foods. Among the surveyed-taken 33% of females presented a medium frequency of consumption and males 8.3% of males showed a low frequency in the consumption of these products. In relation to the four dimensions analyzed, the highest proportion of consumption frequency was medium, with an 83% in dimension1, 64.7% dimension 2, 46.3% dimension 3 and 91.3% dimension 4. **Conclusions:** The analysis revealed a p-value < 0.000 which was significant existence of a statistically significant association between the level of knowledge-to about the nutritional octagon and the consumption of ultra-processed foods.

Keywords: Knowledge level, octagonal warnings, consumption, highly-processed foods.

I. INTRODUCCIÓN

La alimentación es un aspecto fundamental en la salud de las personas la cual debe ser balanceada, adecuada y que cubra el requerimiento nutricional de macronutrientes y micronutrientes ya que el desbalance de alimentos por déficit o exceso ocasiona malnutrición como delgadez, sobrepeso y obesidad (Choque et al., 2023).

Los productos ultra procesados son alimentos elaborados utilizando ingredientes a partir de sustancias artificiales o derivados de fuentes naturales. Por lo general, estos productos contienen altos niveles de compuestos perjudiciales para la salud, como sodio, grasas, aceites, almidones y azúcar. Su principal característica es que están diseñados para ser consumidos directamente o requieren una preparación mínima, lo que favorece su fácil acceso y consumo. Organización Panamericana de la Salud (OPS, 2015).

El consumo de alimentos ultra procesados aporta alrededor de una cuarta parte de las necesidades energéticas en las naciones en desarrollo, mientras que, en los países de ingresos altos, esta proporción supera la mitad (Monteiro et al., 2019).

En el 2019, la Organización Panamericana de la Salud (OPS) comunicó que las ventas de alimentos ultraprocesados incrementaron en un 26,7 % en 13 países de América Latina durante el periodo comprendido entre 2000 y 2013. Este incremento en el consumo de dichos productos estuvo asociado con un mayor peso corporal, lo que contribuyó al desarrollo de sobrepeso, obesidad e hipertensión, especialmente en adultos jóvenes, niños y adolescentes (OPS, 2019).

Ante esta situación, la Organización Mundial de la Salud (OMS) propuso recomendaciones sobre los niveles máximos de consumo diario de azúcar simple, grasas saturadas y sodio. Sin embargo, al analizar la composición de diversos alimentos ultraprocesados, se evidencia que muchos de ellos exceden significativamente los límites (OMS, 2018).

El Estado peruano promulgó el reglamento de la Ley N.º 30021, conocida como Ley de Alimentación Saludable para Niños, Niñas y Adolescentes. Sin embargo, no fue hasta junio de 2019 cuando el gobierno, mediante el Decreto Supremo N.º 015-2019, introdujo la obligatoriedad de incluir octógonos de advertencia en los productos. Esta normativa se implementó el 17 de junio de 2019, aplicándose tanto a alimentos sólidos como líquidos. El propósito de esta medida es ofrecer información clara y detallada acerca de las características de los productos procesados, fomentando un consumo responsable y consciente entre los consumidores (Mogollón, 2023).

Luego de la promulgación de la Ley de Alimentación Saludable para Niños y Adolescentes, la empresa Kantar Worldpanel realizó este estudio con el objetivo de evaluar el impacto de esta medida en la población peruana. Los resultados mostraron que el 81,2 % de los peruanos nunca revisa las etiquetas de los productos o lo hace rara vez y de manera ocasional, mientras que solo el 18,7% las lee con regularidad (El Comercio, 2017).

El primer capítulo aborda la introducción al tema de investigación. En esta sección se incluyen la descripción del problema, el planteamiento del problema general y específico, los antecedentes, la justificación del estudio y la hipótesis.

En el segundo capítulo presenta el fundamento teórico, el cual proporciona información detallada sobre el tema de investigación incluyendo el conocimiento del etiquetado octogonal y consumo de alimentos ultra procesados.

El tercer capítulo se centra en el método empleado en la investigación. En esta sección se detallan el tipo de investigación, ámbito temporal y espacial, las variables, población y muestra, los instrumentos, los procedimientos, el análisis de datos, consideraciones éticas y limitaciones de la investigación.

En el cuarto capítulo corresponde a los resultados obtenidos en donde incluyo tablas y figuras.

1.1.Descripción y formulación del problema

El incremento en el consumo de alimentos ultra procesados se ha convertido en una preocupación en los últimos años, representando un riesgo para la salud pública a nivel global. Estos productos, que se distinguen por su alta densidad calórica y bajo valor nutricional, están asociados con enfermedades como la obesidad, diabetes tipo 2, hipertensión y ciertos tipos de cáncer (OMS, 2018).

En muchos países, especialmente aquellos con economías en desarrollo, se observa un desplazamiento de dietas tradicionales hacia patrones alimentarios dominados por estos productos debido a factores como la urbanización, la globalización de los mercados y la influencia de la publicidad dirigida. En respuesta a esta situación, se han implementado iniciativas como el etiquetado nutricional frontal que han sido adoptadas en diversas regiones para advertir a los consumidores sobre el contenido excesivo de azúcares, sodio, grasas saturadas y calorías, buscando promover decisiones más saludables. Estudios recientes demuestran que, aunque estas medidas tienen potencial, su eficacia depende considerablemente del nivel de conocimiento y entendimiento por parte de los consumidores. (OMS, 2018)

En Perú, el consumo de alimentos ultra procesados ha generado preocupación debido a su relación con problemas de salud, como la obesidad, que afecta a alrededor del 22% de los adultos, según información del Instituto Nacional de Salud (INS, 2020).

La implementación sobre el etiquetado octogonal en el 2019, como parte de la Ley de Alimentación Saludable, tiene como objetivo reducir las tasas de enfermedades relacionadas con la alimentación al alertar a los consumidores sobre los riesgos del consumo excesivo de

ciertos nutrientes. No obstante, investigaciones a nivel nacional han revelado que el conocimiento sobre el significado de los octógonos sigue siendo limitado, especialmente en comunidades con menor acceso a educación o en áreas rurales. A pesar de esto, el consumo de alimentos ultra procesados sigue en aumento, impulsado por factores como su bajo costo y la creciente influencia de la publicidad. Esto resalta la importancia de combinar políticas de etiquetado con campañas educativas que refuercen la capacidad de los ciudadanos para interpretar la información nutricional y mejorar sus hábitos alimentarios. (Nicho, 2022).

El propósito de este estudio fue investigar si el nivel de conocimiento de los consumidores acerca de los octógonos nutricionales afectan el consumo de alimentos ultra procesados y si esto genera cambios significativos en sus patrones alimenticios. Además, se examinó posibles factores sociodemográficos que puedan influir en esta relación, con el fin de ofrecer recomendaciones relevantes para las políticas de salud pública y estrategias de intervención orientadas a promover una dieta más saludable en la población.

1.1.1. Problema general

¿Cuál es la relación entre el nivel de conocimiento del octógono nutricional con el consumo de alimentos ultra procesados en adultos que asisten a un mercado de Puente Piedra, Lima 2024?

1.1.2. Problemas específicos

- ¿Cuáles son las características sociodemográficas de los adultos que asisten al mercado de Huamantanga de Puente Piedra, Lima 2024?.
- ¿Cuál es el nivel de conocimientos que tienen acerca de los octógonos nutricionales los adultos que asisten al mercado Huamantanga de Puente Piedra en función al sexo, Lima 2024?.

- ¿Cuál es la frecuencia de consumo de alimentos ultra procesados en adultos que asisten a un mercado de Puente Piedra en función al sexo, Lima 2024?.
- ¿De qué manera se vincula el nivel de conocimiento sobre los octógonos nutricionales con la frecuencia de consumo de alimentos ultraprocesados dentro de la Dimensión 1 en adultos que acuden al mercado Huamantanga de Puente Piedra, Lima, 2024?.
- ¿Cómo se relaciona el nivel de conocimiento sobre los octógonos nutricionales con la frecuencia de consumo de alimentos ultraprocesados en la Dimensión 2 de los adultos que frecuentan el mercado Huamantanga en Puente Piedra, Lima, 2024?.
- ¿Existe una asociación entre el nivel de conocimiento sobre los octógonos nutricionales y la frecuencia con la que se consumen alimentos ultraprocesados en la Dimensión 3 de adultos que visitan el mercado Huamantanga, ubicado en Puente Piedra, Lima, 2024?.
- ¿Qué tipo de relación existe entre el nivel de conocimiento respecto a los octógonos nutricionales y la frecuencia de ingesta de alimentos ultraprocesados en la Dimensión 4, considerando a los adultos que asisten al mercado Huamantanga de Puente Piedra, Lima, 2024?.

1.2.ANTECEDENTES

1.2.1. Internacionales

Tolentino et al. (2018), en la investigación “Conocimiento y uso del etiquetado nutricional de alimentos y bebidas industrializados en México”, cuyo objetivo principal fue documentar la información sobre el uso de los diferentes etiquetados nutricionales, mediante un estudio transversal, probabilístico y estratificado, donde la muestra estaba conformado por 8667 adultos, mediante el uso de un cuestionario de 16 preguntas ; los resultados obtenidos fueron que el 41,5% de adultos encuestados usaban más la tabla nutricional para sus compras,

mientras que solo el 4,3% hacía uso de los sellos nutricionales. En conclusión, es crucial implementar un sistema de etiquetado frontal más simple y comprensible, siguiendo recomendaciones internacionales como las de la OMS.

Blanco et al. (2018), en su estudio donde el objetivo principal fue analizar la importancia, la utilidad, el conocimiento y las preferencias sobre el etiquetado frontal en adultos jóvenes de Costa Rica, emplearon un diseño exploratorio transversal con un enfoque cualitativo y cuantitativo. La muestra consistió en 100 personas de entre 20 y 64 años, y se utilizó una encuesta con 100 preguntas. Los resultados indicaron que el etiquetado nutricional influye en la decisión de compra de un 49% de los adultos jóvenes, y que el 71% de los encuestados estaban familiarizados con el sistema GDA (Guía Diaria de Alimentación), aunque muchos desconocían el significado de los términos básicos. La investigación concluyó que el etiquetado frontal con el sistema Semáforo Nutricional era el preferido por la población, especialmente entre aquellos con niveles educativos más altos, quienes demostraron un mayor interés y conciencia sobre la salud.

Aguad et al. (2020) “Impacto del etiquetado nutricional en el comportamiento de los consumidores de la IV región, Chile” se propusieron evaluar el nivel de comprensión de la población sobre el etiquetado nutricional, analizando el grado de conocimiento que tienen los consumidores sobre el sello, cómo interpretan este signo de advertencia y cómo incorporan esta información en sus decisiones de compra. Este estudio de diseño transversal y analítico incluyó una muestra de 400 personas mayores de 18 años, a quienes se les aplicó una encuesta aleatoria. Los resultados mostraron que el 34% de la población tenía un conocimiento insuficiente o nulo sobre el sello, mientras que el 39% tenía un conocimiento básico, el 23% poseía un conocimiento medio y el 4% tenía un conocimiento alto. Se concluyó que aquellos con un

conocimiento básico mostraron una actitud ligeramente más negativa hacia el sello en comparación con los otros grupos, mientras que los individuos con conocimiento medio tendieron a tener una actitud más favorable hacia el etiquetado nutricional.

Ramírez (2022) en su estudio titulado "Conocimientos, actitudes y prácticas de la población en Nuevo León ante la selección de alimentos a través de los sellos de advertencia para alimentos y bebidas no alcohólicas preenvasados", tuvo como objetivo evaluar el nivel de conocimiento, actitudes y prácticas de la población al momento de seleccionar productos alimentarios basadas en los sellos frontales de advertencia. El estudio, de tipo transversal descriptivo, recolectó datos mediante una encuesta de 93 preguntas, a incluir tanto conocimientos, actitudes y prácticas como variables sociodemográficas. La muestra estuvo compuesta por 566 adultos mayores de 20 años, de los cuales el 64,9% fueron mujeres. Los resultados mostraron que el 98,2% de los participantes no poseían conocimientos adecuados sobre los sellos de advertencia. Además, se encontró que el 71,6% tenía una actitud neutral hacia los sellos, mientras que el 28,4% mostró una actitud negativa. En cuanto a la modificación de las prácticas de compra o consumo, el 89,8% de los encuestados afirmó no cambiar nunca o casi nunca sus hábitos. Las conclusiones indican un bajo nivel de conocimiento sobre los sellos de advertencia, una actitud predominantemente neutral o negativa, y una escasa modificación en las prácticas de compra y consumo de productos.

Casos et al. (2022) en su estudio titulado "Conocimientos sobre alimentos ultraprocesados y etiquetado nutricional de padres, madres y/o tutores de niños y niñas de 6 a 12 años de una escuela pública de la provincia de Buenos Aires", realizó a cabo una investigación descriptiva, observacional y transversal con el objetivo de evaluar el nivel de conocimiento que tienen los padres, madres y/o tutores de los menores de 6 a 12 años acerca de los alimentos ultraprocesados y el etiquetado nutricional. El estudio se realizó entre julio y septiembre de 2022, en una escuela primaria de Lomas de Zamora, Buenos Aires. La muestra estuvo conformada por

204 participantes, de los cuales el 80,4% conocía la definición de alimentos ultraprocesados, pero solo el 8,8% fue capaz de identificarlos correctamente. Además, el 52,5% no utilizaba el etiquetado nutricional actual debido a que no lo comprendían, mientras que el 89,2% consideraban que el etiquetado frontal de advertencia era claro y fácil de entender. El 61,3% elegiría productos con menos sellos negros, y el 21,1% evitaría los productos que los contienen. Como conclusión, el estudio determinó que el sistema de advertencia frontal sería más efectivo que otros tipos de etiquetado, ya que permitiría a los consumidores identificar rápidamente la información relevante en el paquete, facilitando la selección de productos menos saludables e influyendo en sus patrones de compra.

1.2.2. Nacionales

Mejía et al. (2019), en su estudio titulado "Factores que influyen en el uso del octágono como marcador de información nutricional en consumidores de la población de Lima-Perú", realizó una investigación transversal-analítica cuyo objetivo fue identificar los factores que inciden en el uso del octágono como indicador de información nutricional en los consumidores de Lima, Perú. Los resultados obtenidos indicaron que, de los 609 encuestados, el 48% estuvo totalmente de acuerdo en que los octágonos influyen en sus decisiones de compra. Se observó que los octágonos tuvieron menos influencia en los hombres ($p = 0,005$), pero tuvieron un mayor impacto entre los jóvenes ($p < 0,001$) y las personas hipertensas ($p < 0,001$). Las mujeres, especialmente las de mayor edad ($p = 0,006$), las que consumían más alimentos salados ($p = 0,026$) o dulces ($p = 0,002$), así como las hipertensas ($p < 0,001$), tendían a leer más los octágonos. En cuanto a los hombres, se encontró que tenían más dificultades para interpretar los octágonos ($p = 0,037$), y el precio de los productos influía más en las decisiones de compra según la edad ($p = 0,002$). Los hombres ($p < 0,001$), las personas hipertensas ($p < 0,001$) y las personas con dislipidemia ($p < 0,001$) fueron los que menos estuvieron de acuerdo con el uso de los octágonos. Como conclusión, el estudio reveló varios factores que están dificultando el

uso y la interpretación de los octágonos, lo cual debe ser evaluado y corregido, ya que esta medida es fundamental para la salud pública.

Mamani et al. (2021), en esta investigación titulado “Evaluación de alimentos procesados y ultra procesados: Un análisis antes de la implementación del etiquetado frontal en Perú”, realizaron a cabo un estudio transversal en el que analizaron los nutrientes como sodio, azúcar total, grasas saturadas y grasas trans en los etiquetados nutricionales de 511 alimentos procesados y ultraprocesados adquiridos por 88 familias de estudiantes de una universidad privada en Lima. El objetivo fue evaluar los principales nutrientes de los alimentos industriales y compararlos con los parámetros técnicos establecidos por la normativa peruana en dos etapas de su aplicación, específicamente para las etiquetas en el frente del envase antes de la fecha de vencimiento. Los resultados mostraron que el 14,3% de los productos procesados y el 37,2% de los ultraprocesados que contenían niveles de sodio que excedían los parámetros de las fases 1 y 2 del reglamento, el 54,2% y el 62,6%. superaban los límites de azúcar, y el 52,8% y el 59,5% excedían los límites de grasas saturadas en ambas fases. Además, los alimentos sólidos presentaron mayores cambios en el etiquetado frontal entre la primera y segunda fase de aplicación, mientras que los alimentos líquidos no experimentaron cambios significativos en su etiquetado frontal sin alterar la composición del producto. En conclusión, la presencia de grasas saturadas en los productos procesados y ultraprocesados superó los parámetros establecidos para la mayoría de los productos en ambas fases de aplicación. Los azúcares fueron los nutrientes más prevalentes desde el punto de vista nutricional en la mayoría de los productos evaluados, independientemente del tipo y la categoría.

Porras (2021) en su estudio titulado "Consumo de Alimentos Ultraprocesados y Nivel de Conocimiento sobre Advertencias Publicitarias en Trabajadores del Centro Comercial Malvinas, San Juan de Lurigancho – Lima", Este estudio tuvo como propósito examinar la relación entre el nivel de conocimiento sobre las advertencias publicitarias y el consumo de alimentos

ultraprocesados en trabajadores de un centro comercial. Se adoptó un enfoque cuantitativo bajo un diseño no experimental, correlacional y de corte transversal. La muestra estuvo conformada por 132 trabajadores cuyas edades oscilaron entre los 18 y 65 años, utilizando un cuestionario estructurado para la recopilación de datos. Los resultados mostraron que el 49,2% de los participantes presentaba un consumo de alimentos ultraprocesados en niveles considerados de riesgo, el 34,1% exhibía un consumo elevado, y el 16,7% registraba un consumo bajo. En cuanto al nivel de conocimiento sobre las advertencias publicitarias, el 49,2% alcanzó un nivel intermedio, el 32,6% evidenció un nivel deficiente y el 18,2% presentó un nivel alto. Finalmente, se concluye que un mayor grado de conocimiento sobre las advertencias publicitarias está relacionado con una menor ingesta de alimentos ultraprocesados.

Mogollón (2023), en su estudio titulado "Conocimientos, Actitudes y Prácticas del Etiquetado de Advertencia Octogonal de Alimentos Procesados en Relación al Estado Nutricional en Adultos de 18 a 59 Años, 2021", tuvo como objetivo evaluar la influencia del nivel de conocimiento sobre los octógonos en el consumo de alimentos ultraprocesados. Este estudio de tipo cuantitativo, descriptivo-correlacional de corte transversal, incluyó una muestra de 398 personas del distrito de Cayma. Se emplearon dos cuestionarios para medir las variables del estudio, y los resultados indicaron que el 66,8% de los participantes presentaron un nivel de conocimiento medio sobre los octógonos, el 32,4% un nivel de conocimiento bajo y el 0,75% un nivel alto. En cuanto a la frecuencia de consumo de alimentos ultraprocesados, el 58,7% tenía un consumo moderado, el 24,1% un consumo alto, el 16,3% un consumo bajo, y el 0,75% no consumía estos productos. Mediante la prueba estadística de Chi Cuadrado con un nivel de confianza del 95% ($p < 0.05$), se determinó que existía una relación estadísticamente significativa entre el nivel de conocimiento de los octógonos nutricionales y el consumo de alimentos ultraprocesados.

Valdera (2023), en su estudio titulado "Impacto de la Ley de Promoción de Alimentación Saludable: Octógonos, en los Hábitos de Consumo y Compra de Alimentos y Bebidas Procesados en los Trabajadores de la Empresa Suiza Lab, Lima, 2023", El objetivo de este estudio fue evaluar el alcance de la Ley de Promoción de Alimentación Saludable – Octógonos en los hábitos de consumo y compra de alimentos procesados. Este análisis, de diseño transversal, no experimental y descriptivo con enfoque cuantitativo, incluyó una muestra de 100 trabajadores de entre 18 y 59 años. Los resultados indicaron que el 77% de los participantes eran consumidores frecuentes de alimentos y bebidas ultraprocesados, destacando las gaseosas (62%), galletas (58%) y chocolates (42%) como los productos más consumidos, con una frecuencia superior a una vez al día. Así también el 75% de los participantes revisaba la cantidad de octógonos presentes en las etiquetas antes de realizar una compra, mientras que el 79% indicó que la presencia de estos octógonos influye en su decisión de compra. En conclusión, la mayoría de los participantes mostraron conocimiento sobre los octógonos nutricionales, y el 76% de ellos había alterado sus hábitos de consumo de productos procesados tras la implementación de las advertencias.

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. Objetivo general

Evaluar la relación entre el nivel de conocimiento del octógono nutricional con el consumo de alimentos ultra procesados en adultos que asisten al mercado Huamantanga de Puente Piedra. Lima 2024.

1.3.2. Objetivos específicos

- Identificar las características sociodemográficas de los adultos que asisten al mercado de Huamantanga de Puente Piedra. Lima 2024

- Determinar el nivel de conocimiento sobre el octógono nutricional en los adultos que asisten al mercado Huamantanga de Puente Piedra en función al sexo, Lima 2024.
- Hallar la frecuencia de consumo de alimentos ultra procesados en adultos que asisten al mercado Huamantanga de Puente Piedra en función al sexo, Lima 2024.
- Analizar la relación entre el nivel de conocimientos sobre los octógonos nutricionales y la frecuencia de consumo de alimentos ultra procesados en la dimensión 1 de los adultos que asisten al mercado Huamantanga de Puente Piedra. Lima 2024.
- Analizar la relación entre el nivel de conocimientos sobre los octógonos nutricionales y la frecuencia de consumo de alimentos ultra procesados en la dimensión 2 de los adultos que asisten al mercado Huamantanga de Puente Piedra. Lima 2024.
- Analizar la relación entre el nivel de conocimientos sobre los octógonos nutricionales y la frecuencia de consumo de alimentos ultra procesados en la dimensión 3 de los adultos que asisten al mercado Huamantanga de Puente Piedra. Lima 2024.
- Analizar la relación entre el nivel de conocimientos sobre los octógonos nutricionales y la frecuencia de consumo de alimentos ultra procesados en la dimensión 4 de los adultos que asisten al mercado Huamantanga de Puente Piedra. Lima 2024.

1.4. JUSTIFICACIÓN

El marco teórico de esta investigación se enfoca en la profundización y actualización del conocimiento sobre los estudios relacionados con el nivel de conocimiento de los octógonos nutricionales y la frecuencia de consumo de alimentos ultraprocesados. Aunque existen estudios previos que analizan cómo los octógonos nutricionales influyen en las decisiones alimentarias, resulta fundamental generar evidencia en contextos específicos. En este caso, el mercado

Huamantanga de Puente Piedra, Lima, se presenta como un escenario idóneo para examinar esta relación, dadas sus características particulares en los aspectos socioculturales y económicos. Este estudio busca enriquecer la base teórica sobre la eficacia de las advertencias nutricionales, aportando al debate académico sobre la promoción de la salud pública y el diseño de políticas regulatorias más efectivas que permitan fomentar hábitos alimentarios más saludables.

El aporte práctico de esta investigación radica en que sus resultados permitirán identificar el grado de conocimiento que tienen las personas que asisten al mercado Huamantanga de Puente Piedra sobre los octógonos nutricionales, así como su impacto en la frecuencia de consumo de alimentos ultra procesados. Esta información podrá ser utilizada para diseñar programas educativos y estrategias de comunicación más efectivas, orientadas a maximizar el impacto de los octógonos como herramienta para promover decisiones alimentarias más saludables. Además, dichas acciones contribuirán a reducir los riesgos asociados a enfermedades no transmisibles vinculados a una dieta poco adecuada, favoreciendo así una mejora en la calidad de vida.

Desde una perspectiva económica, el consumo excesivo de alimentos ultra procesados, impulsado en gran medida por su bajo costo, plantea un desafío con importantes repercusiones económicas tanto para los individuos como para el sistema de salud pública en general. Las enfermedades no transmisibles asociadas a este consumo, como la diabetes, la obesidad, la hipertensión arterial y las afecciones a nivel cardiovasculares, no solo deterioran la calidad de vida de quienes las padecen, sino que también implican elevados costos relacionados con su tratamiento y manejo. Este estudio, al identificar dicha relación, proporciona evidencia que podría respaldar la formulación de nuevas políticas públicas y la implementación de campañas educativas más efectivas dirigidas a disminuir el consumo de estos productos. A largo plazo,

estas acciones podrían ayudar a mitigar el impacto económico generado por las enfermedades vinculadas a los alimentos ultra procesados.

Asimismo, de manera metodológico se basó en la aplicación de dos cuestionarios que miden el nivel de conocimiento del octógono nutricional y la frecuencia de consumo de alimentos ultra procesados válidos y confiables, que servirán para la utilización de estudios posteriores relacionados al nivel de conocimiento de los octógonos y la frecuencia de consumo de alimentos ultra procesados.

Finalmente, los resultados obtenidos de este estudio tienen un importante alcance social ya que busca generar evidencia relevante sobre la relación entre las variables, aportando al diseño de estrategias educativas y políticas públicas que promuevan decisiones alimentarias más saludables. Al centrarse en un contexto específico como el mercado de Huamantanga, la investigación ofrece una perspectiva local y aplicable, con resultados que pueden ser utilizados tanto para intervenciones a nivel comunitario como para futuras investigaciones en escenarios similares.

1.5. HIPÓTESIS

H1: Existe relación significativa entre el nivel de conocimiento del octógono nutricional y el consumo de alimentos ultra procesados en adultos que asisten a un mercado Huamantanga de Puente Piedra, Lima 2024.

H0: No existe relación entre el nivel de conocimiento del octógono nutricional y la frecuencia de consumo de alimentos ultra procesados en adultos que asisten al mercado Huamantanga de Puente Piedra, Lima 2024.

II. MARCO TEÓRICO

2.1. Octógono nutricional

El octógono nutricional es un sistema de etiquetado frontal desarrollado con base en las recomendaciones de la OPS y la OMS. Este mecanismo se implementa en múltiples países con el propósito de anunciar acerca de la presencia de nutrientes críticos en alimentos procesados. Los octógonos destacan si un producto contiene niveles elevados de azúcar, sodio, grasas saturadas o grasas trans, con el propósito de orientar a los consumidores hacia elecciones alimentarias más saludables.

Para evaluar si un producto debe llevar un octógono nutricional, se siguen tres pasos principales: primero, se realiza un análisis de la composición nutricional del producto; luego, se compara esta composición con los límites establecidos por las normativas sanitarias; y finalmente, se asigna el octógono correspondiente, basado en la cantidad de nutrientes críticos, como azúcares, grasas saturadas o sodio. Este proceso tiene como objetivo proporcionar información clara y accesible para que los consumidores puedan tomar decisiones más saludables (Ministerio de Salud del Perú, 2018).

De acuerdo con la OPS, las advertencias octogonales representan una de las estrategias implementadas para clasificar ciertos productos en función de su contenido de sodio, azúcar, sal y grasas saturadas. (OPS, 2016).

Los productos procesados podrían contener en su etiquetado frontal hasta cuatro octógonos para ello se han establecido parámetros que indiquen lo siguiente:

“Alto en azúcar: esta etiqueta va colocada en los alimentos sólidos que contienen igual o más de 22,5 gramos de azúcar por cada 100 gramos y en las bebidas que contienen 6 gramos o más por cada 100 mililitros. Aparece junto al subtítulo: "Evitar su consumo excesivo".

Alto en sodio: esta etiqueta va colocada en los alimentos sólidos que tienen igual o más de 800 miligramos de sodio por cada 100 gramos y en las bebidas que contienen 100 miligramos por cada 100 mililitros. Se recomienda evitar su consumo excesivo.

Alto en grasas saturadas: esta etiqueta va colocada en los alimentos sólidos que tienen igual o más de 6 gramos de grasas saturadas por cada 100 gramos del producto y en las bebidas que contienen 3 gramos por cada 100 mililitros. Se aconseja evitar su consumo excesivo.

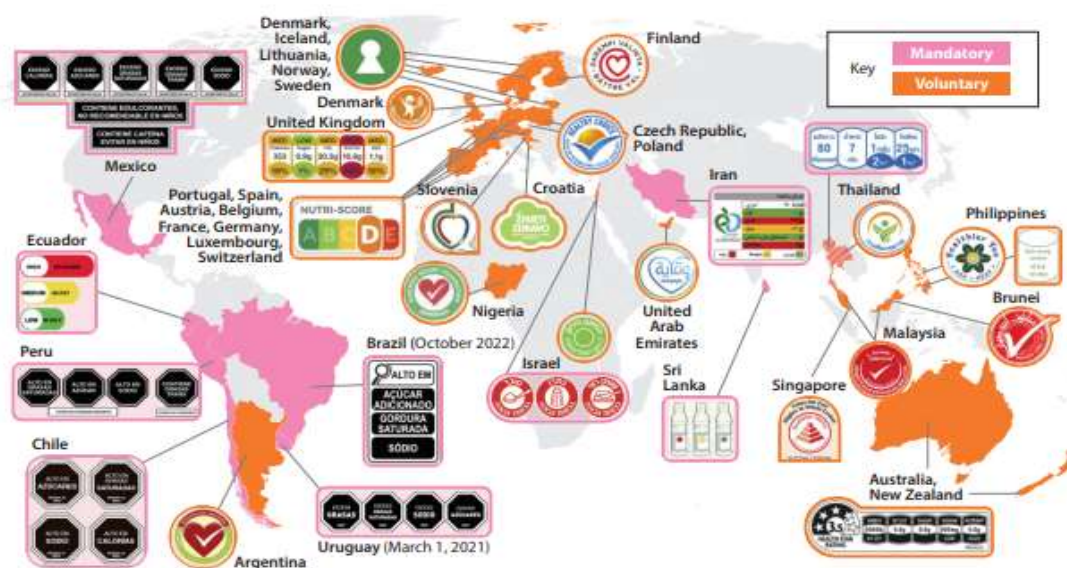
Contiene grasas trans: en el caso de las grasas trans, basta su sola presencia en el alimento para tener una etiqueta de advertencia. Se recomienda evitar su consumo. Según la Organización Panamericana de la Salud la alimentación con alto contenido de grasas trans aumenta el riesgo de cardiopatías en un 21% y el riesgo de muerte en un 28%". (Gobierno del Perú, 2023).

2.2. Conocimiento del octógono nutricional

Conceptualización

Según Roberto et al. (2021) el etiquetado de los alimentos desempeña un importante papel de apoyo a la salud pública. Las etiquetas con información nutricional detallada llevan mucho tiempo apareciendo en los productos alimentarios de todo el mundo, aunque varían de un país a otro en cuanto a la información exigida frente a la recomendada. Además, en varios países se han implantado sistemas obligatorios y voluntarios de etiquetado nutricional en la parte delantera de los envases, en las estanterías de las tiendas, en los estantes de las tiendas estando recomendados por la OMS. A continuación, en la figura 1 se muestran algunas etiquetas que corresponden a cada país.

Figura 1

Etiquetas según países

Nota: Distribución de etiquetas nutricionales en los productos Adaptado de "The Influence of Front-of-Package Nutrition Labeling on Consumer Behavior and Product Reformulation", Roberto, C. A., Ng, S. W., Ganderats-Fuentes, M., Hammond, D., Barquera, S., Jauregui, A., & Smith Taillie, L, 2021, Annual Review of Nutrition, (41).<https://doi.org/10.1146/annurev-nutr-111120-094932>

Hay diversos modelos de etiquetado frontal de alimentos, entre los que se incluyen los sistemas de resumen, las cantidades diarias orientativas monocromáticas o de referencia codificadas por colores, los sistemas con texto y codificación cromática para nutrientes específicos, el formato tipo semáforo y las advertencias nutricionales (OPS, 2020).

Cinco países han adoptado las advertencias nutricionales utilizando octágonos negros como formato (Argentina, Chile, México, Perú y Uruguay), mientras que otros dos, Colombia y la República Bolivariana de Venezuela, han promulgado leyes y están en proceso de implementación (FAO, OPS, UNICEF, 2022).

En Perú, el Ministerio de Salud (2019) regula que los alimentos procesados deben incluir etiquetas octogonales, con excepción de aquellos utilizados como ingredientes de cocina, tales como aceite vegetal, azúcar, miel, sal o harina. Asimismo, los productos cuyo empaque tenga un área de marcaje menor a 50 centímetros cuadrados no llevarán etiquetas individuales, sino que estas serán colocadas en empaques más grandes o en paquetes de seis unidades. Además, los alimentos reconstituidos, como jaleas, papillas, galletas, refrescos y postres listos para consumir, deberán incorporar las etiquetas octogonales siempre que lo requiera.

Según el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI, 2019), los octógonos facilitan la lectura y comprensión de la información nutricional en los alimentos procesados y ultraprocesados, contribuyendo a que los consumidores, junto con sus familias, puedan tomar decisiones de compra más informadas. Además, se propone algunas recomendaciones:

-Antes de comprar revisa si el producto tiene octógonos, de ser así, te está advirtiendo que el producto contiene altos niveles de sodio y/o de azúcar y/o de grasas saturadas o que contiene grasas trans, de acuerdo a lo establecido por la autoridad sanitaria.

-Encontrarás los octógonos en la cara frontal de la etiqueta de los productos y también en la publicidad. Estos deben ser legibles y no deben estar cubiertos con ningún elemento.

-Los octógonos irán acompañados de la frase “Evitar su consumo excesivo”. En caso contengan grasas trans, es decir grasas alimentarias creadas industrialmente al convertir el aceite líquido en grasa sólida, el octógono irá acompañado de la frase “Evitar su consumo”.

-Cabe recordar que podemos encontrar productos con un octógono o hasta cuatro octágonos, según su composición. Con esta información, se podrá comprender mejor el valor nutricional del producto y decidir si consumir y cuánto consumir según sus necesidades y preferencias.

Dimensiones

Dentro de las dimensiones de esta variable se toma en cuenta el nivel de conocimiento de los octógonos nutricionales en adultos que asisten al mercado Huamantanga.

2.3. Ultra procesados

De acuerdo con Babio et al. (2020), en 2009 se introdujo el concepto de "alimento ultra procesado", el cual, junto con el de "alimento procesado", pasó de la ciencia de los alimentos a la esfera de la salud pública. Este término emergente describió el grado de procesamiento de los alimentos de una manera no convencional, enfocándose en el procesamiento industrial, y agregó la presencia o ausencia de ciertos componentes como una nueva dimensión en los alimentos.

Los productos ultra procesados son combinaciones elaboradas de alimentos naturales con alimentos sintetizados. En la actualidad, son creaciones de las industrias alimentarias modernas que en su mayoría elaboran productos que contienen pocos alimentos en su versión natural o ninguno. Muchos de estos productos son de consumo inmediato, es decir vienen listos para su consumo o requieren poca preparación culinaria (OPS, 2015).

Según Babio et al. (2020), los alimentos listos para consumir rara vez son el resultado de un solo proceso, sino que generalmente implican la combinación de varios tratamientos, especialmente en la industria alimentaria. Un ejemplo de esto es el yogur natural, que se obtiene mediante un proceso de fermentación de la leche, la cual ha sido previamente sometida a un

tratamiento térmico. Esto implica al menos tres tratamientos, pero, a diferencia de otros productos, no contiene adición de azúcares o sal. De esta manera, no todos los alimentos clasificados como ultraprocesados tienen necesariamente un impacto negativo. Sin embargo, se recomienda promover una alimentación más saludable, con un menor contenido de nutrientes críticos.

2.4. Consumo de alimentos ultra procesados

Conceptualización

Para Popkin (2020), el procesamiento de alimentos puede ayudar a lograr una distribución alimentaria segura, diversa, copiosa y accesible. A pesar de ello los últimos estudios e investigaciones señalan que consumir excesivamente alimentos ultra procesados es sinónimo de un mal estilo de vida alimentaria que está relacionado con el exceso de peso. Además, la mayoría de estos productos son elaborados para su consumo inmediato, es decir sin ningún proceso de preparación previo, lo cual lo hace un producto de fácil y rápido consumo.

Algunas investigaciones manifiestan que los productos que vienen listos para el consumo, alteran las señales de saciedad y estimulan una mayor ingesta de estos productos y sobre todo cuando el consumidor este distraído (por ejemplo, viendo televisión) el consumo se incrementa.

De acuerdo con la Compañía de Estudios de Mercados y Opinión Pública (2020), los alimentos ultraprocesados presentan en su empaque frontal una o más advertencias que indican el contenido de ciertos nutrientes. Estas advertencias, conocidas como "Octógonos Nutricionales", permiten identificar fácilmente si un producto contiene niveles elevados de sodio, azúcar, grasas saturadas o grasas trans, lo que influye en la decisión de consumo.

Dimensiones

En esta variable se consideran diversas categorías, tales como golosinas dulces, golosinas saladas, cereales para el desayuno, pasteles, tortas, productos para untar, bebidas, comidas listos para consumir, derivados lácteos, productos cárnicos y salsas.

III. MÉTODO

3.1. Tipo de investigación

El enfoque del estudio es cuantitativo, ya que se emplearon dos cuestionarios como herramientas para recolectar información cuantificable. Presenta un diseño no experimental, dado que las variables no fueron manipuladas directamente. Su alcance es correlacional, pues busca identificar la relación existente entre las variables, y tiene un tipo transversal, ya que la recopilación de datos se realizó en un solo momento en el tiempo (Hernández y Mendoza, 2018).

3.2. Ámbito temporal y espacial

Esta investigación se realizó tomando en cuenta lo siguiente:

-Ámbito temporal: el estudio se realizó en el año 2024

-Ámbito espacial: la investigación se desarrolló en la ciudad de Lima en el distrito de Puente Piedra.

3.3. Variables

La investigación incluye dos variables: la variable independiente, que corresponde al nivel de conocimiento sobre el octógono nutricional, y la variable dependiente, relacionada con el consumo de alimento.

3.4. Población y muestra

3.4.1. Población

La población considerada para este estudio incluye personas adultas de 18 a 40 años. Este rango etario abarca distintas etapas de la adultez, asegurando que los participantes tengan la capacidad necesaria para entender y responder las encuestas dirigidas a quienes frecuentan el mercado Huamantanga, ubicado en el distrito de Puente Piedra.2024.

Criterio de inclusión

- ✓ Asistir al mercado Huamantanga de Puente Piedra.
- ✓ Estar entre el rango de edad de 18 a 40 años.
- ✓ Personas de ambos géneros (masculino y femenino) que acepten participar.
- ✓ Poseer una capacidad cognitiva adecuada para responder.
- ✓ Tener nacionalidad peruana.

Criterio de exclusión

- ✓ Embarazadas.
- ✓ Personas que no manifiestan su consentimiento para participar en el estudio.
- ✓ Individuos cuya edad no se encuentre dentro del rango de edad \geq de 18 años y $<$ 40.
- ✓ Adultos que no asisten al mercado de Huamantanga.
- ✓ Personas con diagnóstico de patologías psiquiátricas.
- ✓ Personas extranjeras.

3.4.2. Muestra

Unidad de análisis: Cada persona participante que asiste al mercado Huamantanga de Puente Piedra.

Unidad de muestreo: Cada persona que asiste al mercado Huamantanga de Puente Piedra.

Marco muestral: Estuvo conformado por todas las personas que asisten al mercado Huamantanga de Puente Piedra.

Características del diseño de muestral: La investigación se llevó a cabo bajo un enfoque transversal, utilizando un muestreo no probabilístico de conveniencia.

Esto se debe a que se establezcan ciertos criterios de exclusión y se demostró la accesibilidad de los participantes del estudio.

Tamaño de muestra: Se cuenta con un total **218** individuos que asisten al mercado Huamantanga de Puente piedra, 2024.

$$n = \frac{z^2 * p * q}{e^2}$$

$$217.7 = \frac{3,06 * 0.5 * 0.5}{0.0593^2}$$

Dónde:

n: Tamaño de la muestra

z: Nivel de confianza (92 % equivalente a 1.75)

p: Probabilidad a favor (50% del universo equivalente a 0.5)

q: Probabilidad en contra (50% del universo equivalente a 0.5)

e: Margen de error (5,93% equivalente a 0.0593)

3.5. Instrumentos

Para evaluar la variable relacionada con el conocimiento sobre el octógono nutricional, se utilizará una encuesta compuesta por 10 preguntas. Cada respuesta correcta recibirá una puntuación de 2 puntos, logrando un máximo de 20 puntos en total. Este puntaje permitirá clasificar el nivel de conocimiento en dos categorías: alto (11-20 puntos) y bajo (0-10 puntos). Además, el instrumento fue validado a través del juicio de expertos, con la participación de cuatro profesionales especializados en nutrición e investigación, alcanzando un coeficiente de validez y concordancia de 0,825, considerado "muy alto". Nicho, (2022) *Conocimiento del*

etiquetado octogonal y actitudes de compra de alimentos por parte de padres y cuidadores de escolares Lima-2020. Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

Para medir el consumo de alimentos ultraprocesados, se empleará una encuesta basada en el sistema NOVA, que clasifica los alimentos según su grado de procesamiento. El cuestionario consta de 36 preguntas organizadas en diez categorías: snacks dulces, snacks salados, cereales para el desayuno, pasteles y tortas, productos para untar, bebidas, comidas listas para comer, derivados lácteos, preparados de carne y salsas. Cada pregunta incluye cinco opciones de respuesta con puntajes asignados de la siguiente manera: 5 = Diario, 4 = De dos a cuatro veces por semana, 3 = Una vez por semana, 2 = De una a tres veces al mes, y 1 = Nunca. Para interpretar la frecuencia de consumo, se sumaron los puntajes obtenidos de todas las preguntas, clasificándose de la siguiente forma: 86-120 = consumo alto, 56-85 = consumo medio, y 30-55 = bajo. El cuestionario fue validado a través de juicio de expertos conformado por cuatro licenciados, alcanzando un coeficiente Alfa de Cronbach de 0.972, lo que indica un alto nivel de validez. Villafranca, (2022) "*Consumo de alimentos ultra procesados y actividad física en estudiantes de nutrición y dietética de una Universidad privada, 2022*". Universidad Privada del Norte.

3.6. Procedimientos

- ✓ Se proporcionó la información a los participantes y también se les brindó información de los cuestionarios a responder.
- ✓ Se llevó a cabo el llenado del formato de consentimiento informado por parte de los participantes que asistieron al mercado de Huamantanga en Puente Piedra.
- ✓ Se tomó los datos de los participantes, y se procedió con el llenado de datos específicos.

✓ Luego se recopiló la información de los cuestionarios y estos datos recolectados fueron manejados con el programa Excel y posteriormente se analizó con la ayuda del software SPSS v.26 y dieron respuesta a los objetivos específicos.

✓ Se utilizó una tabulación de las respuestas de los encuestados, y luego se pasaron al programa antes descrito.

✓ Luego se realizó las respectivas estadísticas analizando las variables de la investigación: el nivel de conocimiento del octógono nutricional y la frecuencia de consumo de los alimentos ultra procesados.

3.7. Análisis de datos

La información recolectada fue organizada en una base de datos utilizando Microsoft Excel 2018 (v. 18.0), con la clasificación de los datos por sexo, edad y nivel de instrucción. Asimismo, se codificaron los puntajes obtenidos en los cuestionarios relacionados con el conocimiento de los octógonos nutricionales y la frecuencia de consumo de alimentos ultraprocesados.

Posteriormente, los datos fueron analizados empleando el software SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) para Windows, versión 27. Se verificó la correlación entre el conocimiento de los octógonos nutricionales y la frecuencia de consumo de alimentos ultraprocesados mediante la prueba de Spearman. Además, se aplicó un análisis de regresión múltiple para evaluar la influencia de la variable independiente sobre la variable dependiente.

3.8. Consideraciones éticas

Se informó a los adultos que acudieron al mercado Huamantanga de Puente Piedra que la información recopilada a través de la encuesta sería tratada de manera completamente confidencial y anónima. Los datos recolectados se utilizarán únicamente con fines de investigación y serán gestionados exclusivamente por el investigador, garantizando así el respeto a

la dignidad, el bienestar y los derechos de los participantes. Asimismo, se aseguró el cumplimiento de la Ley de Protección de Datos Personales N° 29733.

3.9. Limitaciones de la investigación

Una de las limitaciones de esta investigación fue el enfoque geográfico restringido a Puente Piedra, específicamente al mercado Huamantanga, lo que podría limitar la representatividad de los hallazgos en otras áreas. Otra restricción estuvo relacionada con la dificultad para obtener datos precisos sobre la frecuencia de consumo de alimentos ultraprocesados, debido a la variabilidad en los hábitos alimenticios de los participantes. Además, las condiciones climáticas de la región pudieron influir en la disponibilidad de ciertos alimentos, lo que podría afectar la generalización de los resultados.

IV. RESULTADOS

Tabla 1

Características sociodemográficas de la muestra de los adultos que asisten al mercado de Huamantanga de Puente Piedra. Lima, 2024

Edad	N.º	%
Jóvenes adultos temprano (18- 27)	72	33,0%
Jóvenes Adultos tardíos (28- 40)	146	67,0%
Sexo		
Masculino	117	46,3%
Femenino	101	53,7%
Grado de Instrucción		
Analfabeto	0	0%
Primaria incompleta	0	0%
Primaria completa	0	0%
Secundaria incompleta	0	6,0%
Secundaria completa	53	24,3%
Superior incompleta	80	36,7%
Superior completa	85	39,0%
Estado Civil		
Soltero	177	81,2%
Casado	0	0%
Viudo	0	0%
Conviviente	41	18,8%
Total	218	100%

Fuente: Elaboración propia

En la **tabla 1**, se presentan las características sociodemográficas de los adultos que frecuentan el mercado de Huamantanga, ubicado en Puente Piedra, Lima. Según los resultados obtenidos, el grupo con mayor representación corresponde a los jóvenes adultos tardíos (28-40 años), quienes constituyen el 67% de los encuestados. En cuanto a la distribución por género, predominó el sexo femenino con un 53,7%, mientras que el masculino alcanzó el 46,3% del total. Respecto al nivel educativo, el grupo más representativo fue el de estudios superior completo, con un 39%, seguido por aquellos con educación superior incompleta (36,7%) y secundaria completa (24,3%) y no se registraron participantes con educación primaria o analfabetismo. En relación al estado civil, la mayoría de los encuestados se identificaron como solteros (81,2%), seguidos por convivientes (18,8%).

Tabla 2

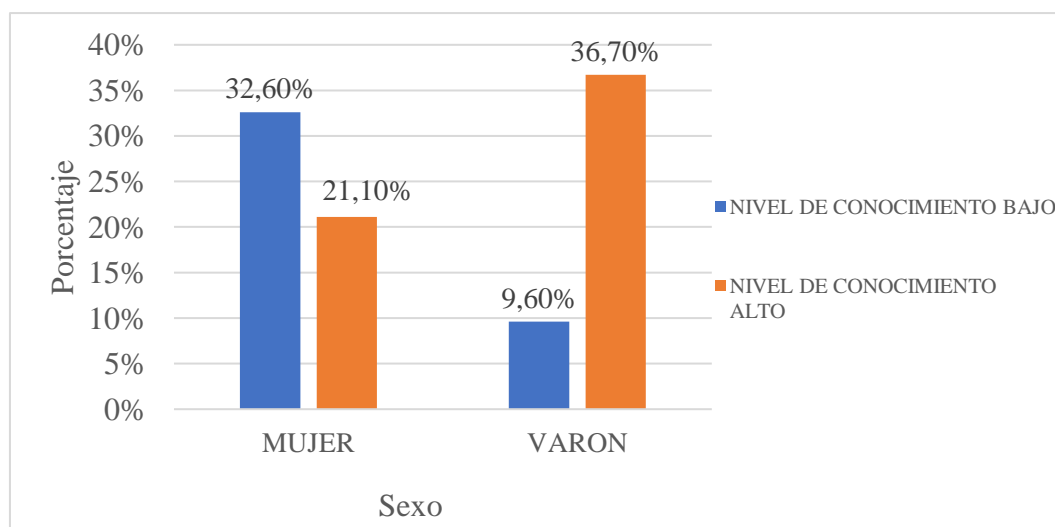
Nivel de conocimiento del octógono en adultos que asisten al mercado de Huamantanga, Puente Piedra, 2024 en función al sexo

Sexo	Bajo	Alto	Total
Masculino	21(9,6%)	80(36,7%)	101(46,3%)
Femenino	71(32,6%)	46(21,1%)	117(53,7%)
Total	92(42,2%)	126(57,8%)	218(100%)

Fuente: Elaboración propia

Figura 2

Nivel de conocimiento del octógono en adultos que asisten al mercado de Huamantanga, Puente Piedra, 2024 en función al sexo.



Según la **Tabla 2** y **Figura 2**, se identificó que los varones presentan un nivel de conocimiento alto (36,7%) en comparación con las mujeres (21,1%). Sin embargo, en el nivel de conocimiento bajo, la proporción es más notorio entre ambos grupos siendo mayor en las mujeres (32,6%) en comparación con los hombres (9,6%). Esta diferencia podría deberse a factores socioculturales o al interés mayor de las mujeres en temas de salud y nutrición.

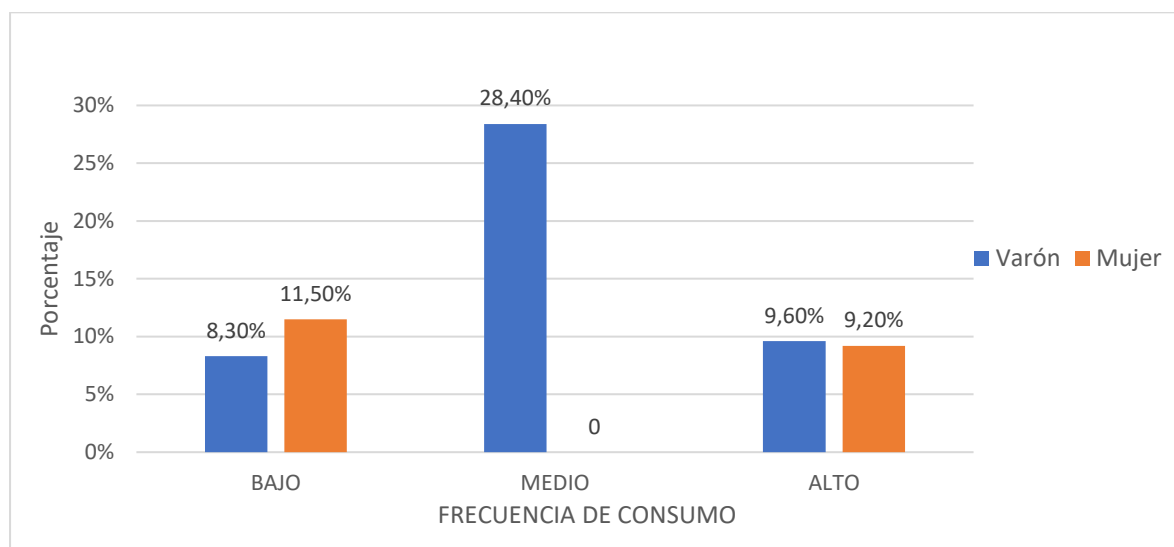
Tabla 3

Frecuencia de consumo de alimentos ultra procesados en función al sexo

SEXO	Frecuencia de consumo			TOTAL
	BAJO	MEDIO	ALTO	
Masculino	18(8,3%)	62(28,4%)	21(9,6%)	101(46,3%)
Femenino	25(11,5%)	72(33%)	20(9,2%)	117(53,7%)
TOTAL	43(19,7%)	134(61,5%)	41(18,8%)	218(100%)

Figura 3

Frecuencia de consumo de alimentos ultra procesados en función al sexo.



Según la **Tabla 3** y **Figura 3**, se puede notar que la frecuencia de consumo medio es la que mayor representación de la muestra tiene con un total de 28,4% en donde los varones tuvieron la totalidad de representación, seguido con el 9,2% de la frecuencia de consumo alto que estuvo conformado por el género femenino, mientras que los varones con el 9,6% y en la frecuencia de consumo bajo se puede notar que las mujeres representan el 11,5% y los varones 8,3%.

Tabla 4

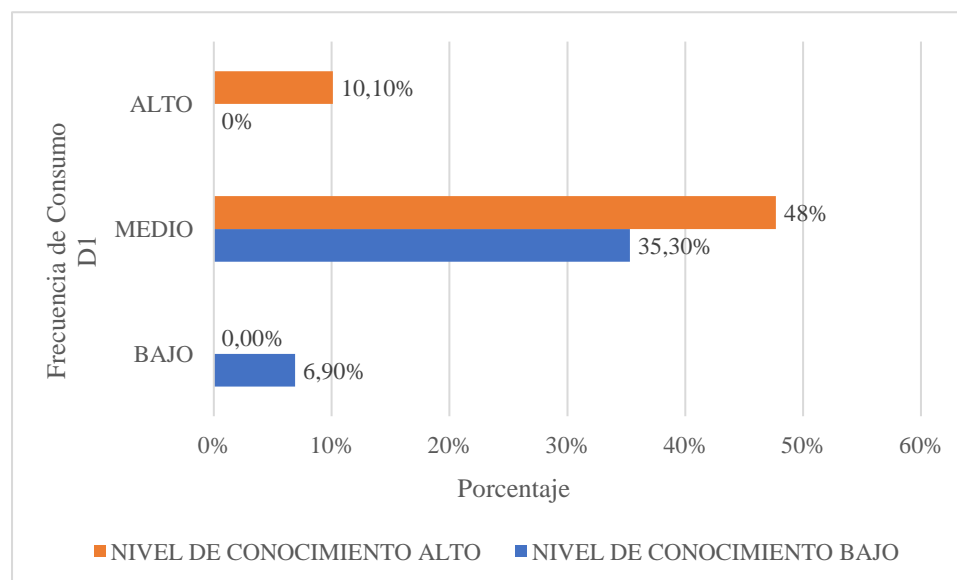
Nivel de conocimiento del octógono Nutricional y su relación con la frecuencia de consumo de la Dimensión 1 (snacks dulces, salados y salsas)

		BAJO	MEDIO	ALTO	Total
Nivel de Conocimiento	BAJO	15(6,9%)	77 (35,3%)	0(0%)	92(42,2%)
	ALTO	0(0%)	104(47,7%)	22(10,1%)	126(57,8%)
TOTAL		15(6,9%)	181(83%)	22(10,1%)	218(100%)

Fuente: Elaboración propia.

Figura 4

Nivel de conocimiento del octógono Nutricional y su relación con la frecuencia de consumo de la Dimensión 1 (snacks dulces, salados y salsas).



Según la **Tabla 4** y **Figura 4**, se identifica que el 48% de las personas con un nivel alto de conocimiento sobre el octógono nutricional consumen snacks dulces, salados y salsas con una frecuencia media, mientras que el 35,3% presenta un nivel bajo de conocimiento y muestra la misma frecuencia de consumo.

Tabla 5

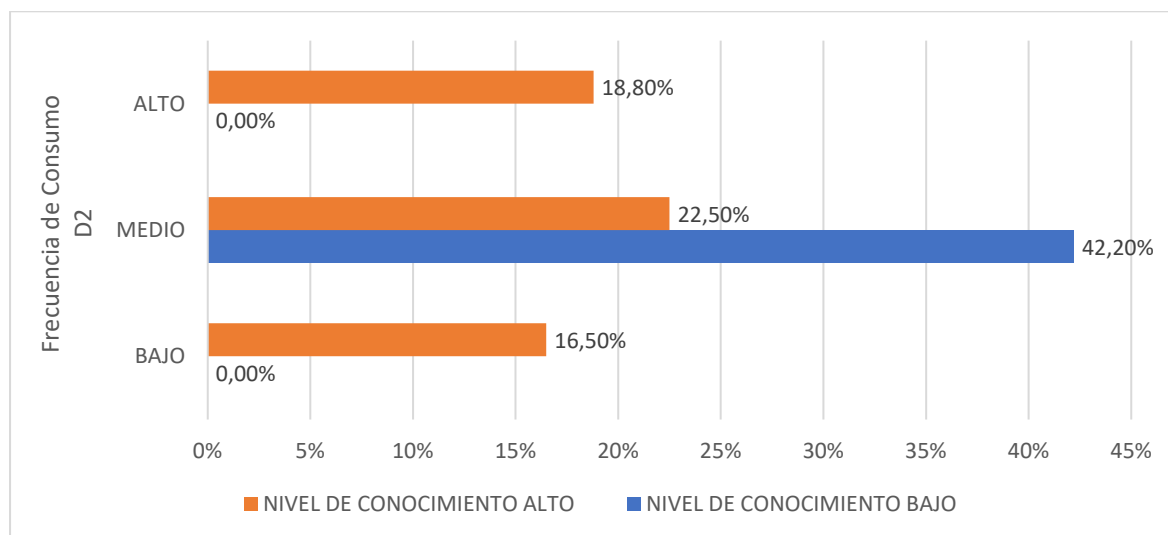
Nivel de conocimiento del octógono Nutricional y su relación con la frecuencia de consumo de la Dimensión 2 (cereales para el desayuno, pasteles, tortas, productos para untar y comidas listas para comer)

		BAJO	MEDIO	ALTO	TOTAL
Nivel de Conocimiento	BAJO	0(0%)	92(42,2%)	0(0%)	92(42,2%)
	ALTO	36(16,5%)	49(22,5%)	41(18,8%)	126(57,8%)
TOTAL		36(16,5%)	141(64,7%)	41(18,8%)	218(100%)

Fuente: Elaboración propia

Figura 5

Nivel de conocimiento del octógono Nutricional y su relación con la frecuencia de consumo de la Dimensión 2 (cereales para el desayuno, pasteles, tortas, productos para untar y comidas listas para comer).



Según la *Tabla 5* y *Figura 5*, se evidencia que, dentro del grupo de personas con frecuencia de consumo medio en la dimensión 2, el 42% presenta un nivel de conocimiento bajo, mientras que el 22,5% tiene un nivel de conocimiento alto.

Tabla 6

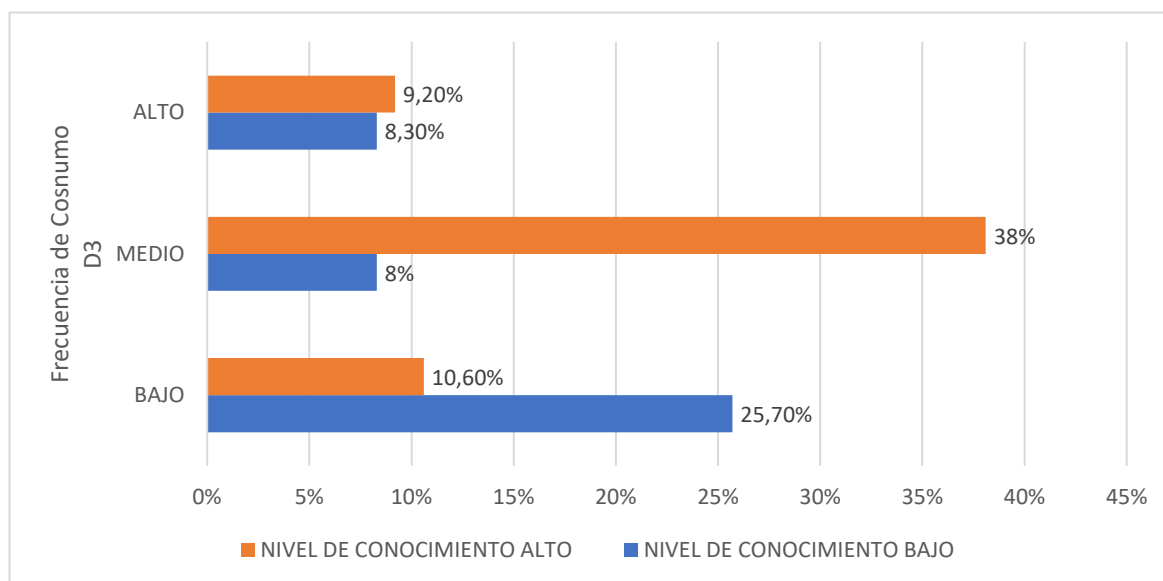
Nivel de conocimiento del octógono Nutricional y su relación con la frecuencia de consumo de la Dimensión 3 (bebidas)

		BAJO	MEDIO	ALTO	TOTAL
Nivel de Conocimiento	BAJO	56(25,7%)	18(8,3%)	18(8,3%)	92(42,2%)
	ALTO	23(10,6%)	83(38,1%)	20(9,2%)	126(57,8%)
TOTAL		79(36,2%)	101(46,3%)	38(17,4%)	218(100%)

Fuente: Elaboración propia.

Figura 6

Nivel de conocimiento del octógono Nutricional y su relación con la frecuencia de consumo de la Dimensión 3 (bebidas).



Según la **Tabla 6** y **Figura 6**, se observó que, en la frecuencia de consumo medio, la mayoría de las personas tienen un nivel de conocimiento alto, representando el 38%, mientras que solo el 8% tiene un nivel de conocimiento bajo. Por otro lado, en la frecuencia de consumo bajo, predominan las personas con un nivel de conocimiento bajo, con un 25,7%, frente al 10,6% que presenta un conocimiento alto. Esto sugiere que las personas con un nivel de conocimiento alto tienden a consumir bebidas con mayor frecuencia de consumo medio, mientras que aquellas con un nivel de conocimiento bajo suelen tener un consumo más reducido.

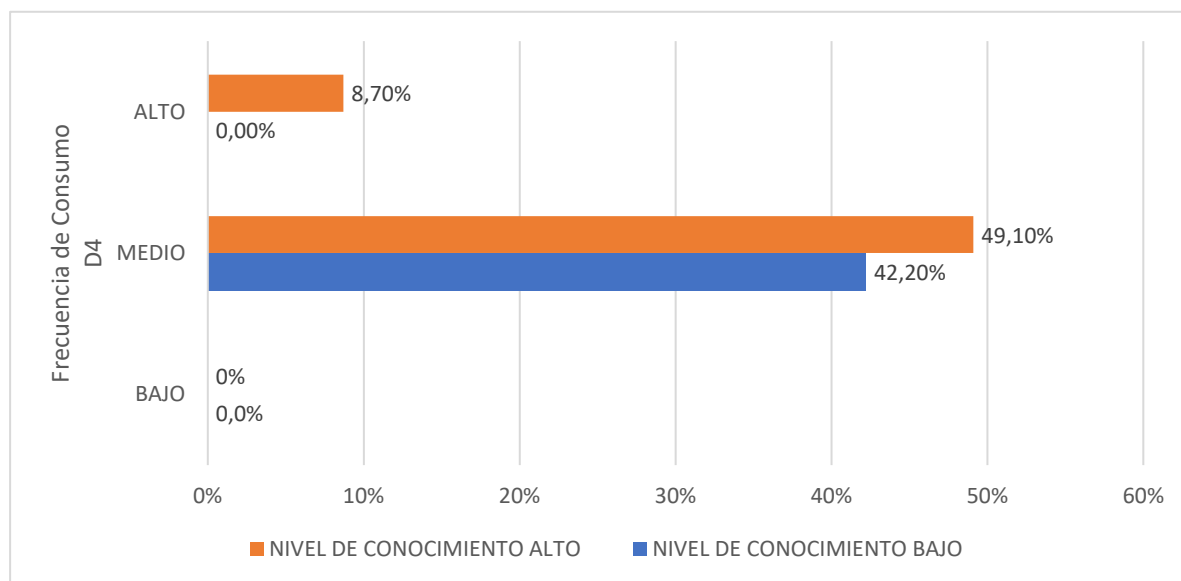
Tabla 7

Nivel de conocimiento del octógono Nutricional y su relación con la frecuencia de consumo de la Dimensión 4 (derivados lácteos y preparados de carne)

		BAJO	MEDIO	ALTO	Total
Nivel de Conocimiento	BAJO	0(0%)	92(42,2%)	0(0%)	92(42,2%)
	ALTO	0(0%)	107(49,1%)	19(8,7%)	126(57,8%)
TOTAL		0(0%)	199(91,3%)	19(8,7%)	218(100%)

Fuente: Elaboración propia.

Figura 7} Nivel de conocimiento del octógono Nutricional y su relación con la frecuencia de consumo de la Dimensión 4 (derivados lácteos y preparados de carne).



Según la **Tabla 7** y **Figura 7**, Se observó que la mayoría de las personas con un nivel de conocimiento alto (49,1%) presenta un consumo medio, mientras que la mayoría con un nivel de conocimiento bajo se encuentra en esta misma categoría, representando un 42,2%. En cuanto al consumo alto, el 8,7% de las personas con un nivel de conocimiento alto se encuentran en esta categoría.

Tabla 8

Nivel de conocimiento del octógono Nutricional y su relación con la frecuencia de consumo de alimentos ultra procesados

Nivel de conocimiento	Frecuencia de consumo			TOTAL
	BAJO	MEDIO	ALTO	
Bajo	24(11%)	68(31,2%)	0(0%)	92(42,2%)
Alto	19(8,7%)	66(30,3%)	41(18,8%)	126(57,8%)
Total	43(19,7%)	134(61,5%)	41(18,8%)	218(100%)

Rho= 0.346, p < 0,000

Fuente: Elaboración propia

Según la **Tabla 8**, se observó que el 57,8% de los adultos encuestados presentaron un nivel de conocimiento alto. Dentro de este grupo, el 8,7% mostró un bajo consumo, el 30,3% un consumo medio y el 18,8% un consumo alto. Por otro lado, el 42,2% de los participantes tuvo un nivel de conocimiento bajo, de los cuales el 11% presentó un bajo consumo, el 31,2% un consumo medio y el 0% un consumo alto. El análisis de evaluación de Spearman reveló un coeficiente Rho de 0,346, lo que indica una clasificación positiva débil entre las variables. Esto sugiere que, aunque la relación no es fuerte, un mayor nivel de conocimiento tiende a estar asociado con una mayor frecuencia de consumo de alimentos ultraprocesados. Además, con un valor de $p < 0,000$, menor a 0,05, se concluyó que esta evaluación es estadísticamente significativa, reafirmando que, a medida que el nivel de conocimiento aumenta, también incrementa ligeramente la frecuencia de consumo.

V. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Este estudio examinó la relación entre el nivel de conocimiento del octógono nutricional y el consumo de alimentos ultraprocesados, utilizando dos instrumentos para la recolección de datos. Tras el procesamiento de la información, se obtuvieron los resultados presentados en el capítulo anterior. Asimismo, este trabajo proporciona información relevante sobre la población objetivo (asistentes al mercado del distrito de Puente Piedra, Lima), lo que contribuye a establecer una base sólida para futuras intervenciones y mejoras relacionadas.

En esta investigación, se observó una ligera predominancia del género femenino, que representó el 53,7% de la muestra, frente al género masculino, con un 46,3%. Estos resultados coinciden con los hallazgos reportados por Villafranca (2022), quien identificó que el 64% de su muestra estaba compuesto por mujeres y el 36% por varones.

En este estudio, se identificó que el 57,8% de los adultos encuestados, con edades entre 18 y 40 años, tenía un nivel alto de conocimiento sobre los octógonos nutricionales, mientras que el 42,2% presentó un nivel bajo. Estos resultados son similares a los reportados por Medina (2022), quien encontró que el 67,9% de los adolescentes de 14 a 17 años encuestados poseían un nivel alto de conocimiento, en contraste con el 32,1% que mostró un nivel bajo. Aunque las poblaciones son diferentes en términos de edad, tamaño y contexto de la muestra pueden influir en los resultados, ambas investigaciones destacan una tendencia hacia un nivel alto de conocimiento sobre los octógonos nutricionales en sus respectivas poblaciones. En cuanto al género, este estudio evidencia que el nivel de conocimiento alto predominó en el género masculino, representando el 36,7%. Este hallazgo es contradictorio con los resultados de Medina (2022), quien demostró que las mujeres obtuvieron los puntajes más altos al evaluar sus conocimientos.

En relación con la frecuencia de consumo de alimentos ultraprocesados, se observa que el 61,5% de los adultos encuestados tiene un consumo medio de estos productos, seguido por el 19,7% con un consumo bajo y el 18,8% con un consumo alto, lo que indica una tendencia hacia un consumo intermedio de ultraprocesados. Estos resultados son comparables a los encontrados por Mogollón (2023), quien reportó que el 58,8% de los encuestados tenía un consumo de riesgo, con un 24,1% con consumo alto y el 16,3% con consumo bajo. Ambos estudios muestran una tendencia predominante hacia el consumo moderado o riesgoso de alimentos ultraprocesados, aunque en la investigación de Mogollón (2023), el porcentaje de personas en la categoría de consumo moderado o riesgoso es significativamente mayor. Estas diferencias pueden estar relacionadas con variaciones en los criterios para clasificar las frecuencias de consumo, así como con factores socioeconómicos y culturales que influyen en los hábitos alimenticios de las poblaciones estudiadas. En cuanto al género, en este estudio, el 33% de las mujeres reportó un consumo moderado de alimentos ultraprocesados, en comparación con el 28,4% de los hombres en la misma categoría. Esto es similar a los hallazgos de Porras (2021), en los que el 46,9% de las mujeres presentaron un consumo de riesgo o moderado. Sin embargo, los resultados difieren para el género masculino, ya que en el estudio de Porras (2021), el 52,9% de los hombres mostró una frecuencia de consumo de riesgo, lo que refleja una mayor prevalencia de consumo de riesgo o moderada de ultraprocesados en esa población. Este contraste podría indicar que, en el presente estudio, las mujeres tienen una tendencia más moderada en el consumo de ultraprocesados, mientras que en el estudio de Porras (2021), tanto hombres como mujeres muestran una mayor prevalencia de consumo de riesgo, especialmente en los hombres (52,9% en riesgo). Esta variación podría estar influenciada por el contexto de cada estudio y las diferencias en la muestra, aunque ambos sugieren una prevalencia significativa de consumo de ultra procesado.

En relación a la conexión entre el nivel de conocimiento del octógono nutricional y la frecuencia de consumo de la Dimensión 1 (que incluye snacks dulces, salados y salsas), se observa que el 47,7% de los encuestados presenta un consumo medio de estos alimentos y tienen un nivel de conocimiento alto y mientras que el 35,3% tienen un consumo medio, pero con un conocimiento bajo. Esto sugiere que, independientemente del conocimiento sobre los octógonos nutricionales, existe una tendencia significativa hacia el consumo de alimentos ultraprocesados dentro de esta categoría. Esto sugiere que, independientemente del conocimiento sobre los octógonos nutricionales, existe una tendencia significativa hacia el consumo de alimentos ultraprocesados dentro de esta categoría. De manera similar a la investigación realizada por Marin y Povis (2020), en una población de jóvenes adultos, se encontró un alto porcentaje de consumo de snacks dulces y salados (76,3%). Esta coincidencia podría indicar que, aunque las personas puedan tener mayor conocimiento sobre los octógonos nutricionales, esto no necesariamente se refleja en un cambio en sus hábitos, especialmente en snack dulces y salados.

En relación a la asociación entre el nivel de conocimiento del octógono nutricional con la frecuencia de consumo de la Dimensión 2 (*cereales para el desayuno, pasteles, tortas, productos para untar y alimentos listos para comer*), se supervisa que predominó una frecuencia de consumo medio (64,7%) tanto para los que obtuvieron conocimiento alto y bajo sobre el octógono nutricional, los resultados obtenidos son semejantes con las conclusiones de dos estudios anteriores. Por un lado, Vásquez et al. (2021) en una población entre los 18 a 60 años de características semejantes ubicada en México reportaron un consumo elevado de azúcares, lo que concuerda con los hallazgos de este estudio. Esto podría deberse a factores socioeconómicos y culturales que favorecen el consumo de alimentos y bebidas azucaradas en ambas poblaciones. En contraste, el estudio de Villafranca (2022) realizado con estudiantes de nutrición de una universidad en Lima Perú, reportó un consumo bajo de los alimentos incluidos en esta dimensión, lo cual difiere de los resultados obtenidos en esta investigación. Esta discrepancia

podría explicarse por el nivel de conocimiento y formación académica de los participantes, quienes, al estar más informados sobre los riesgos asociados con el consumo excesivo de azúcares, probablemente regulan mejor su ingesta. En este estudio, se verificará que, independientemente del nivel de conocimiento sobre el etiquetado nutricional (alto o bajo), el consumo de azúcares se mantenga en niveles medios-altos. Esto indica que el conocimiento por sí solo no basta para modificar los patrones de consumo en esta población. Estos resultados son consistentes con lo reportado por Vázquez, quien encontró un alto consumo de azúcares en una población con características similares. Sin embargo, difieren de lo señalado por Villafranca en estudiantes de nutrición, donde se reportó un bajo consumo. Probablemente debido a su formación académica y conciencia sobre la alimentación saludable.

En cuanto a la asociación del nivel de conocimiento del octógono nutricional con la frecuencia de consumo de la Dimensión 3 (*bebidas*). Se observa que el consumo las bebidas ultraprocesados tienen un consumo significativo, con un 46,3% de los participantes reportando un consumo medio. A semejanza con la investigación de Amaguaña y Viveros (2021) que tuvo una muestra de 150 personas que asisten por primera vez a una consulta de nutrición en un Centro de Salud, se puede comparar que hay un consumo significativo de bebidas ultra procesados siendo 22,6% de encuestados que prefieren bebidas gaseosas y consumen por lo menos 2 veces a la semana. De manera similar, al comparar con el estudio de Villafranca (2022) se observó que también se registra un consumo moderado de bebidas ultraprocesados con un 10%, siendo uno de los grupos de mayor consumo en su muestra de estudio.

En relación con la asociación entre el nivel de conocimiento del octógono nutricional y la frecuencia de consumo de la Dimensión 4 (*derivados lácteos y preparados de carne*). Se detectó que el 91,3% de los encuestados tiene una frecuencia de consumo de media en esta categoría, de los cuales el 49,1% presenta un nivel alto de conocimiento sobre los octógonos

nutricionales y el 42,2% un nivel bajo. Estos hallazgos coinciden en parte con los resultados de la investigación de Mora y Torres (2021), que analizó el consumo de alimentos ultraprocesados en una muestra de 307 personas en la ciudad de Trujillo. En su estudio, se encontró un elevado consumo de snack dulces y aun alto consumo de embutidos, como salchichas y hot dogs. Este hallazgo es consistente con el presente estudio, en el que también se evidencia un consumo significativo de alimentos ultraprocesados, específicamente en embutidos como salchichas y hot dogs.

Finalmente, en este estudio si bien existe una relación estadísticamente significativa entre el nivel de conocimiento del octógono nutricional y la frecuencia de consumo de alimentos ultra procesados, esta relación es positiva y débil ($Rho= 0,346$ y $p= 0,000$). Esto contradice la hipótesis planteada, la cual proponía que, a mayor conocimiento, menos sería la frecuencia de consumo. Los hallazgos sugieren que el nivel de conocimiento no necesariamente está asociado con comportamientos más saludables en esta muestra específica donde intervienen diferentes factores contextuales y personales.

VI. CONCLUSIONES

- Se concluyó que, aunque exista una correlación positiva débil ($Rho = 0,346$) y estadísticamente significativa ($p = 0.05$) entre el nivel de conocimiento del octógono nutricional y la frecuencia de consumo de alimentos ultra procesados en adultos que asisten al mercado Humantanga de Puente Piedra en 2024, los resultados no confirmaron patrón esperado. Es decir, se anticipaba que un mayor nivel de conocimiento debería traducirse en un menor consumo de estos alimentos, pero este no fue el caso. Por lo tanto, contradice la hipótesis inicial, aceptando así la hipótesis nula. lo que sugiere que el conocimiento sobre el octógono nutricional no es suficiente por sí solo para modificar los hábitos alimenticios de esta población.
- En relación al nivel de conocimiento sobre los octógonos nutricionales, se observa que la mayoría de la muestra posee un nivel alto de conocimiento, mientras que una proporción menor presenta un nivel bajo. Entre los participantes, el grupo más representativo en cuanto a conocimiento alto corresponde a mujeres, mientras que el grupo menos representativo está compuesto por varones con un nivel de conocimiento bajo, en una muestra de 218 personas.
- La frecuencia de consumo de alimentos ultra procesados en la muestra se divide en tres niveles alto, medio y bajo. La muestra de 218 personas adultas que asisten al mercado Humantanga de Puente Piedra tiene un consumo medio especialmente alto en mujeres en comparación con los varones.
- Se concluyó que no existe una relación significativa entre el nivel de conocimiento del octógono nutricional y la frecuencia de consumo de la Dimensión 1 (*snacks dulces, salados y salsas*) en adultos que asisten al mercado de Huamantanga, en el distrito de Puente Piedra, 2024.

- Se concluyó que no se encontró una relación significativa entre el nivel de conocimiento sobre los octógonos nutricionales y la frecuencia de consumo de los productos de la Dimensión 2 (*cereales para el desayuno, pasteles, tortas, productos para untar y listas de comidas para comer*) en los adultos que asisten al mercado de Huamantanga, en el distrito de Puente Piedra, 2024.
- Se concluyó que no se encontró una relación entre el nivel de conocimiento sobre los octógonos nutricionales y la frecuencia de consumo en la Dimensión 3 (*bebidas*) en los adultos que asisten al mercado de Huamantanga, ubicado en el distrito de Puente Piedra, 2024.
- Se determinó que no se encontró relación entre el nivel de conocimiento del octógono nutricional y la frecuencia de consumo de alimentos en la Dimensión 4 (*derivados lácteos y preparados de carne*) en los adultos que asisten al mercado de Huamantanga en el distrito de Puente Piedra, 2024.

VII. RECOMENDACIONES

- Se recomienda promover la información sobre los octógonos nutricionales y su importancia para que así la población puede tener la capacidad de elegir de una forma más consciente los productos que va a consumir.
- Creación de políticas públicas que limiten la publicidad de alimentos ultra procesados dirigidos a niños y adolescentes, con el objetivo de reducir su exposición a productos no saludables.
- Promover alternativas saludables en las escuelas y espacios públicos, incentivando a las personas a elegir opciones de alimentación más equilibradas y menos dependientes de productos ultra procesados.
- Es necesario promocionar el consumo de alimentos frescos y naturales mediante talleres de cocina a través de plataformas digitales, con el fin de incentivar a las personas para que prepararen sus alimentos de manera casera y que sean más nutritivos, en lugar de recurrir a productos ultra procesados.
- Implementar programas educativos y de sensibilización en instituciones tanto públicas como privadas, con el objetivo de aumentar el conocimiento sobre los octógonos nutricionales. Esto puede lograrse a través de campañas informativas en redes sociales y medios de comunicación locales.

VIII. REFERENCIAS

- Aguad, Y., Yaria, X., Araya, N., Elías, J., Hidalgo-Alcázar, C., & Leger, P. (2020). Impacto del etiquetado nutricional en el comportamiento de los consumidores de la IV Región, Chile. *Revista de Investigación Aplicada en Ciencias Empresariales*, 9(1), 7. <https://doi.org/10.22370/riace.2020.9.1.2596>.
- Amaguaña, A., Viveros, M. (2021). *Consumo de alimentos ultra procesados y estado nutricional de los pacientes que acuden a consulta de nutrición del centro de salud N° 1 – Ibarra, 2021*. Tesis de licenciatura, Universidad Técnica del Norte, Ibarra.
- Arispe, C., Yangali, J., Guerrero, M., Lozada, O., Acuña, L. y Arellano, C. (2020). *La investigación científica. Una aproximación para los estudios de posgrado*. UIDE. <https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/4310/1/LA%20INVESTIGACION%20CIENTIFICA.pdf>
- Babio, N., Casas, P., Salas, J. (2020). *Alimentos Ultraprocesados: Revisión crítica, limitaciones del concepto y posible uso en salud pública*. Unidad de Nutrición Humana. Universitat Rovira i Virgili. https://www.nutricio.urv.cat/media/upload/domain_1498/imatges/lilibres/ULTRAPROCESADOS%2021-06.pdf.
- Blanco-Valverde, A., Blanco-Metzler, A., y Montero-Campos, M. (2018). *Conocimientos, importancia, utilidad y preferencias del etiquetado frontal de alimentos procesados para adultos residentes en la gran área metropolitana de Costa Rica*. *Revista Costarricense de Salud Pública*, 27 (2), 93-105. http://www.scielo.sa.cr/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S140914292018000200093&lng=en&tlng=es

Casos, M. E., Magariños, C., Quintana, N. D., Razquin, M. A., Stropeni, C. B., & Spirito, M. F. (2022). Conocimiento sobre alimentos ultra procesados y etiquetado nutricional de padres, madres y/o tutores de niños y niñas de 6 a 12 años de una escuela pública de la provincia de Buenos Aires. *Revista Nutrición Investiga*. https://escuelanutricion.fmed.uba.ar/revistani/pdf/23a/ncl/997_c.pdf.

Compañía de Estudios de Mercados y Opinión Pública. (2020). *Los octógonos: su impacto sobre el consumidor*. Lima. https://cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/26/mr_febrero_2_2020_oct_ok_1202.pdf.

Choque, B., Mamani, M. y Rivera, K. (2023). *Consumo de Alimentos Procesados y Ultraprocesados, y su Relación con la Actividad Física en Adolescentes*. *Revista de Investigación en Comunicación y Desarrollo*, 14(2), 111–121. <https://doi.org/10.33595/2226-1478.14.2.838>.

FAO, OPS, UNICEF (2022). *Etiquetado Nutricional en la Parte Frontal del Envase en América Latina y el Caribe*. Nota Orientadora. Santiago de Chile. <https://doi.org/10.4060/cc1545es>

Gobierno del Perú, (2023). *Conoce las advertencias publicitarias*. Lima: Ministerio de Salud. <https://www.gob.pe/1066-ministerio-de-salud-conoce-las-advertencias-publicitarias-octogonos>.

Hernández, R. y Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. Mc Graw Hill. <http://repositorio.uasb.edu.bo:8080/handle/54000/1292>

Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual. (2019). Retrieved 24 de abril de 2022, from INDECOPI orienta a los consumidores

sobre la lectura de octógonos: <https://www.indecopi.gob.pe/-/indecopi-orienta-a-los-consumidores-sobre-lectura-de-octogonos>

Mamani, V., Domínguez, C., Moreno, A., Silva, V., Bustamante, A. (noviembre de 2021).

Evaluación de alimentos procesados y ultraprocesados: Un análisis antes de la implementación del etiquetado frontal en Perú. *Rev Chil Nutr.*, 48(3).

Marín Puris, AB, & Pavis López, S. (2020). Consumo de alimentos ultraprocesados y perímetro abdominal en docentes con clases virtuales en Institución Educativa, San Juan de

Lurigancho-2020 [T<https://repositorio.uc.edu.pe/b/manejar/2/862/Mar-Pueblo-SD.pdf?secuencia=1=y>].

Medina, E. (2022). Conocimiento del etiquetado octogonal en alimentos ultra procesados y su

consumo en adolescentes de una institución educativa pública, Lima. [Tesis de licenciatura]. Universidad Nacional Mayor de San Marcos. <https://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/20.500.12672/17725>.

Mejía, C., Aguilar, C., Alfaro, S., Carranza, B., Eulogio, P., Gálvez, N., Godo, G. (2019). Fac-

tors that influence the use of the octagon as a marker of nutritional information in consumers in the population of Lima-Peru. *Nutrición Clínica y Dietética Hospitalaria*, 39(4).

Ministerio de Salud del Perú. (2018). Manual de Advertencias Publicitarias. Gobierno del Perú.

<https://cdn.www.gob.pe/cargas/documento/archivo/185531/9.pdf>

Ministerio de Salud. (2019). *Octógonos: ¿Cómo funcionan y qué significan?* Retrieved 22 de

abril de 2022, from *Octógonos: ¿Cómo funcionan y qué significan?*:

<https://www.goodhope.org.pe/blog/octogonos-como-funcionan-y-que-significan/>

- Mogollon, A. (2023). *Nivel de conocimiento sobre las advertencias publicitarias (octógonos) y su influencia en el consumo de alimentos ultraprocesados en el distrito de Cayma 2021*. [tesis de pregrado, Universidad de San Agustín de Arequipa]. Repositorio Institucional UNSA. <https://hdl.handle.net/20.500.12773/15981>
- Monteiro, C., Cannon, G., Levy, R. B., Moubarac, J. C., Louzada, M. L. C., Rauber, F., Khandpur, N., Cediel, G., Neri, D., Martinez-Steele, E., Baraldi, L. G., y Jaime, P. (2019). *Ultra-processed foods: What they are and how to identify them. Public Health Nutrition*, 22(5), 936-941. <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/30744710/>.
- Mora Z., Torres L. (2021). *Relación del consumo de comida rápida y alimentos ultra procesados con el estado nutricional en adultos de la ciudad de Trujillo, 2021*[tesis de pregrado, Universidad Cesar Vallejo]. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/88686/Mora_DLCZY-Torres_FLT-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y.
- Nicho, S. (2022). *Conocimiento del etiquetado octogonal y actitudes de compra de alimentos por parte de padres y cuidadores de escolares Lima-2020* [Tesis de pregrado, Universidad Nacional Mayor de San Marcos]. Repositorio UNMSM-tesis <https://hdl.handle.net/20.500.12672/17957>
- Ochoa, J., Yunkor, Y. (2021). El estudio descriptivo en la investigación científica. *Acta Jurídica Peruana*, 2(2). <http://revistas.autonoma.edu.pe/index.php/AJP/article/view/224>
- OPS. (2015). *Alimentos y bebidas ultraprocesados en América Latina: tendencias, efecto sobre la obesidad e implicaciones para las políticas públicas*. Washington, D.C. https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/7698/9789275318645_esp.pdf?sequence=5

- OMS (2018). *Organización Mundial de la Salud. (2018). Informe sobre la reducción del consumo de sal y azúcares.* Ginebra. Recuperado de https://www.who.int/nutrition/publications/guidelines/sodium_intake/es/ https://www.who.int/nutrition/publications/guidelines/sodium_intake/es/
- OPS (2019). *Alimentos y bebidas ultra procesados en América Latina: ventas, fuentes, perfiles de nutrientes e implicaciones normativas.* Washington, D.C. Obtenido de https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/51523/9789275320327_spa.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- OPS (2020). *El etiquetado frontal como instrumento de política para prevenir enfermedades no transmisibles en la Región de las Américas.* Washington D.C. (pp. 8-10). <https://iris.paho.org/handle/10665.2/53013>
- OPS (2020). *Manual de etiquetado frontal de advertencias para alimentos y bebidas no alcohólicas.* Washington D.C. Recuperado de https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/52740/9789275122693_spa.pdf https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/52740/9789275122693_spa.pdf
- OPS (s.f.). *El etiquetado frontal es una herramienta para orientar las decisiones de compra.* Organización Panamericana de la Salud. Recuperado de <https://www.paho.org/es/temas/etiquetado-frontal#:~:text=El%20etiquetado%20frontal%20es%20una,orientar%20las%20decisiones%20de%20compra>
- Popkin, B. (2020). *El impacto de los alimentos ultra procesados en la salud.* Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura.
- Porras, A. (2021). *Consumo de Alimentos Ultra procesados y Nivel de Conocimiento sobre Advertencias Publicitarias en trabajadores del Centro Comercial Malvinas, San Juan de Lurigancho.* [Tesis de pregrado]. Repositorio de la Universidad Cesar Vallejo. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/8589>.

- Roberto, C., Wen, S., Ganderats, M., Hammond, D., Barquera, S., Jauregui, A., Smith, L. (Agosto de 2021). The Influence of Front-of-Package Nutrition Labeling on Consumer Behavior and Product Reformulation. *Annual Review of Nutrition*, 41(1).
- Tolentino, L. (2018). *Conocimiento y uso del etiquetado nutrimental de alimentos y bebidas industrializados en México*. Salud Pública de México. <https://doi.org/10.21149/8825>
- Valdera, I. (2023). Impacto de la ley de promoción de alimentación saludable: octógonos, en los hábitos de consumo y compra de alimentos y bebidas procesados en los trabajadores de la empresa suiza Lab, Lima, 2023. [tesis de pregrado, Universidad Norbert Wiener]. Repositorio institucional Universidad Norbert Wiener. <https://repositorio.uwiener.edu.pe/handle/20.500.13053/9141>
- Vazquez et al. (2021). Efectos de la frecuencia de consumo de alimentos ultra procesados y su asociación con los indicadores del estado nutricional de una población económicamente activa en México. *Revista Chilena de Nutrición*, 48(6), <https://doi.org/10.5071/10/S071-751820210006>.
- Villafranca G. (2022). *Consumo de alimentos ultra procesados y actividad física en estudiantes de nutrición y dietética de una Universidad privada*. [Tesis de pregrado]. Repositorio de la Universidad Privada del Norte. <https://orcid.org/0000-0002-2552-2361>

IX. ANEXOS

9.1. ANEXO A. MATRIZ DE CONSISTENCIA

TÍTULO	FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	HIPÓTESIS	OBJETIVOS	VARIABLES	DIMENSIONES	METODOLOGÍA
Relación entre el nivel de conocimiento del octógono nutricional y el consumo de alimentos ultra procesados en adultos que asisten al mercado Huamantanga de Puente Piedra, Lima, 2024	<p>General ¿Cuál es la relación entre el nivel de conocimiento del octógono nutricional con el consumo de alimentos ultra procesados en adultos que asisten a un mercado de Puente Piedra, Lima 2024?</p> <p>Específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuáles son las características sociodemográficas de los adultos que asisten al mercado de Huamantanga de Puente Piedra, Lima 2024?. • ¿Cuál es el nivel de conocimientos que tienen acerca de 	Existe una relación significativa entre el nivel de conocimientos sobre el octógono nutricional y el consumo de alimentos ultra procesados en adultos que asisten al mercado Huamantanga de Puente Piedra, Lima, 2024.	<p>Objetivo general:</p> <p>Evaluar la relación entre el nivel de conocimiento del octógono nutricional con el consumo de alimentos ultra procesados en adultos que asisten al mercado Huamantanga de Puente Piedra, Lima 2024.</p> <p>Objetivos específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identificar las características sociodemográficas de los adultos que asisten al mercado de Huamantanga 	<p>Independiente</p> <p>Nivel de conocimiento del octógono nutricional</p> <p>Dependiente</p> <p>Consumo de alimentos ultra procesados.</p>	<p>-Nivel de conocimiento</p> <p>-Frecuencia de consumo</p>	<p>ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN Cuantitativa</p> <p>ALCANCE DE INVESTIGACIÓN Descriptivo Correlacional</p> <p>TIPO DE INVESTIGACIÓN Básica</p> <p>DISEÑO DE INVESTIGACIÓN No experimental</p> <p>TÉCNICAS E INSTRUMENTOS Encuesta Cuestionario</p> <p>POBLACIÓN Personas que asisten al mercado</p>

	<p>los octógonos nutricionales los adultos que asisten al mercado Huamantanga de Puente Piedra, en función al sexo Lima 2024?</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuál es la frecuencia de consumo de alimentos ultra procesados en adultos que asisten a un mercado de Puente Piedra, en función al sexo Lima 2024?. • ¿Cuál es la relación entre el nivel de conocimientos que tienen acerca de los octógonos nutricionales y la frecuencia de consumo de alimentos ultra 		<p>de Puente Piedra. Lima 2024</p> <ul style="list-style-type: none"> •Determinar el nivel de conocimiento sobre el octógono nutricional en los adultos que asisten al mercado Huamantanga de Puente Piedra, en función al sexo Lima 2024 •Hallar la frecuencia de consumo de alimentos ultra procesados en adul-tos que asisten al mercado Huamantanga de Puente Piedra, en función al sexo, Lima 2024. •Analizar la relación entre el nivel de conocimientos 			<p>Huamantanga de Puente Piedra.</p> <p>MUESTRA 384 adultos de ≥ 18 años y < 65 años</p> <p>MUESTREO Se aplicará un muestreo aleatorio simple</p>
--	---	--	---	--	--	---

	<p>procesados en la dimensión 1 de los adultos que asisten al mercado Huamantanga de Puente Piedra? Lima 2024?.</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuál es la relación entre el nivel de conocimientos que tienen acerca de los octógonos nutricionales y la frecuencia de consumo de alimentos ultra procesados en la dimensión 2 de los adultos que asisten al mercado Huamantanga de Puente Piedra? Lima,2024? • ¿Cuál es la relación entre el nivel de conocimientos que 		<p>sobre los octógonos nutricionales y la frecuencia de consumo de alimentos ultra procesados en la dimensión 1 de los adultos que asisten al mercado Huamantanga de Puente Piedra. Lima 2024.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Analizar la relación entre el nivel de conocimientos sobre los octógonos nutricionales y la frecuencia de consumo de alimentos ultra procesados en la dimensión 2 de los adultos que asisten al mercado Huamantanga de 			
--	---	--	---	--	--	--

	<p>tienen acerca de los octógonos nutricionales y la frecuencia de consumo de alimentos ultra procesados en la dimensión 3 de los adultos que asisten al mercado Huamantanga de Puente Piedra?, Lima, 2024?</p> <ul style="list-style-type: none"> •¿Cuál es la relación entre el nivel de conocimientos que tienen acerca de los octógonos nutricionales y la frecuencia de consumo de alimentos ultra procesados en la dimensión 4 de los adultos que asisten al mercado Huamantanga de 		<p>Puente Piedra. Lima 2024.</p> <ul style="list-style-type: none"> •Analizar la relación entre el nivel de conocimientos sobre los octógonos nutricionales y la frecuencia de consumo de alimentos ultra procesados en la dimensión 3 de los adultos que asisten al mercado Huamantanga de Puente Piedra. Lima 2024. •Analizar la relación entre el nivel de conocimientos sobre los octógonos nutricionales y la frecuencia de consumo de 			
--	--	--	---	--	--	--

	Puente Piedra? Lima, 2024?		alimentos ultra procesados en la dimensión 4 de los adultos que asisten al mercado Huamantanga de Puente Piedra. Lima 2024.			
--	-------------------------------	--	--	--	--	--

9.2. ANEXO B. OPERACIONALIZACIÓN VARIABLES

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones o subvariables	Indicador	Instrumento
Nivel de conocimiento del octógono nutricional	Los octógonos nutricionales son señales de advertencia y deben colocarse en la parte frontal de las etiquetas de alimentos y bebidas procesadas.	Se medirá a través de un cuestionario de Nivel de conocimiento sobre Octógonos nutricionales.	Nivel de conocimientos	20-11(alto) 10-0 (bajo)	Cuestionario

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones o subvariables	Indicador	Instrumento
Consumo de alimentos ultra procesados	El consumo de alimentos ultra procesados son aquellos que tienen un alto contenido en azúcares, grasa total, grasas saturadas y sodio, y un bajo contenido en proteína, fibra, minerales y vitaminas.	Se determinará a través de un cuestionario la frecuencia de consumo de alimentos ultra procesados en los asistentes del mercado Huamantanga	D1: Snack y Salsas D2: Almidones y azúcares D3: Bebidas D4: Derivados de productos de origen animal	86-120= alto 56-85= medio 30-55= bajo	Encuesta

9.3. ANEXO C. CONSENTIMIENTO INFORMADO

"Conocimiento del octógono nutricional y consumo de alimentos ultra procesados en adultos que asisten al mercado Huamantanga Lima-2024"

Propósito del estudio:

El objetivo del presente estudio es determinar la relación entre el nivel de conocimiento acerca del octógono nutricional y el consumo de alimentos ultra procesados por adultos que asisten al mercado Huamantanga.

Procedimiento:

Si usted acepta participar en este estudio se le tomará dos encuestas con diferentes preguntas. No se le realiza algún problema adicional.

Riesgo del participante:

No existe riesgo por participar en el estudio. La encuesta es autoadministrada. Esto quiere decir que el participante es quien lo llena, de acuerdo a las respuestas que considere conveniente.

Beneficios del participante:

El estudio pretende usar una encuesta anónima. No obstante, si Ud. lo desea puede solicitarle al investigador que le entregue sus resultados individuales. De esta manera, el investigador le solicitará que coloque su correo electrónico en alguna parte de la encuesta. Esta identificación solo será usada para la comunicación de los resultados. El anonimato se mantendrá para el análisis de datos y posterior redacción del informe. Finalmente, esperemos que de

acuerdo a los resultados se puedan plantear estrategias y programas institucionales y en la comunidad en beneficio de los profesionales de la salud.

Costos e incentivos:

Usted no deberá pagar nada por participar en el estudio. Igualmente, no recibirá algún incentivo económico ni de otra índole, únicamente la satisfacción de colaborar con el conocimiento.

Confidencialidad:

Nosotros guardaremos su información con códigos y no con nombres. En la publicación no se mostrará ninguna información que permita la identificación de los participantes en este estudio. Sus archivos no serán mostrados a una persona ajena al estudio sin su consentimiento.

Derechos de participante:

Si usted decide no participar en el estudio, puede retirarse de éste en cualquier momento, o no participar desde un inicio sin perjuicio alguno. Si tiene alguna duda adicional, por favor pregunte al personal de estudio, o llamar a la investigadora Lizbeth Rocio Huaman Cabello al telf.: 933 386 572.

CONSENTIMIENTO

Yo declaro que he sido informado(a) del propósito del estudio, procedimiento, riesgos, beneficios, costos, la confidencialidad y manejo de la información brindada. Entiendo que mi participación es gratuita y que me puedo retirar cuando lo desee. Por lo tanto, manifiesto que:

- Doy mi consentimiento para participar en la investigación
- No doy mi consentimiento para participar en la investigación

Firma: _____ Fecha: _____

Dirección: _____ Teléfono: _____

Fecha de Nacimiento: ___/___/___ Correo: _____

9.4. ANEXO D: FICHA DE RECOLECCIÓN DE DATOS

CODIGO:

- SEXO ___F/___M
- EDAD _____

- GRADO DE INSTRUCCIÓN:

Analfabeto	<input type="checkbox"/>
Primaria incompleta	<input type="checkbox"/>
Primaria completa	<input type="checkbox"/>
Secundaria incompleta	<input type="checkbox"/>
Secundaria completa	<input type="checkbox"/>
Superior incompleta	<input type="checkbox"/>
Superior completa	<input type="checkbox"/>

- ESTADO CIVIL

Soltero/a	<input type="checkbox"/>
Casado/a	<input type="checkbox"/>
Divorciado/a	<input type="checkbox"/>
Viudo/a	<input type="checkbox"/>
Conviviente	<input type="checkbox"/>

9.5. ANEXO E. CUESTIONARIO DE NIVEL DE CONOCIMIENTO DEL ETIQUETADO OCTOGONAL

1. ¿Por qué se implementó el etiquetado octogonal en los productos procesados?

- a) Para tener un mejor control de los productos procesados que se comercializan.
- b) Como una medida que contribuirá a reducir las enfermedades relacionadas al sobrepeso y obesidad en niños y adolescentes.
- c) Para disminuir la compra de productos procesados en la población.

2. ¿El etiquetado octogonal indica nutrientes considerados críticos para salud?

- a) Si
- b) No

3. ¿De qué color es el etiquetado octogonal?

- a) Fondo rojo con letras blancas.
- b) Fondo blanco con letras negras.
- c) Fondo negro con letras blancas.
- d) Fondo blanco con letras azules

4. En el producto, el etiquetado octogonal se puede visualizar en la parte:

- a) Inferior derecha de la cara frontal.
- b) Inferior izquierda de la cara posterior.
- c) Superior derecha de la cara frontal.
- d) Superior izquierda de la cara frontal.

5. ¿El etiquetado octogonal señala cuando los productos se encuentran “ALTO
¿EN...”?

- a) Energía, grasas, fibra y sodio
- b) Azúcar, sodio, grasas saturadas y grasas trans.
- c) Azúcar, energía, sodio, y grasas trans.
- d) Sodio, grasas saturadas, carbohidratos y energía.

6. ¿Cuándo debe ir el etiquetado “ALTO EN ...?”

- a) Cuando la cuarta parte del producto lo contienen.
- b) Cuando exceden los parámetros técnicos establecidos
- c) Siempre y cuando el producto los contenga.

7. Consumir alimentos con octógonos ALTO EN AZÚCAR aumenta el riesgo de:

- a) Sufrir alergias
- b) Padecer diabetes
- c) Sufrir de dolores de cabeza
- d) Padecer cáncer

8. Consumir alimentos con octógonos ALTO EN SODIO aumenta el riesgo de:

- a) Padecer sobrepeso y obesidad.
- b) Desarrollar diabetes y problemas renales.
- c) Sufrir hipertensión arterial y fallas cardíacas.
- d) Sufrir alergias y dolores de articulaciones.

9. Consumir alimentos con octógonos ALTO EN GRASA SATURADA aumenta el

riesgo de:

- a) Sufrir alergias.
- b) Sufrir hipertensión arterial.
- c) Sufrir diabetes.
- d) Sufrir infarto cardiaco.

10. Consumir alimentos con octógonos ALTO EN GRASA TRANS aumenta el riesgo de:

- a) Sufrir problemas renales
- b) Causar daño hepático
- c) Desarrollar problemas respiratorios.
- d) Sufrir problemas cardiovasculares.

9.6. ANEXO F. CUESTIONARIO DE FRECUENCIA DE CONSUMO DE ALIMENTOS ULTRA PROCESADOS

Lee detenidamente las preguntas y marca con un aspa (X) la una de las alternativas.

SNACKS DULCES

1. ¿Con qué frecuencia consumes 1 paquete de galleta de chocolate (tentación, pícaras, glacitas entre otros)?

- a. Diario
- b. 2 a 4 veces a la semana
- c. 1 vez a la semana
- d. 1 a 3 veces al mes

2. ¿Con qué frecuencia consumes caramelos (de limón, chicha morada, yogurt, peritas)?

- a. Diario
- b. 2 a 4 veces a la semana
- c. 1 vez a la semana
- d. 1 a 3 veces al mes

e. Nunca

3. ¿Con qué frecuencia consumes chupetines (picolines, bom, globo pop)?

- a. Diario
- b. 2 a 4 veces a la semana
- c. 1 vez a la semana
- d. 1 a 3 veces al mes

e. Nunca

4. ¿Con qué frecuencia consumes gomitas (fruglé, trululu, ositos, eucalipto entre otros)?

a. Diario

b. 2 a 4 veces a la semana

c. 1 vez a la semana

d. 1 a 3 veces al mes

e. Nunca

5. ¿Con qué frecuencia consumes 1 chocolate (sublime, triangulo, princesa entre otros)?

a. Diario

b. 2 a 4 veces a la semana

c. 1 vez a la semana

d. 1 a 3 veces al mes

e. Nunca

SNACKS SALADOS

6. ¿Con qué frecuencia consumes 1 paquete de galleta salada (Ritz, club social entre otros)?

a. Diario

b. 2 a 4 veces a la semana

c. 1 vez a la semana

d. 1 a 3 veces al mes

e. Nunca

7. ¿Con qué frecuencia consumes 1 paquete de galleta Soda (soda Field o San Jorge)?

a. Diario

b. 2 a 4 veces a la semana

c. 1 vez a la semana

d. 1 a 3 veces al mes

e. Nunca

8. ¿Con qué frecuencia consumes 1 bolsita piqueos (papas Lays, chizitos, cuates, cheese tres, doritos entre otros)?

a. Diario

b. 2 a 4 veces a la semana

c. 1 vez a la semana

d. 1 a 3 veces al mes

e. Nunca

e) Nunca

CEREALES PARA EL DESAYUNO

9. ¿Con qué frecuencia consumes granola en el desayuno?

a. Diario

b. 2 a 4 veces a la semana

c. 1 vez a la semana

d. 1 a 3 veces al mes

e. Nunca

10. ¿Con qué frecuencia consumes cereal en barra (cereal bar, cereal Ángel entre otros)?

a. Diario

b. 2 a 4 veces a la semana

c. 1 vez a la semana

d. 1 a 3 veces al mes

e. Nunca

11. ¿Con qué frecuencia consumes cereal en hojuelas (cereal ángel, zucaritas, chocapic entre otros)?

a) Diario

b) 2 a 4 veces a la semana

c) 1 vez a la semana

d) 1 a 3 veces al mes

e) Nunca

PASTELES Y TORTAS

12. ¿Con qué frecuencia consumes 1 paquete de keke pequeño? (Como Bimbo y Pyc)

a. Diario

b. 2 a 4 veces a la semana

c. 1 vez a la semana

d. 1 a 3 veces al mes

e. Nunca

13. ¿Con qué frecuencia consumes keke hecho de pre mezcla empaquetado (blanca flor, moli-talia, fleichmann entre otros)?

a) Diario

b) 2 a 4 veces a la semana

c) 1 vez a la semana

d) 1 a 3 veces al mes

e) Nunca

14. ¿Con qué frecuencia consumes 1 tajada de pastel (de chocolate, vainilla, cubierto en chan-tillí entre otros)?

a) Diario

b) 2 a 4 veces a la semana

c) 1 vez a la semana

d) 1 a 3 veces al mes

e) Nunca

PRODUCTOS PARA UNTAR

15. ¿Con qué frecuencia usas margarina?

a) Diario

b) 2 a 4 veces a la semana

c) 1 vez a la semana

d) 1 a 3 veces al mes

e) Nunca

16. ¿Con qué frecuencia usas mantequilla (para untar el pan y preparaciones culinarias)?

a) Diario

b) 2 a 4 veces a la semana

c) 1 vez a la semana

d) 1 a 3 veces al mes

e) Nunca

17. ¿Con qué frecuencia consumes jalea a base de frutas (para untar el pan y otras preparaciones)?

a) Diario

b) 2 a 4 veces a la semana

c) 1 vez a la semana

d) 1 a 3 veces al mes

e) Nunca

18. ¿Con qué frecuencia consumes queso crema (¿para untar el pan y otras preparaciones)?

a) Diario

b) 2 a 4 veces a la semana

- c) 1 vez a la semana
- d) 1 a 3 veces al mes
- e) Nunca

BEBIDAS

19. ¿Con qué frecuencia consumes 1 botella o cajita de néctar de fruta (frugos, pulp entro otros)?

- a. Diario
- b. 2 a 4 veces a la semana
- c. 1 vez a la semana
- d. 1 a 3 veces al mes
- e. Nunca

20. ¿Con qué frecuencia consumes 1 botella de gaseosa personal (inca Kola, cocoa cola, big cola, entre otros)?

- a. Diario
- b. 2 a 4 veces a la semana
- c. 1 vez a la semana
- d. 1 a 3 veces al mes
- e. Nunca

21. ¿Con qué frecuencia consumes 1 botella de bebidas energizantes (red bull, monster entre otros)?

- a. Diario
- b. 2 a 4 veces a la semana
- c. 1 vez a la semana
- d. 1 a 3 veces al mes

22. ¿Con qué frecuencia consumes bebidas alcohólicas (cerveza, vino, vodka entre otros)?

- a) Diario
- b) 2 a 4 veces a la semana
- c) 1 vez a la semana
- d) 1 a 3 veces al mes
- e) Nunca

COMIDAS LISTAS (para calentar)

23. ¿Con qué frecuencia consumes sopas instantáneas (ají no men o ramen)?

- a) Diario
- b) 2 a 4 veces a la semana
- c) 1 vez a la semana
- d) 1 a 3 veces al mes
- e) Nunca

DERIVADOS LACTEOS

24. ¿Con qué frecuencia consumes queso fresco (1 o más tajadas)?

- a) Diario

b) 2 a 4 veces a la semana

c) 1 vez a la semana

d) 1 a 3 veces al mes

e) Nunca

25. ¿Con qué frecuencia consumes 1 botellita de yogurt bebible (laive, gloria, yo fresh entre otros)?

a) Diario

b) 2 a 4 veces a la semana

c) 1 vez a la semana

d) 1 a 3 veces al mes

e) Nunca

26. ¿Con qué frecuencia consumes yogurt griego (presentación personal o en pote)?

a) Diario

b) 2 a 4 veces a la semana

c) 1 vez a la semana

d) 1 a 3 veces al mes

e) Nunca

27. ¿Con qué frecuencia consumes leche chocolatada en cajita o botella (chicolac, gloria entre otros)?

Diario

- b) 2 a 4 veces a la semana
- c) 1 vez a la semana
- d) 1 a 3 veces al mes
- e) Nunca

PREPARADOS DE CARNE

28. ¿Con qué frecuencia consumes hamburguesas (carne)?

- a) Diario
- b) 2 a 4 veces a la semana
- c) 1 vez a la semana
- d) 1 a 3 veces al mes
- e) Nunca

29. ¿Con qué frecuencia consumes carne molida (res) en comidas o preparaciones culinarias?

- a) Diario
- b) 2 a 4 veces a la semana
- c) 1 vez a la semana
- d) 1 a 3 veces al mes
- e) Nunca

30. ¿Con qué frecuencia consumes salchicha (empaquetada, frita en sartén y otras preparaciones)?

- a) Diario

b) 2 a 4 veces a la semana

c) 1 vez a la semana

d) 1 a 3 veces al mes

e) Nunca

31. ¿Con qué frecuencia consumes Nuggets (embolsados, congelados entre otros)?

a) Diario

b) 2 a 4 veces a la semana

c) 1 vez a la semana

d) 1 a 3 veces al mes

e) Nunca

SALSAS

32. ¿Con qué frecuencia consumes mayonesa (1 cucharada a más)?

a) Diario

b) 2 a 4 veces a la semana

c) 1 vez a la semana

d) 1 a 3 veces al mes

e) Nunca

33. ¿Con qué frecuencia consumes mostaza (1 cucharada a más)?

a) Diario

b) 2 a 4 veces a la semana

c) 1 vez a la semana

d) 1 a 3 veces al mes

e) Nunca

34. ¿Con qué frecuencia consumes ketchup (1 cucharada a más)?

a) Diario

b) 2 a 4 veces a la semana

c) 1 vez a la semana

d) 1 a 3 veces al mes

e) Nunca

35. ¿Con qué frecuencia usas condimentos empaquetados en preparaciones culinarias (poma-rola, salsa de tomate, salsa blanca y verde, entre otros)?

a) Diario

b) 2 a 4 veces a la semana

c) 1 vez a la semana

d) 1 a 3 veces al mes

e) Nunca

36. ¿Con qué frecuencia consumes ají (1 cucharada a más)?

a) Diario

b) 2 a 4 veces a la semana

c) 1 vez a la semana

d) 1 a 3 veces al mes

e) Nunca

9.7. ANEXO G. LISTA DE ALIMENTOS ULTRA PROCESADOS

ALIMENTOS	
	Galletas rellenas con crema de sabores (festival. oreo, ritz de queso, amor)
	Galletas dulces sin relleno (tipo maría, de coco, animalitos, tipo leche)
GALLETAS	Galletas saladas (ritz, saltinas, ricas, ducales, club social, saltin Noel)
	Galletas cubiertas o con chispas de chocolate (krispiz, choco chips, galapaguitos)
	Papas fritas (ruffles, pa' fritas, rizadas)
	Snacks de maíz (doritos, tostitos o nachos, chitos. cheetos, cheese tris)
SNACKS	Snacks de plátano, camote o yuca frita
	Snacks con chicharrones (chicharrones, golpe, de todito)
	Bebidas gaseosas (coca cola, pepsi, sprite, fanta)
	Bebidas energizantes e hidratantes (v220, redbull, vive100, gatorade, powerade)
BEBIDAS	Jugos y néctar de frutas (pulp, cifrut)
	Bebidas azucaradas a base de leche o cacao (toni, alpina, andina)
	Chocolates (manicho, ferrero, noggy, galak, jet)
GOLOSINAS	Caramelos
	Helados (pingüino, jotaerre, topsy)
	Jamón
	Salchicha
EMBUTIDOS	Chorizo, longaniza

	Mortadela
	Pan empaquetado de marca
	Margarina
	Cereales para el desayuno (kellog's, chocapics)
<hr/>	
OTROS	Sopa y cremas de sobre
	Tallarines instantáneos
	Mermeladas o jaleas
	Mayonesa
	Comida rápida (hamburguesa, pizza, hot dogs, salchipapa)
	Nuggets (pollo, carne o camarones)
	Pan empaquetado de marca
	Margarina

Fuente: Amaguaña, A., Viveros, M., 2021

**9.8. ANEXO H. RESPUESTAS CORRECTAS DEL CUESTIONARIO FRECUENCIA
DE CONSUMO DE ALIMENTOS ULTRA PROCESADOS**

Alternativa	Puntaje	Valoración
Diario	5	86 – 120 = ALTO
De 2 a 4 veces a la semana	4	
De 1 vez a la semana	3	56 – 85 = MEDIO
De 1 a 3 veces al mes	2	30- 55 = BAJO
Nunca	1	

PUNTAJE POR DIMENSIÓN

Valoración	Dimensión 1	Dimensión 2	Dimensión 3	Dimensión 4
ALTO	47 - 65	41 - 55	16 - 20	30 – 40
MEDIO	30 - 46	26 - 40	10 -15	19 – 29
BAJO	13 – 29	11 – 25	4 - 9	8 – 18

9.9. ANEXO I. CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO: COEFICIENTE DE ALFA DE CRONBACH

Para la finalidad del cuestionario titulado "Nivel de conocimiento de los octógonos nutricionales" se realizó un estudio piloto de 20 personas que asistieron al mercado Huamantanga obteniéndose como resultado el Alfa de Cronbach de 0,836. Esto indica una MUY ALTA confiabilidad del instrumento y por ende puede ser aplicado en la investigación.

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	20	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	20	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,836	10

Interpretación de la Confiabilidad según el Alfa de Cronbach

Rangos	Magnitud
0,81 a 1,00	Muy Alta
0,61 a 0,80	Alta
0,41 a 0,60	Moderada
0,21 a 0,40	Baja
0,01 a 0,20	Muy Baja

9.10. ANEXO J. CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO: COEFICIENTE DE ALFA DE CRONBACH

Para la finalidad del cuestionario titulado "Frecuencia de consumo de alimentos ultra procesados" se realizó un estudio piloto de 20 personas que asistieron al mercado Huamantanga obteniéndose como resultado el Alfa de Cronbach de 0,829. Esto indica una MUY ALTA confiabilidad del instrumento y por ende puede ser aplicado en la investigación.

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	20	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	20	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,829	36

Interpretación de la Confiabilidad según el Alfa de Cronbach

Rangos	Magnitud
0,81 a 1,00	Muy Alta
0,61 a 0,80	Alta
0,41 a 0,60	Moderada
0,21 a 0,40	Baja
0,01 a 0,20	Muy Baja

