



FACULTAD DE MEDICINA “HIPÓLITO UNANUE”

**CONOCIMIENTOS SOBRE LOS OCTÓGONOS DE ADVERTENCIA Y DECISIÓN
DE COMPRA DE ALIMENTOS INDUSTRIALIZADOS EN PADRES DE FAMILIA
DE LA CUNA JARDIN IEI LA PASCANA, 2025**

**Línea de investigación:
Salud pública**

Tesis para optar el Título Profesional de Licenciada en Nutrición

Autora

Chavez Lujan, Grisell Eliceni

Asesora

Rojas Pomalia, Miriam Janet
ORCID: 0000-0003-3441-4669

Jurado

De la Cruz Mendoza, Flor Evelyn
Galarza Garcia, Carlos Ronier
Vasquez Rojas, Rocio Carmen

Lima – Perú

2026

CONOCIMIENTOS SOBRE LOS OCTÓGONOS DE ADVERTENCIA Y DECISIÓN DE COMPRA DE ALIMENTOS INDUSTRIALIZADOS EN PADRES DE FAMILIA DE LA CUNA JARDIN IEI LA PASCANA, 2025

INFORME DE ORIGINALIDAD

12%

INDICE DE SIMILITUD

11%

FUENTES DE INTERNET

6%

PUBLICACIONES

5%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.unfv.edu.pe	2%
	Fuente de Internet	
2	repositorio.upn.edu.pe	1%
	Fuente de Internet	
3	repositorio.usmp.edu.pe	1%
	Fuente de Internet	
4	www.coursehero.com	1%
	Fuente de Internet	
5	Submitted to Universidad Nacional Federico Villarreal	1%
	Trabajo del estudiante	
6	repositorio.untumbes.edu.pe	<1%
	Fuente de Internet	
7	Submitted to Aliat Universidades	<1%
	Trabajo del estudiante	
8	hdl.handle.net	<1%
	Fuente de Internet	
9	repositorio.lamolina.edu.pe	<1%
	Fuente de Internet	
10	repositorio.udh.edu.pe	<1%
	Fuente de Internet	

Submitted to POSGRADO



FACULTAD DE MEDICINA “HIPÓLITO UNANUE”

CONOCIMIENTOS SOBRE LOS OCTÓGONOS DE ADVERTENCIA Y DECISIÓN DE
COMPRA DE ALIMENTOS INDUSTRIALIZADOS EN PADRES DE FAMILIA DE LA
CUNA JARDIN IEI LA PASCANA, 2025

Línea de investigación:

Salud Pública

Tesis para optar el Título Profesional de Licenciada en Nutrición

Autora

Chavez Lujan, Grisell Eliceni

Asesora

Rojas Pomalia, Miriam Janet

ORCID: 0000-0003-3441-4669

Jurado

De la Cruz Mendoza, Flor Evelyn

Galarza Garcia, Carlos Ronier

Vasquez Rojas, Rocio Carmen

Lima – Perú

2026

Dedicatoria

A Dios, por ser mi guía, fortaleza y refugio en cada faceta de mi existencia. Asimismo, lo dedico a mis padres, por amarme incondicionalmente, por su permanente esfuerzo y por confiar siempre en mis capacidades. Finalmente, expreso mi reconocimiento a mi hermano por su acompañamiento permanente, su cercanía a lo largo de este proceso y por el ánimo brindado en los momentos más relevantes. A mis abuelitos que hoy me cuidan desde el cielo, por su amor eterno y por ser parte fundamental de quien soy.

Agradecimientos

A Dios quien me da la oportunidad, la salud y la fortaleza intelectual que hicieron posible la culminación de este trabajo. Asimismo, agradezco a mis docentes y asesor por su respaldo constante e indicaciones durante este proceso. A mis abuelitos en el cielo, cuya memoria me impulsa a seguir creciendo. A mi amorcito, por estar presente en cada desafío con amor y motivación.

ÍNDICE

RESUMEN.....	10
ABSTRACT.....	11
I. INTRODUCCIÓN	1
1.1. Descripción y formulación del problema.....	4
1.1.1. <i>Problema general</i>	6
1.1.2. <i>Problemas específicos</i>	6
1.2. Antecedentes	6
1.2.1. <i>Internacionales</i>	7
1.2.2. <i>Nacionales</i>	9
1.3. Objetivos	12
1.3.1. <i>Objetivo general</i>	12
1.3.2. <i>Objetivos específicos</i>	12
1.4. Justificación	13
1.5. Hipótesis	14
1.5.1. <i>Hipótesis general</i>	14
1.5.2. <i>Hipótesis específica</i>	14
II. MARCO TEÓRICO.....	15
2.1. Bases teóricas sobre el tema de investigación	15
2.1.1. <i>Normativa y octógonos</i>	15
2.1.2. <i>Conocimiento</i>	23
2.1.3. <i>Decisión de compra</i>	27
III. MÉTODO	34
3.1. Tipo de investigación.....	34
3.2. Ámbito temporal y espacial	34

3.3. Variables	34
3.4. Población y muestra.....	35
3.4.1. Población.....	35
3.4.2. Tipo de muestra.....	35
3.4.3. Criterios de inclusión:	36
3.4.4. Criterios de exclusión:	36
3.5. Instrumentos.....	36
3.6. Procedimientos.....	37
3.7. Análisis de datos	38
3.8. Consideraciones éticas	38
IV. RESULTADOS.....	40
4.1 Resultados descriptivos.....	40
4.1.1. Datos sociodemográficos.....	40
4.1.2. Respuestas al cuestionario de conocimientos de padres de familia de la cuna jardín IEI la pascana,.....	43
4.1.3. Respuestas al cuestionario de decisión de compras de padres de familia de la cuna jardín IEI la pascana,	48
4.2. Relación entre el nivel de conocimientos de los octógonos de advertencia y la decisión de compra de alimentos industrializados	55
4.3. Prueba de Hipótesis	59
V. DISCUSIÓN DE RESULTADOS	65
VI. CONCLUSIONES	68
VII. RECOMENDACIONES.....	69
VIII.REFERENCIAS.....	70
IX. ANEXOS	80

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Parámetros técnicos y entrada en vigor del Manual de Advertencias Publicitarias .	16
Tabla 2. Estadísticos descriptivos de la edad de los padres de familia.....	40
Tabla 3. Distribución por género de los padres de familia	41
Tabla 4. Distribución por nivel educativo de los menores hijos.....	42
Tabla 5. Distribución por grado de instrucción de los padres de familia.	42
Tabla 6. Respuesta a la pregunta 1. Sé qué son los octógonos de advertencia en los envases de alimentos.	43
Tabla 7. Respuesta a la pregunta 2. Conozco el objetivo principal de los octógonos de advertencia.	44
Tabla 8. Respuesta a la pregunta 3. Relaciono los octógonos con riesgos para la salud.	44
Tabla 9. Respuesta a la pregunta 4. Puedo identificar fácilmente los octógonos en los empaques.	44
Tabla 10. Respuesta a la pregunta 5. Comprendo frases como “alto en azúcar” o “alto en sodio”.	45
Tabla 11. Respuesta a la pregunta 6. Sé qué tipos de alimentos deben llevar octógonos según la norma.	45
Tabla 12. Respuesta a la pregunta 7. Conozco la existencia de la Ley N° 30021.	46
Tabla 13. Respuesta a la pregunta 8. Los octógonos son una medida del Estado para proteger la salud.	46
Tabla 14. Respuesta a la pregunta 9. Los octógonos deben ubicarse al frente del envase.	47
Tabla 15. Respuesta a la pregunta 10. Los octógonos ayudan a tomar mejores decisiones de compra.....	47
Tabla 16. Respuesta a la pregunta 11. Los octógonos son claros y fáciles de entender.	48
Tabla 17. Respuesta a la pregunta 12. Prefiero productos con menos o ningún octógono.....	48

Tabla 18. Respuesta a la pregunta 13. Evito productos con varios octógonos por riesgo.	49
Tabla 19. Respuesta a la pregunta 14. Elegir productos sin octógonos es más saludable.	49
Tabla 20. Respuesta a la pregunta 15. Me preocupan los efectos del consumo frecuente.	49
Tabla 21. Respuesta a la pregunta 16. Docentes recomiendan loncheras sin octógonos.....	50
Tabla 22. Respuesta a la pregunta 17. El entorno influye en mis decisiones de compra.	50
Tabla 23. Respuesta a la pregunta 18. Mi familia considera importante evitar octógonos.	51
Tabla 24. Respuesta a la pregunta 19. Prefiero productos sin octógonos, aunque cuesten más.	51
Tabla 25. Respuesta a la pregunta 20. Sé comparar etiquetas para elegir opciones saludables.	52
Tabla 26. Respuesta a la pregunta 21. Tengo control para evitar productos con octógonos...	52
Tabla 27. Respuesta a la pregunta 22. Puedo evitarlos, aunque mi hijo los pida.	52
Tabla 28. Respuesta a la pregunta 23. Tengo intención de disminuir su compra.....	53
Tabla 29. Respuesta a la pregunta 24. Considero los octógonos antes de comprar.....	53
Tabla 30. Respuesta a la pregunta 25. En el futuro elegiré productos con menos advertencias.	54
Tabla 31. Respuesta a la pregunta 26. Evitar octógonos ayuda a una alimentación saludable.	54
Tabla 32. Nivel de conocimiento de octógonos de advertencia.....	55
Tabla 33. Nivel de decisión de compra.....	55
Tabla 34. Nivel de conocimiento de octógonos según género.....	55
Tabla 35. Nivel de decisión de compra según género	56
Tabla 36. Nivel de conocimiento de octógonos según grado de instrucción.....	56
Tabla 37. Nivel de decisión de compra según grado de instrucción.....	57
Tabla 38. Nivel de conocimiento de octógonos según si el menor está en cuna o jardín.....	58

Tabla 39. Nivel de decisión de compra según si el menor está en cuna o jardín.....	58
Tabla 40. Prueba de bondad de ajuste de Kolmogorov-Smirnov, aplicada a las variables sociodemográficas y a las dimensiones del estudio	59
Tabla 41. Estadístico de Rho de Spearman, para evaluar la relación entre los conocimientos sobre los octógonos de advertencia y la decisión de compra de alimentos industrializados en los padres de familia de la cuna jardín IEI La Pascana.....	61
Tabla 42. Estadístico de Rho de Spearman, para evaluar cómo se relaciona el conocimiento sobre octógonos de advertencia con la actitud hacia la compra de alimentos industrializados en los padres de familia.	61
Tabla 43. Estadístico de Rho de Spearman, para evaluar cómo se relaciona el conocimiento sobre octógonos de advertencia con la norma subjetiva en la decisión de compra de alimentos industrializados en los padres de familia.	62
Tabla 44. Estadístico de Rho de Spearman, para evaluar cómo se relaciona el conocimiento sobre octógonos de advertencia con el control percibido en la decisión de compra de alimentos industrializados en los padres de familia.	63
Tabla 45. Estadístico de Rho de Spearman, para evaluar cómo se relaciona el conocimiento sobre octógonos de advertencia con la intención de compra de alimentos industrializados en los padres de familia.	63

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Avisos informativos de carácter publicitario.....	16
Figura 2. Histograma de la edad.	40
Figura 3. Gráfico de barras de género.....	41
Figura 4. Gráfico de barras de nivel educativo de los menores hijos.	42
Figura 5. Gráfico de barras de grado de instrucción.	43

RESUMEN

Objetivo: Establecer la relación entre el nivel de conocimiento acerca de los octógonos de advertencia y la decisión de compra de alimentos industrializados en padres de familia de la Cuna Jardín IEI La Pascana, 2025. **Método:** Se realizó un estudio con enfoque cuantitativo, de diseño no experimental, corte transversal y alcance correlacional. La muestra estuvo conformada por 190 padres de familia, con una edad promedio de 33.87 años, predominando el sexo femenino (80.5%). **Resultados:** El 83.1% de los padres conocía los octógonos de advertencia siempre o casi siempre, el 80% comprendía su objetivo y el 76.9% podía identificarlos fácilmente en los envases. Asimismo, el 78.9% evitaba adquirir productos con varios octógonos, el 75.8% manifestaba la intención de disminuir su compra y el 74.2% mantenía el control de la decisión de compra incluso cuando sus hijos solicitaban dichos productos. **Conclusiones:** Se concluye que existe una relación estadísticamente significativa entre el nivel de conocimiento sobre los octógonos de advertencia y la decisión de compra de alimentos industrializados, resultado que es consistente con la Teoría del Comportamiento Planificado, según la cual la actitud, las normas subjetivas y el control conductual percibido influyen en la toma de decisiones de los padres respecto a la adquisición de alimentos.

Palabras clave: octógonos de advertencia, decisión de compra, padres de familia, alimentos industrializados, Teoría del Comportamiento Planificado.

ABSTRACT

Objective: To determine the relationship between the level of knowledge about front-of-package warning labels (octagonal warning labels) and the purchasing decisions of processed foods among parents of the La Pascana Early Childhood Education Center (IEI La Pascana), 2025. **Methods:** A quantitative study was conducted using a non-experimental, cross-sectional, correlational design. The sample consisted of 190 parents, with a mean age of 33.87 years, predominantly female (80.5%). **Results:** A total of 83.1% of the participants reported always or almost always being familiar with the warning labels, 80% understood their purpose, and 76.9% were able to easily identify them on food packages. Regarding purchasing decisions, 78.9% avoided products displaying multiple warning labels, 75.8% intended to reduce their purchase of such products, and 74.2% maintained control over purchasing decisions even when their children requested these products. **Conclusions:** A statistically significant relationship was found between the level of knowledge about front-of-package warning labels and the purchasing decisions of processed foods. These findings are consistent with the Theory of Planned Behavior, which states that attitudes, subjective norms, and perceived behavioral control influence parents' food purchasing decisions.

Keywords: warning octagons, purchase decision, parents, industrialized foods, Theory of Planned Behavior.

I. INTRODUCCIÓN

A nivel mundial, la alimentación infantil ha sido notablemente impactada por las transformaciones en los hábitos alimentarios, caracterizados por un incremento constante en la oferta y el consumo de productos procesados y ultraprocesados. Esta tendencia ha generado preocupación en los sistemas de salud pública debido a su vinculación con el incremento de enfermedades no transmisibles desde edades tempranas, lo que ha motivado a diversos países a implementar estrategias orientadas a mejorar la información nutricional disponible para los consumidores y fomentar elecciones de compra más saludables.

En Latinoamérica se ha observado un incremento significativo de la ingesta de alimentos procesados ha intensificado los riesgos nutricionales en la población infantil, especialmente por su elevado contenido de azúcares, sodio y grasas no saludables. Esta situación constituye una problemática prioritaria para la salud colectiva, dado que mientras dure la primera infancia se establecen patrones alimentarios que pueden perdurar en el tiempo y aumentar la probabilidad de sobrepeso, obesidad y otras afecciones crónicas en etapas posteriores.

En este contexto, el rol de los padres y cuidadores de la primera infancia resulta central, pues son quienes asumen principalmente las elecciones diarias de adquisición y elección de productos alimentarios dentro del entorno familiar. Dichas decisiones influyen directamente en la alimentación infantil y están condicionadas por el nivel de saberes, las percepciones y los comportamientos relacionadas con la información nutricional disponible en los productos (Diez-Canseco et al., 2024). Por ello, fortalecer el acceso a información clara y comprensible se constituye como un factor fundamental para disminuir los riesgos en la salud infantil.

Como respuesta a esta problemática, numerosos Estados de la región han adoptado medidas normativas orientadas a optimizar el etiquetado nutricional de los productos industrializados. Entre estas estrategias, el etiquetado frontal de advertencia se ha consolidado

como una herramienta eficaz para informar de manera sencilla sobre los nutrientes críticos. Estudios indican que esta modalidad de etiquetado permite reconocer con mayor facilidad los productos no saludables y puede influir en la intención de compra; sin embargo, su efecto está condicionado por variables como el nivel educativo, los hábitos de lectura de etiquetas y la percepción del riesgo asociado al consumo (Organización Panamericana de la Salud [OPS], 2020).

El marco normativo peruano abordó esta problemática mediante la Ley N.º 30021, denominada Ley de Promoción de la Alimentación Saludable para Niños, Niñas y Adolescentes, sancionada por el Ministerio de Salud en 2013. Dicha legislación impuso la obligatoriedad de incorporar sellos octogonales que adviertan en los envases de productos procesados que presenten concentraciones de azúcares, sodio y grasas (trans y saturadas) superen los parámetros técnicos permitidos. El propósito fundamental de esta intervención radica en dotar de herramientas informativas a los consumidores, con especial énfasis en los progenitores, para orientar la adquisición de productos hacia opciones más saludables. De este modo, se busca incidir positivamente en la configuración de las conductas alimenticias durante las etapas iniciales del desarrollo infantil. Sin embargo, la eficacia de los octógonos está condicionada por el grado de conocimiento, entendimiento y aplicación que los consumidores desarrollen al momento de comprar alimentos.

Se eligieron las cunas jardín porque atienden a niños en etapa de primera infancia, periodo clave para la adquisición y consolidación de patrones alimentarios. En esta etapa, los niños dependen totalmente de las decisiones de compra de sus padres, lo que permite analizar de manera directa cómo el conocimiento de los octógonos influye en la selección de alimentos destinados a ellos. Además, las cunas jardín concentran a una población homogénea y accesible, lo cual permite optimizar el proceso de obtención de información y la generación de evidencia relevante para la prevención de riesgos nutricionales desde edades tempranas.

Bajo este marco, el trabajo de investigación tuvo por objetivo determinar la relación existente entre conocimientos sobre los octógonos de advertencia y decisión de compra de alimentos industrializados en padres de familia de la cuna jardín IEI La Pascana. Este estudio aportará evidencia local y reciente sobre el grado de comprensión, las fuentes de información utilizadas por las familias y los factores que median entre el reconocimiento del octógono y la conducta de compra. Dentro del marco de los sistemas sanitarios, resulta crucial entender cómo las políticas públicas de etiquetado octogonal en los alimentos influyen en las decisiones de compra. Este estudio aporta información clave para diseñar intervenciones más efectivas en favor de la salud pública, contribuyendo al desarrollo de políticas que promuevan hábitos alimenticios más saludables.

El estudio se organiza en diversos capítulos que desarrollan de manera progresiva cada uno de los componentes de la investigación:

El primer capítulo comprende la introducción, sección donde se describe y formula el problema, se contextualiza el tema a partir de antecedentes investigativos, y se presentan los objetivos, el sustento de la investigación y las hipótesis pertinentes. Posteriormente, el segundo capítulo aborda el sustento teórico, el cual articula los fundamentos conceptuales y los fundamentos científicos que respaldan las variables analizadas. Por su parte, el tercer capítulo detalla la metodología, especificando el diseño de investigación, la delimitación espacio-temporal, la operacionalización de variables, la determinación de la población y muestra, así como el instrumento, procedimientos, técnicas de análisis de datos y criterios éticos correspondientes. El capítulo cuarto se reserva para la exposición pormenorizada de los resultados hallados. Finalmente, los capítulos quinto, sexto y séptimo se destinan, de manera sucesiva, a la discusión, las conclusiones generales y las recomendaciones derivadas del estudio.

1.1. Descripción y formulación del problema

El incremento acelerado de la prevalencia de sobrepeso y obesidad en la población pediátrica peruana representa, en la actualidad, uno de los desafíos más críticos para el sistema sanitario público nacional. Según diversos informes oficiales, se ha determinado que la ingesta persistente y elevada de productos ultraprocesados caracterizados por concentraciones excesivas de azúcares, sodio y lípidos perjudiciales constituye un factor determinante y transversal en la génesis de esta condición metabólica. En la primera infancia, este escenario resulta especialmente crítico, ya que los niños dependen casi exclusivamente de las elecciones relacionadas con la adquisición y selección de productos alimentarios que realizan sus progenitores o cuidadores, quienes actúan como el principal mediador entre la oferta alimentaria del mercado y la dieta infantil que se consume en el hogar.

Ante la problemática descrita, el Estado peruano ha articulado un conjunto de políticas regulatorias destinadas a incentivar patrones de consumo orientados hacia el bienestar nutricional. En este contexto, la Ley N° 30021, instituyó el uso imperativo de sellos de advertencia octogonales en los empaques de productos ultraprocesados y bebidas con adición de azúcar. Esta disposición técnica tiene como finalidad primordial informar de manera fidedigna al consumidor sobre el exceso de componentes nutricionales perjudiciales, salvaguardando así la protección del bienestar sanitario de la población, con especial énfasis en la población pediátrica. La implementación de dicho marco normativo se materializó plenamente en 2019 tras la emisión del Manual de Advertencias Publicitarias, instrumento legal que estandariza la comunicación visual referente a las concentraciones elevadas de sodio, azúcares, grasas trans y saturadas (Ministerio de Salud [MINSA], 2019).

A pesar de ello, la sola presencia de los octógonos no garantiza un cambio en la conducta de compra. Diversos estudios señalan que la eficacia del etiquetado frontal está sujeta al grado de conocimiento, entendimiento y apreciación que los consumidores posean otorguen

a estas advertencias al momento de adquirir alimentos, especialmente cuando se trata de los padres de familia, responsables directos de la alimentación infantil (Crosbie et al., 2022). En el contexto peruano, la encuesta “Pulso Perú” de Datum evidenció que el 97 % de la población respalda la incorporación de etiquetas informativas en los productos industrializados; sin embargo, otros hallazgos revelan limitaciones importantes: el 27.5 % de los consumidores declara no visualizar los octógonos, y aunque más del 70 % afirma observarlos, solo el 47 % dejó de comprar productos con estas advertencias, mientras que el 51.8 % redujo su compra en cantidad o frecuencia (Datum, 2020).

La evidencia científica nacional muestra resultados contradictorios respecto al impacto real de las advertencias octogonales en el proceso de elección de que comprar. Investigaciones como las de Baldeón y Cajas (2023), así como Huayhua y Mollocondo (2022), reportan que conocer más referente los octógonos se asocia con una adquisición más esporádica y consciente de productos procesados. Asimismo, Macedo (2022) reportó que el 61,6 % de los participantes considera que las advertencias octogonales no inciden en su proceso de decisión al momento de adquirir productos, indicando que variables como el precio, la publicidad y las promociones tienen un peso predominante. Estos hallazgos evidencian que, pese a la normativa vigente, el efecto del etiquetado frontal no es uniforme y se encuentra influido por diversos factores individuales y contextuales. Además, se ha señalado que el nivel de educación nutricional y la accesibilidad de alimentos nutritivos repercuten de manera significativa en la interpretación de los octógonos (Ortigueira et al., 2022).

Más relevante aún, la mayor parte de las investigaciones desarrolladas en el país se ha enfocado en población general, estudiantes universitarios o consumidores adultos; sin embargo, persiste una limitada evidencia local que examine de manera específica el vínculo entre el conocimiento de los octógonos de alerta y la decisión de compra en los progenitores con hijos en la fase de primera infancia., quienes constituyen el público objetivo más crítico de

la Ley N° 30021. Esta brecha de conocimiento limita el diseño de estrategias educativas y comunicacionales focalizadas que fortalezcan el uso efectivo de los octógonos como instrumento de protección de la salud infantil.

Consecuentemente, la evidencia presentada subraya la imperatividad de profundizar en el análisis científico de la problemática abordada. Bajo esta premisa, y con el propósito de examinar las variables subyacentes de manera sistemática, se procede a la formulación de la siguiente interrogante:

1.1.1. Problema general

¿Cuál es la relación entre los conocimientos sobre los octógonos de advertencia y la decisión de compra de alimentos industrializados en los padres de familia de la Cuna Jardín IEI La Pascana, 2025?

1.1.2. Problemas específicos

¿Cómo se relaciona el conocimiento sobre octógonos de advertencia con la actitud hacia la compra de alimentos industrializados en los padres de familia?

¿Cómo se relaciona el conocimiento sobre octógonos de advertencia con la norma subjetiva en la decisión de compra en los padres de familia?

¿Cómo se relaciona el conocimiento sobre octógonos de advertencia con el control percibido en la decisión de compra en los padres de familia?

¿Cómo se relaciona el conocimiento sobre octógonos de advertencia con la intención de compra de alimentos industrializados en los padres de familia?

1.2. Antecedentes

A continuación, se presentan antecedentes de investigaciones previas a nivel internacional y nacional, que abordan el conocimiento y la influencia de los octógonos de advertencia en las decisiones de compra de alimentos industrializados.

1.2.1. Internacionales

Morínigo et al. (2022) La presente investigación se propuso como objetivo fundamental analizar la percepción respecto a la incidencia del rotulado nutricional frontal (RNF) en los procesos de selección y en la intención de adquisición de productos alimenticios procesados dentro del segmento poblacional adulto; el estudio se realizó en Paraguay durante el año 2021 e incluyó un grupo muestral representativa nacional de 1,106 adultos consumidores de alimentos industrializados, con una mediana de edad de 40 años, mayoritariamente residentes en zonas urbanas y con nivel educativo secundario. Los participantes fueron expuestos a tres modelos de RNF (octógonos, lupa y semáforo) y los resultados evidenciaron un alto impacto del etiquetado, ya que el 71.2 % indicó que llamó su atención, el 82 % señaló que facilitó la comprensión de la información nutricional y el 87.9 % reconoció que advertía sobre riesgos para la salud; asimismo, el 56.9 % manifestó intención de modificar su consumo, el 70 % su decisión de compra y el 80 % consideró útil el RNF, concluyéndose que todos los modelos fueron efectivos para influir en la intención de compra y consumo sin diferencias significativas entre ellos. No obstante, aunque el estudio demuestra la efectividad del RNF en población adulta general, no aborda específicamente a padres de familia ni analiza la toma de decisiones orientada a la alimentación infantil, lo que limita su aplicabilidad directa a contextos de primera infancia y justifica la necesidad de investigaciones focalizadas en este grupo clave.

Cornejo (2017) tuvo como objetivo analizar cómo los sellos de advertencia influyen en la conducta de compra, la finalidad de compra, la conducta hacia la marca y la interpretación de salud de los productos en población adulta joven; el estudio se desarrolló en Chile y contó con un grupo muestral de 285 jóvenes, quienes evaluaron productos de una misma categoría (barras de cereal, ketchup, helado y margarina) con diferente cantidad de sellos de advertencia. Los resultados evidenciaron que los sellos influyen significativamente en la decisión de compra en categorías heterogéneas, donde los participantes prefirieron productos con menor número

de advertencias, percibiéndolos como más saludables, mientras que en categorías homogéneas no se observaron variaciones significativas; estos patrones fueron similares entre hombres y mujeres y mostraron efectos más marcados en productos funcionales. En conclusión, los sellos de advertencia modifican la percepción y la decisión de compra dependiendo del tipo de producto; sin embargo, el estudio se centra en jóvenes y en situaciones experimentales de comparación, sin considerar el rol de los progenitores, ni la compra orientada a la nutrición infantil, lo que limita su alcance para comprender decisiones de compra en contextos de primera infancia.

Adasme et al. (2022) se propuso como objetivo primordial determinar la correlación entre el impacto de las etiquetas de advertencia nutricional (EAN) y los procesos de toma de decisiones alimentarias en el segmento de adultos jóvenes, fundamentando el análisis en los constructos derivados de la Teoría del Comportamiento Planificado. Lo realizaron en Chile bajo un diseño descriptivo de corte transversal, empleando un grupo muestral constituido por 384 estudiantes universitarios elegidos con un muestreo no probabilístico. A través de la aplicación de análisis factoriales y modelos de regresión múltiple, lograron señalar los factores que condicionan la intención de prescindir de la adquisición de alimentos procesados que exhiben dichas advertencias; sin embargo, evidenciaron que, pese al reconocimiento de estas etiquetas, los participantes presentaron una actitud negativa hacia las EAN, lo que no activó una conducta efectiva de evasión. En conclusión, los autores señalan que la teoría del comportamiento planificado permite comprender el funcionamiento de las EAN en estudiantes universitarios y recomiendan la implementación de estrategias comunicacionales de mediano plazo dirigidas a jóvenes sin formación en salud; no obstante, el estudio se limita a una población universitaria y no aborda a padres de familia ni la toma de decisiones de compra orientada a la alimentación infantil, lo que restringe su aplicabilidad a contextos de primera infancia.

1.2.2. Nacionales

Huamani (2024) La presente investigación se planteó como objetivo primordial determinar la incidencia del conocimiento sobre el etiquetado nutricional frontal octogonal en la decisión de compra de alimentos industrializados en el segmento poblacional adulto. Lo realizó en el distrito de Independencia, Lima Norte (Perú), mediante un nivel correlacional, de enfoque cuantitativo y un diseño de investigación no experimental, de corte transversal. Utilizó un grupo muestral por conveniencia constituida por 384 adultos seleccionados en el entorno de un establecimiento de autoservicio minorista. Los resultados evidenciaron que el conocimiento del etiquetado fue mayor en adultos jóvenes, personas con mayor nivel educativo y aquellos sin hijos menores; sin embargo, el principal criterio de compra fue el gusto personal, mientras que la presencia o ausencia de octógonos resultó ser el factor menos considerado, y la prueba de chi cuadrado mostró ausencia de asociación entre el conocimiento del etiquetado y la decisión de compra ($p = 0,862$). En conclusión, el estudio determinó que el aprendizaje sobre los octógonos no influyó en la variable en la muestra evaluada, lo que pone en evidencia la brecha entre conocimiento y conducta y refuerza la necesidad de investigar esta relación en poblaciones específicas como los evaluados, donde la decisión de compra tiene un impacto directo en la salud infantil.

Lozano y Rengifo (2022) tuvieron como objetivo evaluar el impacto del octógono y del etiquetado nutricional en la decisión de compra de productos procesados en población adulta femenina; lo realizaron en la ciudad de Iquitos, distrito de Punchana (Perú), empleando un alcance descriptivo, diseño no experimental - transversal, sobre un grupo muestral constituida por 800 amas de casa. Los hallazgos determinaron que, si bien el 81 % de las participantes poseía conocimiento previo sobre la “Ley de Promoción de la Alimentación Saludable”, una proporción significativa del 68 % manifestó desconocimiento respecto al etiquetado nutricional; pese a ello, la mayoría manifestó estar “a favor” o “totalmente a favor” de su

aplicación, destacando que los octógonos resultaron especialmente comprensibles al comunicar de forma clara advertencias como “Alto en azúcar”, “Alto en sodio” y “Alto en grasa trans”. En síntesis, los autores postulan que la implementación de los octógonos de advertencia ha ejercido una influencia favorable tanto en los procesos de decisión de compra como en la inteligibilidad del etiquetado, favoreciendo así la reducción en el consumo de productos ultraprocesados con perfiles nutricionales deficientes. Sin embargo, dicha investigación se circunscribe al segmento de amas de casa, omitiendo una focalización específica en madres de infantes en etapa de primera infancia; asimismo, carece de un análisis directo sobre la relación entre las variables. Estas omisiones metodológicas restringen la transferibilidad de sus hallazgos al grupo poblacional objetivo del presente estudio.

Baldeón y Cajas (2023) La presente investigación se propuso como objetivo primordial determinar la correlación existente entre el nivel de conocimiento sobre las advertencias nutricionales y la adquisición de productos procesados en el segmento poblacional adulto responsable de la alimentación infantil. Presentado en la ciudad de Cerro de Pasco (Perú) durante el periodo anual 2022, bajo un diseño no experimental y un enfoque metodológico cuantitativo. Para dicho propósito, empleó una muestra probabilística constituida por 95 familiares de niños en etapa escolar. Los hallazgos evidenciaron que el grado de conocimiento respecto a advertencias nutricionales fue predominantemente medio (38.9 %), seguido del nivel bajo (32.6 %) y alto (28.4 %), mientras que la adquisición de productos procesados fue regular en el 38.9 %, esporádica en el 33.7 % y permanente en el 27.4 %, observándose que, según criterios como información del producto, cualidades, urgencia y propiedades nutricionales, la compra se realizaba principalmente de manera regular. En conclusión, hallaron que hay relación moderada y significativa entre el conocimiento y la adquisición de productos procesados ($p < 0.05$; $t_b = 0.513$), evidenciando que a mayor nivel de conocimiento, menor y más cuidadosa es la compra; no obstante, el estudio se enfoca en familiares de niños escolares

y no en padres de primera infancia, lo que limita su extrapolación directa al grupo etario abordado en la presente investigación.

Huayhua y Mollocondo (2022) tuvieron como propósito fundamental determinar la incidencia del nivel de conocimiento sobre los octógonos nutricionales en el proceso de decisión de compra de alimentos procesados en el segmento poblacional adulto. Lo realizaron en una institución educativa de la ciudad de Arequipa (Perú), fue de alcance descriptivo-correlacional, de enfoque cuantitativo y diseño no experimental, sobre un grupo muestral constituida por 274 padres de familia de 18 a 60 años. Los hallazgos revelaron que conocer respecto a los octógonos como el nivel de decisión de compra frente a dichos sellos fueron predominantemente medios, con frecuencias del 68.98 % y 60.59 %, respectivamente. Asimismo, halló una correlación directa, moderada y estadísticamente significativa ($Rho = 0.550$; $p < 0.01$). Por ende, postulan la existencia de una relación entre el grado de instrucción sobre las advertencias publicitarias y la elección de compra, sugiriendo que un mayor bagaje cognitivo optimiza la toma de decisiones alimentarias. No obstante, dado que el estudio no se restringe exclusivamente a progenitores de infantes en etapa de primera infancia, se subraya la pertinencia de profundizar el análisis en este grupo etario específico.

Arroyo (2021) en su investigación se propuso como objetivo primordial determinar la correlación entre el nivel de conocimiento sobre las advertencias publicitarias y el proceso de decisión de compra de alimentos etiquetados con octógonos en el segmento poblacional de adultos jóvenes. Realizado en una universidad pública de Huancavelica (Perú), bajo un diseño básico, de alcance descriptivo y correlacional, empleando una muestra constituida por 109 estudiantes universitarios pertenecientes a las escuelas profesionales de Ingeniería Agroindustrial y Agronomía. Lo hallado reveló que el 57,8 % de los participantes poseía un grado de conocimiento adecuado sobre el significado de los octógonos, mientras que el 39,4 % identificaba los tipos de advertencias publicitarias vigentes en el contexto peruano. Asimismo,

el 63,3 % reconoció que la presencia de estos sellos incentiva la adquisición de productos con mejores perfiles nutricionales. En cuanto a la comprensión integral, el 47,7 % manifestó conocer las implicancias del consumo de productos procesados; por otro lado, el 66,1 % valoró el mensaje del octógono y el 66 % lo integró como un factor determinante en su decisión de compra. El análisis estadístico confirmó la relación de lo planteado con las variables ($p < 0,05$). En síntesis, concluye que los octógonos de advertencia ejercen una influencia determinante al momento que deciden que comprar en la muestra universitaria, especialmente en aquellos individuos con mayor instrucción nutricional. No obstante, la especificidad de la muestra restringe la generalización de estos resultados a otros segmentos del conjunto poblacional adulto.

1.3. Objetivos

1.3.1. *Objetivo general*

Determinar la relación entre los conocimientos sobre los octógonos de advertencia y la decisión de compra de alimentos industrializados en los padres de familia de la cuna jardín IEI La Pascana, 2025.

1.3.2. *Objetivos específicos*

Analizar cómo se relaciona el conocimiento sobre octógonos de advertencia con la actitud hacia la compra de alimentos industrializados en los padres de familia.

Analizar cómo se relaciona el conocimiento sobre octógonos de advertencia con la norma subjetiva en la decisión de compra de alimentos industrializados en los padres de familia.

Analizar cómo se relaciona el conocimiento sobre octógonos de advertencia con el control percibido en la decisión de compra de alimentos industrializados en los padres de familia.

Analizar cómo se relaciona el conocimiento sobre octógonos de advertencia con la intención de compra de alimentos industrializados en los padres de familia.

1.4. Justificación

Se justifica en virtud de los siguientes criterios: justificación teórica, metodológico, social y práctica (Hernández y Mendoza, 2018).

En lo que respecta a la justificación teórica, dado que su propósito fundamental fue la generación de conocimiento actualizado mediante un análisis sistemático de la producción científica alojada en fuentes indexadas, artículos de alto impacto y obras especializadas. Esta contribución busca consolidarse como un referente empírico para futuras líneas de investigación, dada la escasez de estudios a nivel nacional que aborde la interacción entre el nivel cognitivo sobre los octógonos de advertencia y los mecanismos de decisión de compra de productos industrializados. En el plano metodológico, se fundamentó en el método hipotético-deductivo, orientado a la contrastación y validación de las hipótesis planteadas. Bajo este rigor científico, se ejecutaron de manera secuencial las etapas del método general de la ciencia, asegurando la coherencia y la validez estructural de todo el proceso investigativo. Asimismo, se utilizarán instrumentos previamente validados en nuestro contexto, por lo que el estudio podrá aportar al fortalecimiento de sus propiedades psicométricas en población de padres de familia.

En el ámbito social, la investigación pretende evaluar la efectividad del etiquetado con octógonos nutricionales y, a partir de ello, identificar de manera oportuna prácticas alimentarias inadecuadas en los padres de familia, a fin de implementar intervenciones rápidas y eficaces. De este modo, se busca fortalecer la toma de decisiones informadas en este grupo poblacional para prevenir padecimientos crónicos no transmisibles, lo que generaría un impacto favorable en términos de costo-beneficio para el individuo, la sociedad y el país.

En el plano práctico, esta investigación posibilita comprender el efecto de las advertencias octogonales en el proceso de elección de compra de los padres de familia, lo que podría aportar insumos relevantes para el progreso de futuras estrategias de comunicación en salud pública y programas de educación nutricional. Asimismo, los profesionales de la nutrición podrán apoyarse en los resultados para diseñar intervenciones educativas más específicas y eficaces.

1.5. Hipótesis

1.5.1. *Hipótesis general*

Existe una relación significativa entre los conocimientos sobre los octógonos de advertencia y la decisión de compra de alimentos industrializados en padres de familia de la Cuna Jardín IEI La Pascana, 2025.

1.5.2. *Hipótesis específica*

Los conocimientos conceptuales sobre los octógonos se relacionan significativamente con la decisión de compra de alimentos industrializados en los padres de familia..

El conocimiento normativo sobre el etiquetado frontal se relaciona significativamente con la decisión de compra de alimentos industrializados en los padres de familia..

El conocimiento procedimental sobre los octógonos se relaciona significativamente con la decisión de compra de alimentos industrializados en los padres de familia..

Las actitudes cognitivas hacia los octógonos se relacionan significativamente con la decisión de compra de alimentos industrializados en los padres de familia..

II. MARCO TEÓRICO

2.1. Bases teóricas sobre el tema de investigación

2.1.1. Normativa y octógonos

2.1.1.1. Legislación y normativas en el Perú. En 2013, el Parlamento del Perú sacó la Ley N.º 30021, marco normativo diseñado con el propósito fundamental de fomentar hábitos alimentarios saludables en la población pediátrica y adolescente. Esta legislación establece mecanismos de supervisión y restricción sobre las estrategias publicitarias dirigidas a menores que incentiven la ingesta de productos ultraprocesados y bebidas no alcohólicas con presencia de ácidos grasos trans, así como concentraciones elevadas de sodio, azúcares, grasas trans y saturadas. La implementación de dicha norma responde a la necesidad imperativa de mitigar la prevalencia de patologías de carácter prolongado no transmisibles relacionadas con el exceso de peso y a la acumulación excesiva de grasa en el organismo en etapas tempranas del desarrollo.

Posteriormente, el 17 de junio de 2017, se procedió a la reglamentación de dicha norma, definiendo los ámbitos de aplicación, los parámetros técnicos y las disposiciones pertinentes para la regulación y fiscalización publicitaria, además de establecer un mecanismo informativo en los envases que utiliza símbolos octogonales para advertir sobre el contenido elevado de determinados componentes. El propósito fundamental de este mecanismo radica en informar de manera preventiva al consumidor sobre las concentraciones elevadas de nutrientes críticos, tales como grasas, azúcares y sodio, aportando datos relevantes respecto a las posibles afectaciones al bienestar físico asociadas a su ingesta desmedida (MINSA, 2018). En concordancia con lo estipulado en el Reglamento aprobado por el Decreto Supremo N° 017-2017-SA, los criterios técnicos establecidos rigen tanto la composición cuantitativa de los ingredientes del producto como las formalidades específicas para la incorporación de los avisos informativos en la publicidad y presentación (véase Tabla 1 y Figura 1).

Tabla 1*Parámetros técnicos y entrada en vigor del Manual de Advertencias Publicitarias*

Parámetros técnicos	Plazo de entrada en vigencia	
	Aplicación a los 6 meses posteriores a la aprobación	Aplicación a los 39 meses posteriores a la aprobación
Nivel de sodio en alimentos sólidos	≥ 800 mg / 100 g	≥ 400 mg / 100 g
Nivel de sodio en bebidas	≥ 100 mg / 100 ml	≥ 100 mg / 100 ml
Cantidad total de azúcares en productos sólidos	≥ 22.5 g / 100 g	≥ 10 g / 100 g
Cantidad total de azúcares en bebidas	≥ 6 g / 100 ml	≥ 5 g / 100 ml
Contenido de grasas saturadas en alimentos sólidos	≥ 6 g / 100 g	≥ 4 g / 100 g
Contenido de grasas saturadas en bebidas	≥ 3 g / 100 ml	≥ 3 g / 100 ml
Presencia de grasas trans	De acuerdo con la regulación vigente	De acuerdo con la regulación vigente

Nota. Adaptado del Artículo 4 del Decreto Supremo N°017-2017-SA

Figura 1*Avisos informativos de carácter publicitario*

Nota. Extraído del Artículo 4 del Decreto Supremo N°017-2017-SA

Asimismo, el gobierno peruano promulgó la Ley N°30021 en el año 2013, debido al incremento de las ventas per cápita por día de alimentos ultraprocesados, las cuales se incrementaron en un 8.9%, de 294 a 320 Kcal; y bebidas ultra procesadas, en un 6,7%, de 114 a 121 Kcal (Meza et al., 2023). De acuerdo con esta ley, los alimentos procesados y

ultraprocesados y sus bebidas que superen los límites establecidos de nutrientes críticos deben llevar un aviso publicitario en la parte frontal en forma de octógonos de color negro (Meza et al., 2023).

En junio de 2017, se efectuó la publicación del reglamento de la “Ley de Promoción de la Alimentación Saludable”, cuyo primer artículo instituye las disposiciones y medidas imperativas para garantizar su estricta aplicación y observancia. Subsiguientemente, en el año 2018, se ratificó el Manual de Advertencias Publicitarias a través del Decreto Supremo N.º 012-2018-SA. Este instrumento normativo tiene como propósito fundamental establecer las especificaciones técnicas y los estándares de diseño para la integración de advertencias publicitarias en el rotulado, así como en los canales de difusión de productos procesados cuyas concentraciones nutricionales sobrepasen los parámetros técnicos definidos por la legislación vigente (Muñoz, 2021).

No obstante, la aplicación efectiva de los sellos gráficos de alerta nutricional en el contexto nacional se inició el 17 de junio de 2019. A partir de esta fecha, se estableció la obligatoriedad para que todos los productos alimenticios procesados y bebidas no alcohólicas que excedieran los umbrales permisibles de sodio, azúcares, grasas trans y saturadas incorporaran sellos negros de advertencia en su rotulado, garantizando así su óptima visibilidad para el consumidor (Alemán, 2024).

Después de la implementación de los octógonos en el país, se han evidenciado modificaciones en el comportamiento de los consumidores. Así lo señaló un estudio realizado por la Universidad Peruana Cayetano Heredia en 2020, el cual reportó que el 37 % de los consumidores redujo la compra de productos que presentaban estas advertencias. Este efecto fue más notorio en los hogares con niños, donde el 50 % disminuyó la adquisición de dichos productos (Alemán, 2024).

No obstante, según lo señalado en el reporte técnico elaborado por el Ministerio de Salud (MINSA, 2023) respecto a la vigilancia epidemiológica del exceso de peso corporal y de los factores asociados, desarrollado en el contexto del observatorio de nutrición y del análisis del sobrepeso y la acumulación excesiva de grasa corporal, se ha identificado una tendencia ascendente y sostenida en la prevalencia del exceso de peso a través de las distintas etapas del ciclo vital. En lo que concierne al segmento poblacional de 15 años a más, la incidencia de sobrepeso experimentó un incremento sustancial, afectando aproximadamente al 60 % de los individuos hacia el año 2022. Complementariamente, los datos revelan que la prevalencia conjunta de sobrepeso y obesidad sufrió un incremento cercano al 100 % durante el intervalo temporal que abarca desde 2007 hasta 2022 (Alemán, 2024).

Es preciso señalar que la fiscalización del etiquetado nutricional en el territorio peruano constituye una competencia compartida entre el MINSA y el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (Indecopi, 2021). En este marco institucional, el MINSA, a través de la Dirección General de Salud Ambiental e Inocuidad Alimentaria, determinó los criterios técnicos necesarios para su operatividad de los octógonos de advertencia mediante la Resolución Ministerial N° 631-2023, instrumento que actualizó los umbrales permisibles de azúcares, grasas saturadas, sodio y ácidos grasos trans en productos de naturaleza industrializada. Asimismo, dicho organismo técnico-normativo ha liderado las actividades de supervisión y fiscalización en materia sanitaria en materia de la protección ambiental vinculada a la salud y de la garantía de condiciones seguras en los productos destinados al consumo alimentario, garantizando el cumplimiento irrestricto de la normativa vigente (MINSA, s.f.).

De manera concomitante, Indecopi se constituye como la autoridad competente para garantizar la observancia de lo estipulado en los art. 8 y 10 de la precitada norma en materia publicitaria. Dicha facultad sancionadora y de control se ejerce en estricta observancia de lo

dispuesto en el Decreto Legislativo N.º 1044, normativa que regula la represión de prácticas de competencia desleal, marco jurídico que regula la transparencia y la licitud de las estrategias de mercado en beneficio del consumidor (Muñoz, 2021). En este sentido, Indecopi durante el 2021 ejerció funciones de supervisión directa en puntos de venta, inspeccionando 553 productos alimenticios, donde el 28% presentó irregularidades en el rotulado con omisión de ingredientes o información nutricional incompleta o imprecisa (Indecopi, 2021).

Además, una investigación en diversos supermercados en Lima Metropolitana reportó que el 71.4% de los productos cumplía con incluir información nutricional básica, aunque solo el 56.3% lo exhibía en formato estandarizado por 100 g/ml. (Meza et al., 2023). No obstante, solo el 19.2% de los alimentos con octógonos de grasas trans exponían su contenido real en la tabla nutricional, lo que justificó restricciones en los mecanismos de comprobación (Meza et al., 2023).

A pesar de los esfuerzos regulatorios, se visualizan desafíos en tema de fiscalización, principalmente en relación con los productos importados, donde más del 70% de los productos envasados en nuestro territorio son importados, y muchos de estos continúan empleando octógonos adhesivos, los cuales son de fácil retiro y evidencia un riesgo en la salud del consumidor al no informarle apropiadamente sobre el contenido nutricional del producto (Ccoillo, 2021).

Por todo lo expuesto, se colige que, el MINSA y las entidades reguladoras cumplen una función fundamental en la supervisión del etiquetado nutricional, asegurando el cumplimiento de la normativa y promoviendo la educación en el cliente. En este contexto, la aplicación de los octógonos de advertencia aporta de manera relevante a la disminución en la ingesta de productos que presentan elevados contenidos de nutrientes críticos, lo que representa un avance en la lucha contra las ECNT en el contexto nacional. Sin embargo, la evaluación continua de

su impacto y la adaptación de estrategias complementarias son necesarias para incrementar su efectividad a largo plazo.

2.1.1.2. Panorama en Latinoamérica sobre el etiquetado nutricional. Algunos países de Latinoamérica han ido adaptándose a la normativa del etiquetado nutricional, a continuación, se expone la cronología de estos avances (Torres, 2020):

- En el 2012, en el mes de julio, Chile admite la Ley de composición nutricional.
- En el 2013, en mayo en el Perú, se publica la Ley de alimentación saludable; en noviembre, en Ecuador, se aprueba la norma de etiquetado semáforo.
- Mientras en el 2015, en julio en México se acoge al etiquetado en las industrias.
- En el 2016, en enero en Bolivia se promulga la Ley de alimentación saludable, y para junio en Chile, se aplica el etiquetado del diseño octogonal.
- Para el 2017, en noviembre en Centroamérica se crea un proyecto para la unificación del etiquetado frontal de advertencia nutricional, y en diciembre, en Bolivia se implementó el etiquetado semáforo en los alimentos procesados.
- En el 2018, en junio en Perú, adoptó el etiquetado octogonal, y en agosto, Uruguay, también lo emplea.
- Para el 2019, en enero, en Brasil se detienen los avances sobre la normativa nutricional, sin embargo, para junio, en Argentina, proponen un proyecto de etiquetado híbrido. Y en octubre, en México, se inicia el etiquetado octogonal.
- Finalmente, en el año 2020, en Colombia elaboró una nueva propuesta de etiquetado (febrero).

Por su parte, en el contexto peruano, se han articulado diversos esfuerzos orientados a institucionalizar la obligatoriedad y la uniformidad del etiquetado nutricional. Estos intentos se manifiestan en las sucesivas propuestas de enmienda a la Ley N° 30021, las cuales no lograron alcanzar el consenso legislativo necesario para su implementación. En contraste, en diversas

naciones, entre ellas México, Colombia, Chile y Estados Unidos, así como en los países que conforman el Mercado Común del Sur (MERCOSUR) y posteriormente la Unión Europea, se establece la obligación de presentar datos sobre la composición nutricional, se constituye como un requisito imperativo y, en gran parte de estas jurisdicciones, se encuentra debidamente estandarizada bajo parámetros técnicos rigurosos (Meza et al., 2023).

2.1.1.3. Etiquetado nutricional. Las propiedades nutricionales de los productos alimenticios hacen referencia a las características relacionadas con su composición y valor nutritivo. Estas se expresan mediante declaraciones que informan si un alimento contiene, aporta o está enriquecido con determinados nutrientes, tales como proteínas, grasas, carbohidratos, vitaminas, minerales, azúcares, fibra, ácidos grasos y colesterol, entre otros. Dichas afirmaciones permiten al consumidor conocer el perfil nutricional del producto y orientar sus elecciones alimentarias en función de sus necesidades y objetivos de salud (OPS, 2017).

Para Vilugrón et al. (2022), el etiquetado nutricional es una estrategia para informar el contenido de nutrientes, así como fomentar elecciones alimentarias saludables, al mismo tiempo que reduce la ingesta de nutrientes identificados como peligrosos para la salud de las personas. Aunado a ello, este mecanismo faculta al consumidor para discernir el valor nutricional de los alimentos procesados, incidiendo directamente en su determinación de compra. Este fenómeno, a su vez, ejerce una presión regulatoria y de mercado que compele a la industria alimentaria a la reformulación técnica de sus productos, con el propósito de diversificar su oferta hacia alternativas de perfil nutricional más saludable.

Asimismo, este sistema se constituye como uno de los instrumentos de política pública fundamentales en la regulación de alimentos procesados, cuyo objetivo es la prevención de desequilibrios nutricionales de la dieta de la población. A través de este mecanismo, las etiquetas proporcionan información directa y de fácil comprensión a la población respecto a la

presencia de altas concentraciones de ciertos componentes nutricionales, entre ellos azúcares, sodio, lípidos totales, grasas saturadas y trans (OPS, 2020).

2.1.1.4. Octógonos de advertencia. Estos distintivos se constituyen como dispositivos gráficos de advertencia, diseñados específicamente para informar y alertar al consumidor sobre la presencia de componentes cuyo consumo excesivo representa un riesgo potencial para el bienestar físico de la población. En concordancia con la legislación vigente, estos octógonos deben integrarse de forma obligatoria en el rotulado de alimentos y bebidas procesadas que excedan los límites técnicos establecidos. Su propósito fundamental radica en comunicar de manera directa y visual los elementos nutricionales de riesgo. De este modo, se busca simplificar la comprensión de los datos sobre la composición nutricional compleja, facilitando una toma de decisiones consciente y saludable durante el proceso de adquisición de productos (Meza et al., 2023).

Este sistema de etiquetado ofrece información directa, que implica el uso de sellos con forma de octógonos que van acompañados de un enunciado en la cara principal del envase del producto. Este mecanismo de alerta es considerado por la población como el más aceptado para el objetivo de salud de evitar enfermedades no transmisibles y detener el aumento de la obesidad (Huayhua y Mollocondo, 2022).

Se concluye que los octógonos de advertencia al presentar un diseño octogonal se asocian universalmente con señales de peligro, esto mejora su identificación visual y favorece una comprensión más clara por parte de las personas. Este tipo de etiquetado es una estrategia empleada por entidades del sector salud que buscan informar de manera rápida, sencilla y clara a la población sobre las características nutricionales de lo que consumen, promoviendo decisiones alimentarias más saludables y reduciendo la ingesta de alimentos no saludables como los ultras procesados.

2.1.2. Conocimiento

2.1.2.1. Conocimiento. Para Huayhua y Mollocondo (2022) el conocimiento se conceptualiza como un conjunto de habilidades que tiene evidencia la persona, las cuales se obtienen mediante la observación, experiencia y educación, de manera científica o empírica. Asimismo, esta dinámica de generación de saberes se fundamenta en hechos y datos de la realidad, que se almacenan en la mente; además pueden ser influenciados por las normas establecidas por la sociedad y sirven como respaldo para el proceso de elección.

Conforme a lo indicado por Durán (2022) De acuerdo con la clasificación epistemológica, se distinguen cuatro dimensiones del saber: el conocimiento empírico, que se sustenta exclusivamente en lo vivido; el saber popular o de divulgación, adquirido mediante la interacción con medios de comunicación y eventos informativos; el conocimiento teórico, definido como un cúmulo de información que carece de comprobación fáctica; y el conocimiento científico, el cual emplea una metodología rigurosa para el descubrimiento de causas y principios fundamentales.

Mientras para Rodríguez y González (2013), el conocimiento proviene de la captación sensorial del entorno que nos rodea, proceso que evoluciona hacia la comprensión y finalmente se orienta al razonamiento lógico. Además, se puede obtener un conocimiento de manera "a priori", lo que significa que no depende de la experiencia, como se suele entender tradicionalmente. Por lo tanto, es suficiente contar con el razonamiento para alcanzarlo. De manera alternativa, el conocimiento puede lograrse "a posteriori", pero para conseguirlo es necesaria la experiencia, en la que la fase del conocimiento se integra por cuatro componentes: sujeto, objeto, operación y representación interna.

Asimismo, el conocimiento presenta un conjunto de características (Nieto y Rodríguez, 2010):

- a) Racional: se distingue por ser una actividad exclusiva del ser humano.

- b) **Objetivo:** tiene como objetivo la exploración dirigida a establecer una comprensión objetiva de los hechos; por ello, el conocimiento obtenido debe corresponder de manera precisa con el contexto observado.
- c) **Intelectual:** se define como un proceso racional que trasciende la mera experiencia sensorial al articular las experiencias sensoriales, los procesos perceptivos y las construcciones mentales para la aprehensión de la realidad. A través de esta facultad, el sujeto no solo recibe estímulos aislados, sino que organiza y procesa la información para generar conceptos abstractos y juicios lógicos sobre el objeto de estudio.
- d) **Universal:** el saber con sus características propias es válido en cualquier lugar y para cada una de las personas.
- e) **Verificable:** entendido como el saber que puede ser evaluado y confirmado mediante experimentos o razonamientos lógicos.
- f) **Sistemático:** la información se presenta de manera ordenada.
- g) **Precisión:** se centra en la exactitud, reconociendo elementos fundamentales de la realidad.
- h) **Seguridad:** debe ser sometido a procedimientos de comprobación, a fin de asegurar la confiabilidad en la obtención de dicha información.

Tenemos también el conocimiento nutricional, que se entiende como el conjunto de información que poseen las personas sobre nutrientes, guías alimentarias, efectos de los hábitos alimentarios sobre el estado de salud y la habilidad para interpretar adecuadamente los mensajes nutricionales. Parmenter y Wardle (1999) señalan que este conocimiento incluye distinguir entre conceptos fundamentales, como *alimentación* y *nutrición*, identificar creencias erróneas y comprender la relación entre determinados patrones dietéticos y la aparición de enfermedades. Asimismo, Contento (2016) destaca que una mayor educación nutricional se asocia con decisiones alimentarias más informadas y con la adopción de comportamientos

dietéticos más saludables. Sin embargo, la formación de hábitos alimentarios no depende únicamente del conocimiento; factores sociales, económicos y culturales también condicionan la selección de alimentos, especialmente en etapas en las que los individuos adquieren mayor autonomía en sus decisiones de compra y consumo (Birch & Anzman, 2010; Story et al., 2008). En conjunto, la evidencia sugiere que, si bien el conocimiento nutricional es un componente esencial para promover elecciones saludables, este interactúa con múltiples determinantes del entorno que pueden facilitar o dificultar la adopción de un patrón alimentario adecuado.

En síntesis, el conocimiento se define como la integración de conocimientos, facultades intelectuales y métodos cognitivos que una persona desarrolla a lo largo del tiempo para interpretar el entorno, afrontar diversas situaciones y orientar su conducta de manera efectiva. Específicamente en el ámbito de la nutrición, este concepto se traduce en la percepción y el dominio que poseen los individuos sobre los principios alimentarios, las funciones de los nutrientes y las implicancias fisiológicas derivadas del consumo de diversos productos.

2.1.2.2. El conocimiento sobre los octógonos de advertencia. Se refiere al conjunto de conocimientos previamente adquiridos por el consumidor en relación con la información consignada en el etiquetado del producto sobre su contenido nutricional, así como al impacto que sus componentes pueden generar en el mantenimiento de un estado nutricional saludable (Gutierrez, 2025). De esta manera, la finalidad es que la población pueda realizar elecciones informadas y disminuir el consumo de productos no saludables (MINSA, 2018).

No obstante, En numerosas ocasiones, la información consignada en el empaque no resulta clara ni fácilmente comprensible; en consecuencia, un conocimiento insuficiente o inadecuado del etiquetado puede conducir al consumidor a realizar elecciones de compra inapropiadas debido a la desinformación (Gutierrez, 2025).

Para Taillie et al. (2020), los octógonos mejoran la capacidad de las personas para identificar productos ultraprocesados, en comparación de otros tipos de etiquetados como los sistemas de colores o los valores de referencia nutricional.

Un estudio realizado por Vargas-Meza et al. (2019) halló que la mayoría de los usuarios lograron reconocer los octógonos de advertencia; sin embargo, se encontró una variabilidad en su interpretación. Este resultado indica que el conocimiento de los octógonos no solo depende de la exposición, sino también de factores cognitivos y sociodemográficos.

Cabe resaltar que el aprendizaje acerca de los octógonos de advertencia no necesariamente se traduce en comportamientos saludables. Esto se debe a que algunos consumidores, a pesar de recibir información sobre los octógonos, continúan con la intención de compra de productos no saludables, influenciados por otras variables como el sabor, el costo, las actitudes, la presión social, entre otras (Shrestha et al., 2023).

En síntesis, el conocimiento sobre los octógonos de advertencia se erige como un factor determinante que media la interacción entre el consumidor y los productos ultraprocesados. Este nivel de información no solo nutre la base cognitiva del individuo, sino que influye directamente en la configuración de la valoración que el individuo mantiene respecto al producto, de las influencias sociales presentes en su entorno y del grado de control que percibe sobre su capacidad de elección. Dicha articulación de factores psicológicos y cognitivos resulta crítica, ya que define la intención y la ejecución de la decisión de compra, repercutiendo de manera significativa en el estado nutricional y la salud integral de las personas a largo plazo.

2.1.2.3. Conocimiento sobre los octógonos de advertencia de los padres de familia. El conocimiento sobre los octógonos de advertencia en padres de familia constituye un factor clave para comprender cómo esta población interpreta y utiliza la información nutricional al momento de elegir alimentos industrializados. Los octógonos, implementados inicialmente en países latinoamericanos como Chile y Perú, son un sistema de advertencia frontal diseñado

para alertar de manera rápida y visible acerca de la elevada presencia de componentes nutricionales asociados a riesgo para la salud (Taillie et al., 2020). Su función es facilitar decisiones informadas y reducir la compra de productos con excesos críticos de componentes nutricionales vinculados al desarrollo de afecciones que no se transmiten.

El nivel de sabiduría de los padres sobre estos símbolos depende de variables como la comprensión del mensaje, la exposición previa a campañas educativas y la alfabetización nutricional (Egnell et al., 2021). Para Correa (2019) se señala que los padres suelen identificar los octógonos, pero su interpretación puede variar según su nivel educativo y la información previa que poseen sobre alimentación saludable. En el contexto familiar, este conocimiento es especialmente relevante, ya que los padres actúan como principales responsables de las decisiones alimentarias de los hijos. Por ello, una mayor comprensión de los octógonos contribuye a elecciones más conscientes y a la disminución en la ingesta de productos poco saludables en el entorno familiar.

2.1.3. Decisión de compra

2.1.3.1. Definición. Corresponde a la fase del proceso de elección del consumidor en la que este elige un producto o servicio, tras haber evaluado distintas alternativas disponibles. En otras palabras, es el momento en el que el consumidor elige entre varias opciones, fundamentándose en elementos como la necesidad, información accesible, el costo, la calidad, la marca, entre otros (Miranda et al., 2023). En el proceso de compra, el consumidor está influido por dos aspectos principales: la intención y la decisión de compra. La intención se relaciona con la percepción y las opiniones que otras personas tienen sobre el producto; cuando estas personas son cercanas al consumidor, es más probable que este elija dicho producto. La decisión de compra, en cambio, está más vinculada a factores situacionales imprevistos, como el precio o las cualidades de la mercancía (Kotler y Armstrong, 2018, p.150, 151).

En este sentido, las decisiones de compra están en constantes cambios, impulsadas por el mundo globalizado y el desarrollo social, sumado que el consumidor se caracteriza por ser un individuo complejo, con la capacidad de cambiar su decisión de compra de manera inmediata, consciente o inconscientemente. Por lo tanto, si el consumidor determina que un producto específico se ajusta a sus necesidades, la decisión de compra se efectúa. No obstante, tal decisión no es un proceso sencillo, sino que pasa por ciertas etapas, el primero a través del reconocimiento de la necesidad lo cual se traduce en la búsqueda de información (Mihajlovic et al., 2025).

La decisión de compra en alimentos industrializados se entiende como el proceso mediante el cual los consumidores, especialmente los jóvenes, seleccionan productos procesados o ultraprocesados como snacks, bebidas azucaradas, comida rápida, basándose en factores como el precio, el sabor, la influencia social, el marketing digital y el nivel de conocimiento nutricional (Estrella y Telumbre, 2024).

Se colige que la decisión de compra es un procedimiento a través el cual el consumidor evalúa y elige un producto específico a fin de satisfacer una necesidad, dicho proceso no es aleatorio, sino que conlleva una serie de fases de índole cognitiva y emocional, además involucra tanto elementos internos como condiciones externas que inciden en la adquisición de dichos alimentos.

2.1.3.2. Fases en la decisión de compra. El procedimiento de decisión de compra se realiza en cinco fases. La primera, identificación de la carencia, en la que la persona reconoce una carencia, identifica su actual situación de inconformidad y la contrasta con la condición que aspira alcanzar. La segunda, indagación de información, etapa en la que el consumidor tiende a investigar datos y puede llevar a cabo esta tarea a través de dos formas: 1) de manera pasiva, se restringe a recibir lo que observa o escucha en una publicidad, y 2) de forma activa,

busca información a través de expertos, amistades y familiares, lo cual permite que se familiarice con el producto, las marcas, sus cualidades, entre otros (Kotler y Armstrong, 2012).

La tercera, calificación de alternativas, con datos recolectados, el adquiriente efectúa un análisis de las ventajas del producto considerando las características que le despiertan mayor interés. La cuarta, la determinación de compra, fase en la que se concreta la adquisición del producto, definiéndose aspectos como la marca, el lugar, la cantidad, el momento y el método de pago. Finalmente, la quinta fase es la del comportamiento post compra, se vincula con la satisfacción o no que el producto genera, en otras palabras, si la compra cumplió con las expectativas, la persona volverá a adquirir el producto; en caso contrario; dejará de comprarlo y es probable que no lo recomiende a terceros (Kotler & Armstrong, 2012).

2.1.3.3. Factores que influyen en el proceso de decisión de compra. En 2001, Kotler nos dice que, la decisión de compra no una acción aislada, es el resultado de diferentes factores que convergen entre sí, tenemos:

- A. Factores culturales.** El más influyente en la conducta del consumidor, como parte de su cultura, los valores, preferencia y conducta social; parte de la subcultura y clase social.
- B. Factores sociales.** Tenemos de forma influyente a las amistades o grupo social, familia y funciones cotidianas.
- C. Factores personales.** Esta más desarrollado a características intrínsecas como: edad, ocupación, estilo de vida e incluso personalidad.
- D. Factores psicológicos.** Esto se ve en el aspecto de motivación, como necesidades suficientemente fuertes para inducir a comprar; la percepción, que según nuestros sentidos se puede procesar como atención, distorsión o retención selectiva; el aprendizaje, como producto a la estimulación de su propia experiencia; por último, las creencias y aptitudes adquiridas en el aprendizaje.

2.1.3.4. Teoría del comportamiento planificado (TCP). Fue propuesto por Ajzen en 1991, y sostiene que las conductas relevantes de los individuos son de carácter intencional; si bien pueden existir limitaciones personales o externas que dificulten su ejecución, el factor inmediato que determina el comportamiento es la intención del sujeto de llevar a cabo dicha acción.

Asimismo, esta teoría señala que la intención de efectuar una conducta (comprar un producto) depende de tres elementos principales: la predisposición personal, la influencia social percibida y el grado de control que el individuo considera tener sobre la conducta. A continuación, se describirán (Ordoñez et al., 2021):

- A. **La actitud:** Esto alude a las valoraciones favorables o desfavorables que una persona realiza respecto a una conducta concreta. Si el individuo considera que dicha acción le generará beneficios, es más probable que adopte una actitud positiva hacia ella, lo que aumenta su disposición a llevarla a cabo. Por ejemplo, si un padre de familia cree que revisar los octógonos de advertencia le ayudará a elegir alimentos más saludables para su hijo, estará más motivado a utilizarlos en sus decisiones de compra.
- B. **Las normas subjetivas:** Las normas subjetivas están relacionadas con la presión social que impulsa o desalienta la realización de una conducta determinada. Nuestro comportamiento se ve afectado por lo que creemos que otros esperan de nosotros, ya sea familia, amigos o la comunidad en general. Por ejemplo, si en un entorno escolar muchos padres comentan la importancia de revisar los octógonos de advertencia antes de comprar alimentos para sus hijos, esta presión social podría influir en que otros padres también adopten ese hábito al momento de elegir productos.
- C. **El control percibido:** Se evidencia mediante la facilidad o dificultad para manejar la compra. Es por ello por lo que cuando los consumidores carecen de tiempo o de recursos para preparar alimentos saludables, experimentan una percepción

significativa de control sobre la adquisición de productos industrializados lo que refuerza su deseo de comprarlos (Ajzen, 1991). El control conductual percibido es un elemento fundamental que diferencia a la Teoría del Comportamiento Planificado, derivada de la Teoría de la Acción Razonada. Este concepto hace alusión a la percepción que posee un individuo acerca de qué tan fácil o difícil le resultará realizar una conducta, tomando en cuenta sus experiencias previas, los posibles obstáculos y los recursos con los que cuenta.

Incluye tanto factores internos, como la confianza en la propia capacidad para ejecutar la acción, como factores externos, como la existencia de barreras o condiciones que faciliten el comportamiento. Por ejemplo, un padre de familia podría sentirse más dispuesto a revisar los octógonos de advertencia al momento de comprar alimentos si cuenta con buena iluminación en la tienda y etiquetas visibles, ya que estas condiciones facilitan su comprensión; mientras que etiquetas dañadas o mal impresas podrían actuar como barreras.

En conjunto, estos elementos afectan la intención de un individuo de realizar una conducta, la cual constituye el paso previo a su ejecución efectiva. A mayor intención, mayor probabilidad de que la conducta ocurra, siempre que el individuo perciba que tiene suficiente control para realizarla. No obstante, aunque alguien tenga una fuerte intención, debe sentirse capaz de enfrentar cualquier impedimento. Por ejemplo, aunque un padre quiera basar sus compras en los octógonos, si un producto saludable no está disponible en la tienda, podría verse obligado a postergar esa conducta.

En este sentido, si relacionamos los alimentos industrializados con la TCP, esta permite analizar cómo estos factores se traducen en creencias y percepciones que determinan la intención de compra (Monteiro et al., 2019). De acuerdo con Sogari et al. (2018), una actitud positiva hacia la conveniencia puede incrementar la intención de compra, aun cuando el consumidor esté al tanto acerca de los potenciales efectos adversos en el estado de salud.

Mientras que la norma subjetiva refleja el impacto social que se percibe, los consumidores tienen la posibilidad de adquirir productos alimenticios procesados debido a la influencia de sus amigos, familiares o la publicidad que los respalda. En situaciones donde las reglas sociales apoyan la adquisición de estos artículos, la intención de compra se eleva (Biswas & Roy, 2015).

En síntesis, la TCP permite entender cómo las personas deciden comprar alimentos industrializados al mostrar que no solo influyen variables como el precio o el sabor, sino también de factores como las creencias, las influencias sociales y la percepción de control. Es indispensable, que las intervenciones para reducir el consumo de alimentos industrializados aborden la formación en hábitos alimentarios saludables dirigida a la población desde la infancia a través de campañas de salud y con ello los consumidores mejoren sus decisiones de compras sobre estos productos.

2.1.3.5. Decisión de compra de productos alimentarios procesados por parte de los padres de familia. La elección de compra de alimentos industrializados realizada por los padres de familia constituye un proceso influido por múltiples factores individuales, familiares y contextuales. En el caso de los padres, la elección de productos alimentarios está orientada por la responsabilidad de garantizar seguridad, nutrición y bienestar para los hijos, lo que incrementa la relevancia de atributos como calidad, conveniencia, precio y valor nutritivo (Kotler & Keller, 2018).

La Teoría del Comportamiento Planificado plantea que la intención de adquirir un producto se encuentra influenciada por la disposición personal, las presiones sociales percibidas y el nivel de control que el individuo considera tener sobre su comportamiento (Ajzen, 1991). Dentro del entorno familiar, estas variables se ven moduladas por el conocimiento nutricional, la influencia de la publicidad dirigida a niños, el tiempo disponible para preparar alimentos y la accesibilidad económica. Investigaciones previas señalan que los

padres recurren a los alimentos industrializados por practicidad, pero al mismo tiempo muestran preocupación por los riesgos asociados a productos altos en azúcar, sodio o grasas (Campos et al., 2011). En este contexto, la información nutricional y los sistemas de advertencias frontales actúan como señales clave que orientan la selección hacia alternativas más saludables y seguras.

III. MÉTODO

3.1. Tipo de investigación

El diseño metodológico del estudio se estableció como no experimental con carácter descriptivo, debido a que no se realizó intervención deliberada sobre las variables de estudio, limitándose al registro de los acontecimientos en su contexto real para su evaluación posterior (Hernández y Mendoza, 2018). Complementariamente, el estudio fue de corte transversal con un alcance de naturaleza correlacional, puesto que la obtención de la información se realizó en un único periodo de tiempo y se orientó a determinar el grado de relación existente entre el nivel de conocimiento relacionado con los sellos de advertencia y la elección de compra de productos alimentarios procesados (Hernández y Mendoza, 2018).

3.2. Ámbito temporal y espacial

Se llevó a cabo durante el mes de diciembre de 2025, empleando una metodología de recolección de datos en modalidad virtual. Para tal fin, se utilizó la plataforma de gestión de encuestas Google Forms, lo cual permitió el acceso remoto y la participación de los padres de familia de la cuna jardín IEI La Pascana, institución situada en el distrito de Comas, dentro de la provincia de Lima Metropolitana.

3.3. Variables

Variable 1: Conocimiento sobre los octógonos de advertencia. Se refiere al conjunto de conocimientos previamente adquiridos por la persona que adquiere el producto respecto a los datos consignados en el rotulado del producto respecto a su contenido de nutrientes (Gutierrez, 2025).

Variable 2: Decisión de compra de alimentos industrializados. Proceso mediante el cual los consumidores, especialmente los jóvenes, seleccionan productos procesados o ultraprocesados como snacks, bebidas azucaradas, comida rápida, basándose en factores como

el precio, el sabor, la influencia social, el marketing digital y el nivel de conocimiento nutricional (Estrella y Telumbre, 2024).

3.4. Población y muestra

3.4.1. Población

La población de estudio fue integrada por 362 padres de familia de la cuna jardín IEI La Pascana del distrito de Comas.

3.4.2. Tipo de muestra

Se aplicó un procedimiento de muestreo aleatorio simple, mediante el cual se determinó un tamaño muestral n a partir de una población total N , garantizando que todas las combinaciones posibles de unidades con tamaño n presentaran la misma probabilidad de ser elegidas. Obteniéndose una muestra poblacional de 190 padres de familia de la cuna jardín IEI La Pascana.

La fórmula se expresa a continuación: Siendo la muestra aleatoria simple:

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

Dónde:

Tamaño de población:	N=	362
Error alfa:	d =	0.05
Nivel de confianza:	Z =	95%
Z de $(1 - \alpha)$:	Z $(1 - \alpha)$:=	1.960
Probabilidad de ocurrencia:	p =	0.5
Probabilidad en contra:	q =	0.5

Reemplazando en la fórmula:

$$\eta = \frac{N * Z^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q} = \frac{347.6648}{1.8629} = 190$$

3.4.3. Criterios de inclusión

- Ser padres de familia de la cuna jardín IEI La Pascana en el distrito de Comas.
- Padres que aceptaron voluntariamente participar en el llenado de la encuesta
- Padres de ambos sexos

3.4.4. Criterios de exclusión

- Progenitores que no pertenezcan a la cuna jardín IEI La Pascana.
- Padres que no acepten llenar el cuestionario y no cuenten con disponibilidad.

3.5. Instrumentos

Los instrumentos fueron evaluados mediante validación por juicio de especialistas con el propósito de asegurar su validez de contenido. se evaluaron las características psicométricas, obteniendo un coeficiente de confiabilidad de 0.89 (Alfa de Cronbach) y un índice de validez de 0.76, valores que aseguran la consistencia interna y la pertinencia de las herramientas de medición. (Anexo E)

Para evaluar el grado de conocimiento relacionado con los sellos de advertencia octogonales, se empleó como primer instrumento el cuestionario "Conocimiento de etiquetado de alimentos con octógonos". Esta herramienta técnica se estructura a partir de 12 ítems cerrados, diseñados para evaluar de forma dicotómica o mediante opciones múltiples la comprensión del consumidor sobre los parámetros nutricionales y la simbología de las advertencias publicitarias. Estos se distribuyen de manera equitativa en cuatro dimensiones de la variable Conocimiento sobre Octógonos (3 ítems por dimensión), las cuales son: conocimiento Conceptual, conocimiento Normativo, conocimiento Procedimental y Actitudes cognitivas hacia los octógonos. El tiempo de resolución estimado fue de 10 minutos. Para la medición y calificación se empleó una escala de tipo Likert de 5 opciones, cuya puntuación se asigna de 1 a 5 (1 = Nunca y 5 = Siempre). La puntuación total del instrumento varía entre un

rango de puntuación que oscila entre 0 como valor mínimo y 48 como valor máximo. Cuenta con el siguiente baremo:

Nivel de decisión de compra alto: 33 a 48.

Nivel de decisión de compra medio: 17 a 32.

Nivel de decisión de compra bajo < a 17.

El segundo instrumento utilizado para medir la elección de compra de productos industrializados es el cuestionario Decisión de compra de los alimentos industrializados con octógonos de advertencia. El cuestionario consta de 16 ítems cerrados. Estos se distribuyen en cuatro dimensiones de la variable Conocimiento sobre Octógonos (3 ítems por dimensión), las cuales son: Actitud hacia la compra, Norma subjetiva, Control percibido e Intención de compra. El tiempo de resolución estimado fue de 10 minutos. Para la medición y calificación se empleó una escala de tipo Likert de 5 opciones, donde la puntuación se asigna de 1 a 5 (1 = Nunca y 5 = Siempre). La puntuación total del instrumento varía entre un rango de puntuación que oscila entre 0 como valor mínimo y 64 como valor máximo. Cuenta con el siguiente baremo:

Nivel de conocimiento alto: 43 a 64.

Nivel de conocimiento medio: 21 a 42.

Nivel de conocimiento bajo < a 21.

El cuestionario también contó con preguntas para recolectar la información general, como: género, nivel de estudios de los hijos y grado de instrucción.

3.6. Procedimientos

Para la ejecución se articuló en etapas secuenciales, iniciando con un análisis riguroso de la producción científica disponible con el propósito de sustentar conceptualmente las variables investigadas. Consecutivamente, se procedió al levantamiento de información mediante la distribución de los enlaces de Google Forms a través de la aplicación WhatsApp, asegurando que cada participante aceptara el consentimiento informado (Anexo D) antes de

iniciar la encuesta, garantizando así la integridad ética del proceso. Tras la obtención de la información, los datos se ordenaron preliminarmente en Microsoft Excel 2019 y transferidos al software SPSS versión 27.0 con el fin de proceder a su análisis. Finalmente, se procedió a la elaboración de las tablas de resultados, su respectiva interpretación, la discusión de los hallazgos y la redacción de las conclusiones consignadas en el informe final.

3.7. Análisis de datos

La información obtenida a través de Google Forms se exportaron inicialmente a Microsoft Excel para su depuración y, posteriormente, fueron analizados mediante el programa SPSS. En la fase inicial del análisis, se aplicó la prueba de bondad de ajuste de Kolmogorov-Smirnov para determinar el comportamiento de como esta distribuido las variables. Dado que el tamaño muestral fue de 190 sujetos ($n > 50$), esta prueba resultó fundamental con la finalidad de verificar si los datos presentan una distribución normal y, a partir de ello, establecer la pertinencia de emplear métodos estadísticos paramétricos o no paramétricos en la fase correlacional. Los resultados evidenciaron una significancia $< a 0.001$, lo que indica que la variable no se distribuye normalmente; por tanto, se escogió el uso de pruebas estadísticas no paramétricas.) y así emplear los estadísticos convenientes. En segundo lugar, se utilizaron los estadísticos descriptivos a través de porcentajes y frecuencias. Finalmente, se emplearon los estadísticos inferenciales para contrastar cada hipótesis (Rho Spearman) que determinan la relación entre las variables.

3.8.Consideraciones éticas

El estudio involucró a humanos como participantes, por tal motivo se basó en cuatro principios éticos básicos: la autodeterminación, el principio de hacer el bien, la prevención del daño y la equidad (Calero, 2024):

- Autonomía: Se respetará el derecho a decidir si desean participar o no del estudio, esta no se cuestionará, sobre el porqué no quisieran ser parte de la investigación.

- Beneficencia: Se evitará todo daño a los participantes.
- No maleficencia: Los participantes no sufrirán ningún tipo de daño ya sea verbal, psicológico ni físico.
- Justicia: El trato hacia cada uno de los participantes será igual, cordial y justo.

IV. RESULTADOS

4.1 Resultados descriptivos

4.1.1. Datos sociodemográficos

El resultado final quedó integrado por 190 padres de familia pertenecientes a los niveles cuna y jardín de la IEI La Pascana, durante diciembre de 2025 y que cumplieron los criterios de elegibilidad participaron del presente trabajo de investigación. Se muestran los hallazgos obtenidos a continuación.

Tabla 2

Estadísticos descriptivos de la edad de los padres de familia

Intervalo	Frecuencia	Porcentaje
22 – 36	124	65.3%
37 – 51	65	34.2%
52 – 65	1	0.5%
Total	190	100%

Los datos analizados muestran una distribución concentrada en valores bajos, tal como se evidencia en el histograma. La mayor frecuencia de observaciones se ubica en el intervalo de 25 a 35, lo que indica una tendencia predominante hacia valores inferiores dentro del conjunto de datos. Asimismo, se observa una disminución progresiva de la frecuencia conforme aumentan los valores, evidenciando una distribución asimétrica con sesgo hacia la derecha. En los rangos superiores (por encima de 50), la frecuencia es considerablemente menor, lo que indica una baja presencia de valores altos. Cabe resaltar la presencia de un valor atípico alrededor de 65, el cual se encuentra alejado de la mayoría de los datos y podría influir ligeramente en la dispersión de la distribución.

Figura 2

Histograma de la edad.

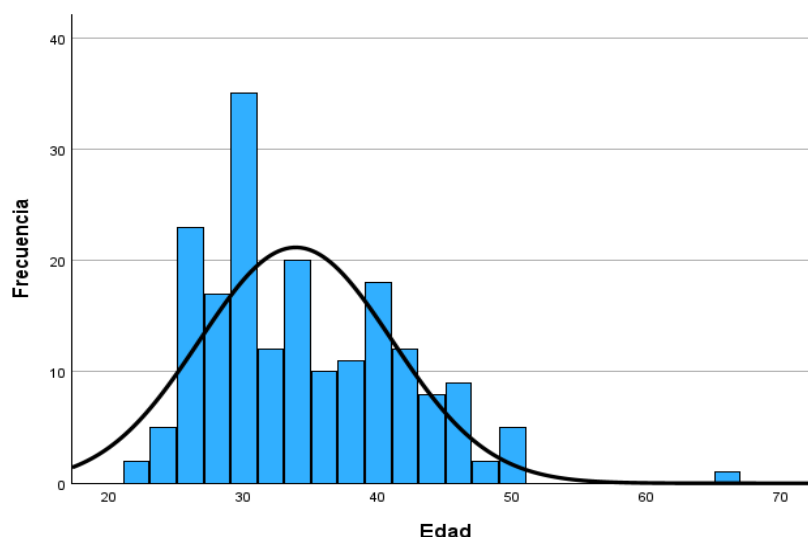


Tabla 3

Distribución por género de los padres de familia.

		f	%	% válido	% acumulado
Válido	Masculino	37	19.5	19.5	19.5
	Femenino	153	80.5	80.5	100.0
	Total	190	100.0	100.0	

En la Tabla 3 se presenta la clasificación de los participantes de acuerdo con el género. Se observa que, del total de 190 encuestados, el 80.5% ($n = 153$) corresponde al género femenino, mientras que el 19.5% ($n = 37$) pertenece al género masculino. Estos resultados evidencian una mayor participación de personas de género femenino en el estudio.

Figura 3

Gráfico de barras de género.

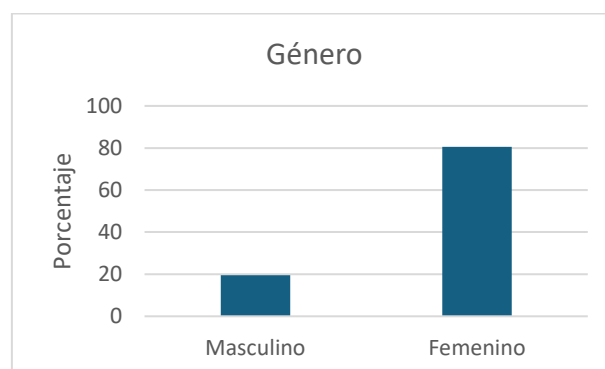


Tabla 4

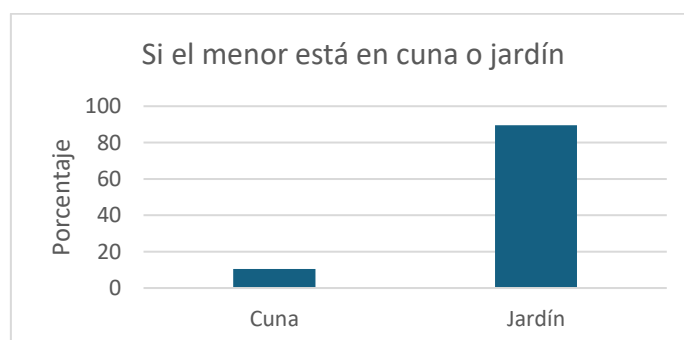
Distribución por nivel educativo de los menores hijos.

		f	%	% válido	% acumulado
Válido	Cuna	20	10.5	10.5	10.5
	Jardín	170	89.5	89.5	100.0
	Total	190	100.0	100.0	

En la Tabla 4 se muestra la distribución de los menores según el tipo de institución educativa a la que asisten. Del total de 190 menores evaluados, el 10.5% ($n = 20$) asiste a cuna, mientras que el 89.5% ($n = 170$) se encuentra en jardín. Estos resultados indican que la mayoría de los menores que participaron en el estudio asiste al nivel de educación inicial correspondiente al jardín. Esta información se representa gráficamente en la Figura 4.

Figura 4

Gráfico de barras de nivel educativo de los menores hijos.

**Tabla 5**

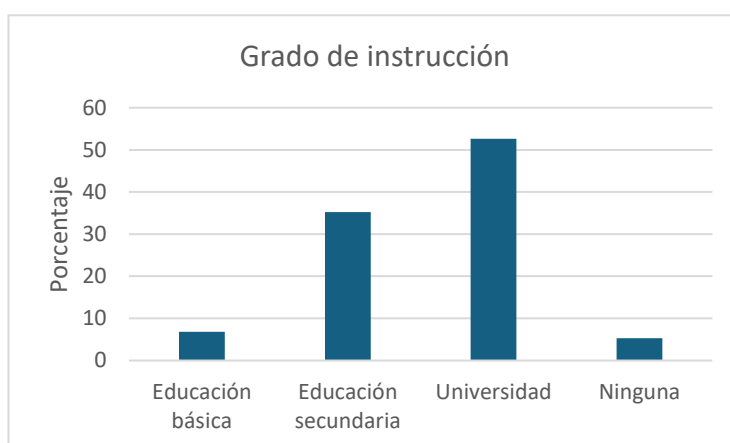
Distribución por grado de instrucción de los padres de familia.

		f	%	% válido	% acumulado
Válido	Educación básica	13	6.8	6.8	6.8
	Educación secundaria	67	35.3	35.3	42.1
	Universidad	100	52.6	52.6	94.7
	Ninguna	10	5.3	5.3	100.0
	Total	190	100.0	100.0	

La Tabla 5 muestra que la mayoría de los padres de familia cuenta con formación universitaria (52.6%), seguida de educación secundaria (35.3%). En menor proporción se encuentran quienes tienen educación básica (6.8%) o no presentan ningún grado de instrucción (5.3%).

Figura 5

Gráfico de barras de grado de instrucción.



4.1.2. Respuestas al cuestionario de conocimientos de padres de familia de la cuna jardín

IEI la pascana,

Tabla 6

Respuesta a la pregunta 1. Sé qué son los octógonos de advertencia en los envases de alimentos.

		f	%	% válido	% acumulado
Válido	nunca	4	2.1	2.1	2.1
	casi nunca	3	1.6	1.6	3.7
	a veces	25	13.2	13.2	16.8
	casi siempre	50	26.3	26.3	43.2
	siempre	108	56.8	56.8	100.0
	Total	190	100.0	100.0	

Los datos presentados en la Tabla 6 evidencian que un porcentaje predominante de los padres de familia presenta un elevado grado de comprensión acerca de los sellos octogonales de advertencia en los envases de alimentos. El 83.1% de los encuestados manifestó conocerlos

siempre o casi siempre, mientras que el 13.2% mostró un nivel intermedio de conocimiento. Solo el 3.7% evidenció bajo conocimiento.

Tabla 7

Respuesta a la pregunta 2. Conozco el objetivo principal de los octógonos de advertencia.

		f	%	% válido	% acumulado
Válido	nunca	4	2.1	2.1	2.1
	casi nunca	5	2.6	2.6	4.7
	a veces	29	15.3	15.3	20.0
	casi siempre	53	27.9	27.9	47.9
	siempre	99	52.1	52.1	100.0
	Total	190	100.0	100.0	

En esta Tabla 7 se evidencia que un 80.0% de los padres de familia presenta un alto nivel de conocimiento sobre el objetivo principal de los octógonos de advertencia, al indicar que lo conoce siempre o casi siempre. Un 15.3% evidencia un nivel intermedio de conocimiento, mientras que solo el 4.7% presenta bajo conocimiento.

Tabla 8

Respuesta a la pregunta 3. Relaciono los octógonos con riesgos para la salud.

		f	%	% válido	% acumulado
Válido	nunca	5	2.6	2.6	2.6
	casi nunca	3	1.6	1.6	4.2
	a veces	40	21.1	21.1	25.3
	casi siempre	70	36.8	36.8	62.1
	siempre	72	37.9	37.9	100.0
	Total	190	100.0	100.0	

En esta Tabla 8 se evidencia que un 74.7% de los padres de familia presenta un alto nivel de comprensión al relacionar los octógonos de advertencia con los riesgos para la salud. Un 21.1% muestra un nivel intermedio de comprensión, mientras que solo el 4.2% evidencia un bajo nivel.

Tabla 9

Respuesta a la pregunta 4. Puedo identificar fácilmente los octógonos en los empaques.

		f	%	% válido	% acumulado
Válido	nunca	6	3.2	3.2	3.2
	casi nunca	11	5.8	5.8	8.9
	a veces	27	14.2	14.2	23.2
	casi siempre	64	33.7	33.7	56.8
	siempre	82	43.2	43.2	100.0
	Total	190	100.0	100.0	

En esta Tabla 9 se evidencia que un 76.9% de los padres de familia presenta una alta capacidad para identificar los octógonos de advertencia en los empaques de alimentos. Un 14.2% evidencia un nivel intermedio de identificación, mientras que el 8.9% presenta dificultades para reconocerlos.

Tabla 10

Respuesta a la pregunta 5. Comprendo frases como “alto en azúcar” o “alto en sodio”.

		f	%	% válido	% acumulado
Válido	nunca	18	9.5	9.5	9.5
	casi nunca	16	8.4	8.4	17.9
	a veces	48	25.3	25.3	43.2
	casi siempre	52	27.4	27.4	70.5
	siempre	56	29.5	29.5	100.0
	Total	190	100.0	100.0	

En esta Tabla 10 se evidencia que un 56.9% de los padres de familia presenta un alto nivel de comprensión de las frases de advertencia nutricional como “alto en azúcar” o “alto en sodio”. Un 25.3% muestra un nivel intermedio de comprensión, mientras que un 17.9% evidencia dificultades para interpretar estos mensajes.

Tabla 11

Respuesta a la pregunta 6. Sé qué tipos de alimentos deben llevar octógonos según la norma.

		f	%	% válido	% acumulado
Válido	nunca	7	3.7	3.7	3.7
	casi nunca	13	6.8	6.8	10.5
	a veces	42	22.1	22.1	32.6

casi siempre	67	35.3	35.3	67.9
siempre	61	32.1	32.1	100.0
Total	190	100.0	100.0	

En esta Tabla 11 se evidencia que una mayoría predominante, correspondiente al 67.4% de los padres de familia, posee un elevado grado de comprensión acerca de la tipología de alimentos que, bajo el marco de la normativa vigente, deben portar los octógonos de advertencia. Por otro lado, un 22.1% de la muestra evidencia un nivel intermedio, mientras que una minoría del 10.5% presenta un bajo nivel de conocimiento sobre esta regulación.

Tabla 12

Respuesta a la pregunta 7. Conozco la existencia de la Ley N° 30021.

	f	%	% válido	% acumulado
Válido	nunca	36	18.9	18.9
	casi nunca	25	13.2	32.1
	a veces	46	24.2	56.3
	casi siempre	44	23.2	79.5
	siempre	39	20.5	100.0
	Total	190	100.0	100.0

En esta Tabla 12 se evidencia que solo el 43.7% de los padres de familia presenta un alto nivel de conocimiento sobre la existencia de la Ley N.º 30021. Un 24.2% muestra un nivel intermedio de conocimiento, mientras que un 32.1% evidencia bajo conocimiento.

Tabla 13

Respuesta a la pregunta 8. Los octógonos son una medida del Estado para proteger la salud.

	f	%	% válido	% acumulado
Válido	nunca	4	2.1	2.1
	casi nunca	13	6.8	8.9
	a veces	28	14.7	23.7
	casi siempre	61	32.1	55.8
	siempre	84	44.2	100.0
	Total	190	100.0	100.0

En esta Tabla 13 se evidencia que un 76.3% de la muestra presenta una percepción favorable de los octógonos de advertencia como una medida implementada por el Estado para la protección de la salud. Un 14.7% muestra una percepción intermedia, mientras que solo el 8.9% manifiesta una percepción desfavorable.

Tabla 14

Respuesta a la pregunta 9. Los octógonos deben ubicarse al frente del envase.

		f	%	% válido	% acumulado
Válido	nunca	7	3.7	3.7	3.7
	casi nunca	7	3.7	3.7	7.4
	a veces	32	16.8	16.8	24.2
	casi siempre	62	32.6	32.6	56.8
	siempre	82	43.2	43.2	100.0
	Total	190	100.0	100.0	

En esta Tabla 14 se evidencia que un 75.8% de la muestra presenta un alto nivel de conocimiento sobre la correcta ubicación de los octógonos de advertencia en la parte frontal del envase, conforme a la normativa vigente. Un 16.8% evidencia un nivel intermedio de conocimiento, mientras que solo el 7.4% presenta bajo conocimiento.

Tabla 15

Respuesta a la pregunta 10. Los octógonos ayudan a tomar mejores decisiones de compra.

		f	%	% válido	% acumulado
Válido	nunca	2	1.1	1.1	1.1
	casi nunca	5	2.6	2.6	3.7
	a veces	31	16.3	16.3	20.0
	casi siempre	50	26.3	26.3	46.3
	siempre	102	53.7	53.7	100.0
	Total	190	100.0	100.0	

En esta Tabla 15 se evidencia que un 80.0% de la muestra percibe que los octógonos de advertencia influyen positivamente en el proceso de elección al momento de adquirir productos. Un 16.3% presenta una percepción intermedia, mientras que solo el 3.7% manifiesta una percepción negativa.

Tabla 16

Respuesta a la pregunta 11. Los octógonos son claros y fáciles de entender.

		f	%	% válido	% acumulado
Válido	nunca	2	1.1	1.1	1.1
	casi nunca	4	2.1	2.1	3.2
	a veces	25	13.2	13.2	16.3
	casi siempre	49	25.8	25.8	42.1
	siempre	110	57.9	57.9	100.0
	Total	190	100.0	100.0	

En esta Tabla 16 se evidencia que un 83.7% de los padres de familia percibe a los octógonos de advertencia como claros y fáciles de comprender. Un 13.2% muestra una percepción intermedia, mientras que solo el 3.2% presenta dificultades en su comprensión.

4.1.3. Respuestas al cuestionario de decisión de compras de padres de familia de la cuna jardín IEI la pascana,

Tabla 17

Respuesta a la pregunta 12. Prefiero productos con menos o ningún octógono.

		f	%	% válido	% acumulado
Válido	nunca	11	5.8	5.8	5.8
	casi nunca	8	4.2	4.2	10.0
	a veces	44	23.2	23.2	33.2
	casi siempre	58	30.5	30.5	63.7
	siempre	69	36.3	36.3	100.0
	Total	190	100.0	100.0	

En esta Tabla 17 se evidencia que un 66.8% de los padres de familia presenta una preferencia favorable por productos con menor cantidad o ausencia de octógonos de advertencia. Un 23.2% evidencia una preferencia intermedia, mientras que el 10.0% manifiesta poca o nula consideración de este criterio.

Tabla 18

Respuesta a la pregunta 13. Evito productos con varios octógonos por riesgo.

		f	%	% válido	% acumulado
Válido	nunca	4	2.1	2.1	2.1
	casi nunca	8	4.2	4.2	6.3
	a veces	28	14.7	14.7	21.1
	casi siempre	55	28.9	28.9	50.0
	siempre	95	50.0	50.0	100.0
	Total	190	100.0	100.0	

En esta Tabla 18 se evidencia que un 78.9% de los padres de familia adopta una conducta preventiva al evitar productos que presentan varios octógonos de advertencia, motivados por la percepción de riesgo para la salud. Un 14.7% muestra una conducta intermedia, mientras que solo el 6.3% no considera este criterio en su elección.

Tabla 19

Respuesta a la pregunta 14. Elegir productos sin octógonos es más saludable.

		f	%	% válido	% acumulado
Válido	nunca	25	13.2	13.2	13.2
	casi nunca	35	18.4	18.4	31.6
	a veces	58	30.5	30.5	62.1
	casi siempre	37	19.5	19.5	81.6
	siempre	35	18.4	18.4	100.0
	Total	190	100.0	100.0	

En esta Tabla 19 se evidencia que un 37.9% de los padres de familia presenta una percepción favorable respecto a la afirmación de que elegir productos sin octógonos de advertencia es más saludable. Un 30.5% evidencia una percepción intermedia, mientras que un 31.6% manifiesta una percepción desfavorable.

Tabla 20

Respuesta a la pregunta 15. Me preocupan los efectos del consumo frecuente.

		f	%	% válido	% acumulado
Válido	nunca	8	4.2	4.2	4.2
	casi nunca	12	6.3	6.3	10.5

a veces	35	18.4	18.4	28.9
casi siempre	61	32.1	32.1	61.1
siempre	74	38.9	38.9	100.0
Total	190	100.0	100.0	

En esta Tabla 20 se evidencia que un 71.0% de los padres de familia presenta un alto nivel de preocupación ante los posibles efectos derivados del consumo habitual de alimentos que contienen octógonos de advertencia. Un 18.4% muestra un nivel intermedio de preocupación, mientras que solo el 10.5% manifiesta poca o nula preocupación.

Tabla 21

Respuesta a la pregunta 16. Docentes recomiendan loncheras sin octógonos.

		f	%	% válido	% acumulado
Válido	nunca	36	18.9	19.0	19.0
	casi nunca	30	15.8	15.9	34.9
	a veces	51	26.8	27.0	61.9
	casi siempre	38	20.0	20.1	82.0
	siempre	34	17.9	18.0	100.0
	Total	189	99.5	100.0	
Perdidos	Sistema	1	0.5		
Total		190	100.0		

En esta Tabla 21 se evidencia que un 38.1% de los padres de familia percibe que los docentes recomiendan con frecuencia loncheras sin octógonos de advertencia, mientras que un 27.0% identifica una recomendación ocasional. En contraste, el 34.9% señala que esta recomendación se realiza casi nunca o nunca.

Tabla 22

Respuesta a la pregunta 17. El entorno influye en mis decisiones de compra.

		f	%	% válido	% acumulado
Válido	nunca	17	8.9	8.9	8.9
	casi nunca	17	8.9	8.9	17.9
	a veces	38	20.0	20.0	37.9
	casi siempre	67	35.3	35.3	73.2
	siempre	51	26.8	26.8	100.0
	Total	190	100.0	100.0	

En esta Tabla 22 se evidencia que un 62.1% de los padres de familia reconoce una influencia frecuente del entorno social y educativo en sus decisiones de compra de alimentos. Un 20.0% percibe una influencia intermedia, mientras que el 17.8% manifiesta una baja influencia.

Tabla 23

Respuesta a la pregunta 18. Mi familia considera importante evitar octógonos.

		f	%	% válido	% acumulado
Válido	nunca	7	3.7	3.7	3.7
	casi nunca	11	5.8	5.8	9.5
	a veces	47	24.7	24.7	34.2
	casi siempre	74	38.9	38.9	73.2
	siempre	51	26.8	26.8	100.0
	Total	190	100.0	100.0	

En esta Tabla 23 se evidencia que un 65.7% de los padres de familia percibe que su entorno familiar otorga una valoración favorable a la evitación de productos con octógonos de advertencia. Un 24.7% muestra una percepción intermedia, mientras que solo el 9.5% manifiesta una baja valoración.

Tabla 24

Respuesta a la pregunta 19. Prefiero productos sin octógonos, aunque cuesten más.

		f	%	% válido	% acumulado
Válido	nunca	3	1.6	1.6	1.6
	casi nunca	8	4.2	4.2	5.8
	a veces	30	15.8	15.8	21.6
	casi siempre	54	28.4	28.4	50.0
	siempre	95	50.0	50.0	100.0
	Total	190	100.0	100.0	

En esta Tabla 24 se evidencia que un 78.4% de los padres de familia prioriza la elección de productos sin octógonos de advertencia, incluso cuando estos implican un mayor costo. Un 15.8% muestra una disposición intermedia a pagar más por este tipo de productos, mientras que solo el 5.8% manifiesta poca o nula disposición.

Tabla 25

Respuesta a la pregunta 20. Sé comparar etiquetas para elegir opciones saludables.

		f	%	% válido	% acumulado
Válido	nunca	5	2.6	2.6	2.6
	casi nunca	6	3.2	3.2	5.8
	a veces	28	14.7	14.8	20.6
	casi siempre	48	25.3	25.4	46.0
	siempre	102	53.7	54.0	100.0
	Total	189	99.5	100.0	
Perdidos	Sistema	1	0.5		
Total		190	100.0		

En esta Tabla 25 se evidencia que un 79.0% de los padres de familia presenta una adecuada habilidad para comparar etiquetas nutricionales con el fin de elegir opciones más saludables. Un 14.7% muestra un nivel intermedio de esta habilidad, mientras que solo el 5.8% evidencia limitaciones en la comparación de etiquetas.

Tabla 26

Respuesta a la pregunta 21. Tengo control para evitar productos con octógonos.

		f	%	% válido	% acumulado
Válido	nunca	3	1.6	1.6	1.6
	casi nunca	13	6.8	6.8	8.4
	a veces	47	24.7	24.7	33.2
	casi siempre	57	30.0	30.0	63.2
	siempre	70	36.8	36.8	100.0
	Total	190	100.0	100.0	

En esta Tabla 26 se evidencia que un 66.8% de los padres de familia presenta un alto nivel de control percibido para evitar el consumo de productos con octógonos de advertencia. Un 24.7% muestra un nivel intermedio de control, mientras que solo el 8.4% manifiesta dificultades para ejercerlo.

Tabla 27

Respuesta a la pregunta 22. Puedo evitarlos, aunque mi hijo los pida.

	f	%	% válido	% acumulado
--	---	---	----------	-------------

Válido	nunca	4	2.1	2.1	2.1
	casi nunca	7	3.7	3.7	5.8
	a veces	38	20.0	20.0	25.8
	casi siempre	60	31.6	31.6	57.4
	siempre	81	42.6	42.6	100.0
	Total	190	100.0	100.0	

En esta Tabla 27 se evidencia que un 74.2% de los padres de familia presenta un alto nivel de control parental para evitar la compra de productos con octógonos de advertencia, incluso cuando estos son solicitados por sus hijos. Un 20.0% muestra un nivel intermedio de control, mientras que solo el 5.8% manifiesta dificultades para ejercerlo.

Tabla 28

Respuesta a la pregunta 23. Tengo intención de disminuir su compra.

		f	%	% válido	% acumulado
Válido	nunca	5	2.6	2.6	2.6
	casi nunca	8	4.2	4.2	6.8
	a veces	33	17.4	17.4	24.2
	casi siempre	57	30.0	30.0	54.2
	siempre	87	45.8	45.8	100.0
	Total	190	100.0	100.0	

En esta Tabla 28 se evidencia que un 75.8% de los padres de familia presenta una intención clara de disminuir la compra de productos que contienen octógonos de advertencia. Un 17.4% muestra una intención intermedia, mientras que solo el 6.8% manifiesta baja o nula intención de cambio.

Tabla 29

Respuesta a la pregunta 24. Considero los octógonos antes de comprar.

		f	%	% válido	% acumulado
Válido	nunca	8	4.2	4.2	4.2
	casi nunca	6	3.2	3.2	7.4
	a veces	31	16.3	16.3	23.7
	casi siempre	55	28.9	28.9	52.6
	siempre	90	47.4	47.4	100.0
	Total	190	100.0	100.0	

En esta Tabla 29 se evidencia que un 76.3% de los padres de familia toma en cuenta con regularidad los octógonos de advertencia antes de adquirir productos alimentarios. Un 16.3% presenta un nivel intermedio de consideración, mientras que solo el 7.4% manifiesta poca o nula atención a este sistema de rotulado.

Tabla 30

Respuesta a la pregunta 25. En el futuro elegiré productos con menos advertencias.

		f	%	% válido	% acumulado
Válido	nunca	7	3.7	3.7	3.7
	casi nunca	7	3.7	3.7	7.4
	a veces	27	14.2	14.2	21.6
	casi siempre	60	31.6	31.6	53.2
	siempre	89	46.8	46.8	100.0
	Total	190	100.0	100.0	

En esta Tabla 30 se evidencia que un 78.4% de los padres de familia presenta una intención futura favorable de elegir productos con menor número de advertencias nutricionales. Un 14.2% muestra una intención intermedia, mientras que solo el 7.4% manifiesta baja intención de cambio.

Tabla 31

Respuesta a la pregunta 26. Evitar octógonos ayuda a una alimentación saludable.

		f	%	% válido	% acumulado
Válido	nunca	4	2.1	2.1	2.1
	casi nunca	8	4.2	4.2	6.3
	a veces	20	10.5	10.5	16.8
	casi siempre	54	28.4	28.4	45.3
	siempre	104	54.7	54.7	100.0
	Total	190	100.0	100.0	

En esta Tabla 31 se evidencia que un 80% de la muestra de manifiesta una valoración favorable en relación a que evitar productos con octógonos de advertencia contribuye a una alimentación saludable. Un 10.5% muestra una percepción intermedia, mientras que solo el 6.3% manifiesta una valoración desfavorable.

4.2. Relación entre el nivel de conocimientos de los octógonos de advertencia y la decisión de compra de alimentos industrializados

Tabla 32

Nivel de conocimiento de octógonos de advertencia.

	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	4	2.1
Medio	76	40.0
Alto	110	57.9
Total	190	100.0

En la tabla 32 se observa el nivel de conocimiento de los padres de familia sobre los octógonos de advertencia. Los resultados muestran que el 57.9% de los encuestados presenta un nivel alto de conocimiento, mientras que el 40.0% se ubica en un nivel medio. Por otro lado, solo el 2.1% evidencia un nivel bajo de conocimiento.

Tabla 33

Nivel de decisión de compra.

	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	10	5.3
Medio	166	87.4
Alto	14	7.4
Total	190	100.0

En la tabla 33 se observa el nivel de decisión de compra de los padres de familia frente a productos con octógonos de advertencia. Los resultados muestran que el 87.4% de los encuestados se ubica en un nivel medio de decisión de compra, mientras que el 7.4% presenta un nivel alto. Por otro lado, el 5.3% evidencia un nivel bajo..

Tabla 34

Nivel de conocimiento de octógonos según género

	Género		Total
	Masculino	Femenino	
Bajo	0	4	4

Nivel de Conocimiento de octógonos	Medio	14	62	76
	Alto	23	87	110
Total		37	153	190

En la tabla 34 se observa la distribución del nivel de conocimiento de los octógonos de advertencia según el género de los padres de familia. En el grupo masculino, de un total de 37 participantes, el 62.2% (23) presenta un nivel alto de conocimiento, mientras que el 37.8% (14) se ubica en un nivel medio, no registrándose casos en el nivel bajo. Por su parte, en el grupo femenino, de un total de 153 participantes, el 56.9% (87) presenta un nivel alto de conocimiento, el 40.5% (62) un nivel medio, y el 2.6% (4) un nivel bajo.

Tabla 35

Nivel de decisión de compra según género

		Género		Total
		Masculino	Femenino	
Nivel de Decisión de compra	Bajo	1	9	10
	Medio	36	130	166
	Alto	0	14	14
Total		37	153	190

En la tabla 35 se observa la distribución del nivel de decisión de compra de los padres de familia según género. En el grupo masculino, de un total de 37 participantes, el 97.3% (36) se ubica en un nivel medio de decisión de compra, mientras que el 2.7% (1) presenta un nivel bajo, no registrándose casos en el nivel alto. Por su parte, en el grupo femenino, de un total de 153 participantes, el 85.0% (130) presenta un nivel medio, el 9.2% (14) un nivel alto, y el 5.9% (9) un nivel bajo de decisión de compra.

Tabla 36

Nivel de conocimiento de octógonos según grado de instrucción

		Grado de instrucción			Total
		Educación básica	Educación secundaria	Universidad Ninguna	

Nivel de	Bajo	0	4	0	0	4
Conocimiento	Medio	5	24	42	5	76
de octógonos	Alto	8	39	58	5	110
Total		13	67	100	10	190

En la tabla 36 se observa la distribución del nivel de conocimiento de los octógonos de advertencia según el grado de instrucción de los padres de familia. En el grupo con educación básica (13 participantes), el 61.5% (8) presenta un nivel alto de conocimiento, mientras que el 38.5% (5) se ubica en un nivel medio, sin registrarse casos en el nivel bajo. En el grupo con educación secundaria (67 participantes), el 58.2% (39) presenta un nivel alto, el 35.8% (24) un nivel medio, y el 6.0% (4) un nivel bajo de conocimiento. Por su parte, en el grupo con educación universitaria (100 participantes), el 58.0% (58) presenta un nivel alto, mientras que el 42.0% (42) se ubica en un nivel medio, sin registrarse casos en el nivel bajo. Finalmente, en el grupo sin nivel de instrucción (ninguna, 10 participantes), el 50.0% (5) presenta un nivel alto y el 50.0% un nivel medio, sin evidenciarse casos en el nivel bajo.

Tabla 37

Nivel de decisión de compra según grado de instrucción

		Grado de instrucción				Total
		Educación básica	Educación secundaria	Universidad	Ninguna	
Nivel de Decisión de compra	Bajo	2	6	1	1	10
	Medio	10	54	93	9	166
	Alto	1	7	6	0	14
Total		13	67	100	10	190

En la tabla 37 se observa la distribución del nivel de decisión de compra de los padres de familia según su grado de instrucción. En el grupo con educación básica (13 participantes), el 76.9% (10) se ubica en un nivel medio de decisión de compra, el 15.4% (2) en un nivel bajo y el 7.7% (1) en un nivel alto. En el grupo con educación secundaria (67 participantes), el 80.6% (54) presenta un nivel medio, el 10.4% (7) un nivel alto y el 9.0% (6) un nivel bajo.

Por su parte, en el grupo con educación universitaria (100 participantes), el 93.0% (93) se ubica en un nivel medio, el 6.0% (6) en un nivel alto y el 1.0% (1) en un nivel bajo. Finalmente, en el grupo sin grado de instrucción (ninguna, 10 participantes), el 90.0% (9) presenta un nivel medio y el 10.0% (1) un nivel bajo, sin registrarse casos en el nivel alto.

Tabla 38

Nivel de conocimiento de octógonos según si el menor está en cuna o jardín

		Si el menor está en cuna o jardín		Total
		Cuna	Jardín	
Nivel de Conocimiento de octógonos	Bajo	1	3	4
	Medio	11	65	76
	Alto	8	102	110
Total		20	170	190

En la tabla 38 se observa la distribución del nivel de conocimiento de los octógonos de advertencia según el nivel educativo del menor (cuna o jardín). En el grupo de padres con niños en cuna (20 participantes), el 55.0% (11) presenta un nivel medio de conocimiento, el 40.0% (8) un nivel alto y el 5.0% (1) un nivel bajo. Por su parte, en el grupo de padres con niños en jardín (170 participantes), el 60.0% (102) presenta un nivel alto de conocimiento, el 38.2% (65) un nivel medio, y el 1.8% (3) un nivel bajo.

Tabla 39

Nivel de decisión de compra según si el menor está en cuna o jardín

		Si el menor está en cuna o jardín		Total
		Cuna	Jardín	
Nivel de Decisión de compra	Bajo	2	8	10
	Medio	17	149	166
	Alto	1	13	14
Total		20	170	190

En la tabla 39 se observa la distribución del nivel de decisión de compra de los padres de familia según el nivel educativo del menor (cuna o jardín). En el grupo de padres con niños

en cuna (20 participantes), el 85.0% (17) se ubica en un nivel medio de decisión de compra, el 10.0% (2) en un nivel bajo y el 5.0% (1) en un nivel alto. Por su parte, en el grupo de padres con niños en jardín (170 participantes), el 87.6% (149) presenta un nivel medio, el 7.6% (13) un nivel alto y el 4.7% (8) un nivel bajo de decisión de compra.

4.3. Prueba de Hipótesis

(H1): A partir de los análisis estadísticos realizados, se confirma que no existe una relación significativa entre el nivel de conocimientos sobre los octógonos de advertencia y la decisión de compra de alimentos industrializados en los padres de familia de la IEI La Pascana durante el año 2025. Los hallazgos sugieren que, a mayor dominio de la información nutricional y normativa de los sellos, la intención y el comportamiento de compra tienden a orientarse hacia elecciones más saludables o a la restricción de productos con advertencias.

Nivel de significancia:

$\alpha = 0.05$, lo que equivale a un margen máximo de error del 5%.

Regla de decisión:

Si $p > 0.05$, se mantiene la hipótesis nula (H_0).

Si $p < 0.05$, se descarta la hipótesis nula (H_0).

Prueba estadística: Rho de Spearman

Se emplea el estadístico no paramétrico Rho de Spearman debido a que se analizan variables expresadas en valores numéricos y evidencian una distribución no normal según la prueba de ajuste de bondad Kolmogorov Smirnov ($n > 50$), tal como se muestra a continuación.

Tabla 40

Prueba de bondad de ajuste de Kolmogorov-Smirnov, aplicada a las variables sociodemográficas y a las dimensiones del estudio

Prueba de Kolmogorov-Smirnov

		Género	Si el menor está en cuna o jardín	Grado de instrucción	Edad	Conocimiento conceptual	Conocimiento procedimental	Conocimiento normativo	Actitudes cognitivas	Conocimientos sobre los octógonos	Actitud hacia la compra	Norma subjetiva	Control percibido	Intención de compra	Decisión de compra de alimentos industrializados
N		190	190	190	190	190	190	190	190	190	190	190	190	190	190
Parámetros normales ^{ab}	Media	0.81	0.89	1.56	33.87	9.65	8.52	8.31	6.66	33.14	11.15	7.43	12.47	12.68	43.72
	Desv. Desviación	0.397	0.308	0.700	7.159	2.115	2.548	2.535	1.294	6.719	2.920	2.437	3.231	3.304	9.605
Máximas diferencias extremas	Absoluta	0.493	0.529	0.313	0.137	0.171	0.127	0.110	0.182	0.096	0.083	0.114	0.148	0.157	0.085
	Positivo	0.312	0.366	0.214	0.137	0.133	0.086	0.072	0.151	0.053	0.074	0.079	0.137	0.157	0.046
	Negativo	-0.493	-0.529	-0.313	-0.071	-0.171	-0.127	-0.110	-0.182	-0.096	-0.083	-0.114	-0.148	-0.145	-0.085
Estadístico de prueba		0.493	0.529	0.313	0.137	0.171	0.127	0.110	0.182	0.096	0.083	0.114	0.148	0.157	0.085
Sig. asin. (bilateral) ^c		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.003	0.000	0.000	0.000	0.002
Sig. Monte Carlo (bilateral) ^d	Sig.	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.003	0.000	0.000	0.000	0.002
	Intervalo de confianza al 99%	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.002	0.000	0.000	0.000	0.001
	Límite inferior	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.001	0.005	0.000	0.000	0.000	0.003
	Límite superior	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.001	0.005	0.000	0.000	0.000	0.003

a. La distribución de prueba es normal.

b. Se calcula a partir de datos.

c. Corrección de significación de Lilliefors.

d. El método de Lilliefors basado en las muestras 10000 Monte Carlo con la semilla de inicio 2000000.

Los resultados presentados en la Tabla 40 confirman que todas las variables analizadas exhiben valores de significancia asintótica bilateral inferiores al umbral crítico de 0.05 ($p < 0.05$). Desde una perspectiva estadística, este hallazgo determina rechazar la hipótesis nula de normalidad, lo que indica que los datos no presentan una distribución normal (distribución libre). Específicamente, las variables género, condición del menor (cuna o jardín), grado de instrucción, edad, conocimiento conceptual, conocimiento procedimental, conocimiento normativo, actitudes cognitivas, conocimientos sobre los octógonos nutricionales, predisposición frente a la compra, influencia social percibida y grado de control percibido, intención de compra y decisión de compra de alimentos industrializados presentan una distribución no normal.

Asimismo, los valores de significancia obtenidos mediante el método de Monte Carlo, con corrección de Lilliefors y un intervalo de confianza del 99 %, confirman los hallazgos de la prueba asintótica, reforzando la evidencia de no normalidad en todas las variables evaluadas. En consecuencia, debido a que no se cumple el criterio de normalidad, resulta pertinente emplear métodos estadísticos no paramétricos de las variables del estudio, tales como el coeficiente Rho de Spearman, asegurando la consistencia y credibilidad de los hallazgos.

Tabla 41

Estadístico de Rho de Spearman, para evaluar la relación entre los conocimientos sobre los octógonos de advertencia y la decisión de compra de alimentos industrializados en los padres de familia de la cuna jardín IEI La Pascana

		Conocimientos sobre los octógonos de advertencia	Decisión de compra de alimentos industrializados
Rho de Spearman	Conocimientos sobre los octógonos	Coefficiente de correlación	1.000
		Sig. (bilateral)	,559**
		N	0.000
	Decisión de compra de alimentos industrializados	Coefficiente de correlación	190
		Sig. (bilateral)	,559**
		N	1.000

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Lo detallados en la tabla confirman la hipótesis general de la investigación mediante la aplicación del coeficiente Rho de Spearman. Se observa una correlación positiva de magnitud moderada ($\rho = 0.559$) entre la variable 1 con la variable 2. Esta relación es estadísticamente significativa ($p < 0.01$) para una muestra de 190 participantes.

Tabla 42

Estadístico de Rho de Spearman, para evaluar cómo se relaciona el conocimiento sobre octógonos de advertencia con la actitud hacia la compra de alimentos industrializados en los padres de familia.

		Actitud hacia la compra	Conocimientos sobre los octógonos
Rho de Spearman	Actitud hacia la compra	Coefficiente de correlación	1.000
		Sig. (bilateral)	,555**
		N	0.000
	Conocimientos sobre los octógonos	Coefficiente de correlación	190
		Sig. (bilateral)	,555**
		N	1.000

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Lo hallado pone en evidencia una relación directa entre la disposición psicológica del consumidor y su base cognitiva. Mostrando una correlación positiva de magnitud moderada ($\rho = 0.555$) entre la actitud hacia la compra y los conocimientos sobre los octógonos nutricionales.

Estos resultados indican que, a mayor nivel de conocimientos sobre los octógonos nutricionales, se presenta una actitud más favorable hacia una compra informada.

Tabla 43

Estadístico de Rho de Spearman, para evaluar cómo se relaciona el conocimiento sobre octógonos de advertencia con la norma subjetiva en la decisión de compra de alimentos industrializados en los padres de familia.

		Conocimientos sobre los octógonos	Norma subjetiva
Rho de Spearman	Conocimientos sobre los octógonos	Coefficiente de correlación	1.000
		Sig. (bilateral)	,441**
		N	190
	Norma subjetiva	Coefficiente de correlación	,441**
		Sig. (bilateral)	0.000
		N	190

**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Los resultados detallados en el análisis estadístico confirman una correlación positiva de magnitud moderada ($\rho = 0.441$) entre el nivel de conocimientos sobre los octógonos nutricionales y la norma subjetiva de los participantes. Esta relación es significativa ($p = 0.000 < 0.01$), basada en la muestra de 190 sujetos

Los resultados confirman que conocer sobre los octógonos nutricionales actúa como un dinamizador de la norma subjetiva. En términos aplicados, esto indica que conforme los padres de familia de la IEI La Pascana poseen más información técnica sobre las advertencias, perciben con mayor intensidad la presión o expectativa social (de su entorno familiar, médico o educativo) para evitar productos ultraprocesados.

Tabla 44

Estadístico de Rho de Spearman, para evaluar cómo se relaciona el conocimiento sobre octógonos de advertencia con el control percibido en la decisión de compra de alimentos industrializados en los padres de familia.

		Conocimientos sobre los octógonos	Control percibido
Rho de Spearman	Conocimientos sobre los octógonos	Coeficiente de correlación	1.000
		Sig. (bilateral)	,474**
		N	190
	Control percibido	Coeficiente de correlación	1.000
		Sig. (bilateral)	,474**
		N	190

**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

La tabla pone en evidencia lo hallado sobre los conocimientos sobre los octógonos nutricionales y el control percibido. Los resultados evidencian una correlación positiva de magnitud moderada ($\rho = 0.474$), la cual es estadísticamente significativa ($p = 0.000 < 0.01$), con una muestra conformada por 190 participantes.

Estos resultados indican que, a mayor nivel de conocimientos sobre los octógonos nutricionales, mayor es el control percibido sobre la decisión de compra de alimentos industrializados.

Tabla 45

Estadístico de Rho de Spearman, para evaluar cómo se relaciona el conocimiento sobre octógonos de advertencia con la intención de compra de alimentos industrializados en los padres de familia.

		Conocimientos sobre los octógonos	Intención de compra
Rho de Spearman	Conocimientos sobre los octógonos	Coeficiente de correlación	1.000
		Sig. (bilateral)	,389**
		N	190

Intención de compra	Coeficiente de correlación	,389**	1.000
	Sig. (bilateral)	0.000	
	N	190	190

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

En la tabla se presentan los resultados del análisis de correlación mediante el coeficiente Rho de Spearman entre los conocimientos sobre los octógonos nutricionales y la intención de compra. Los resultados evidencian una correlación positiva de magnitud baja a moderada ($\rho = 0.389$), la cual es estadísticamente significativa ($p = 0.000 < 0.01$), considerando una muestra de 190 participantes.

Estos resultados indican que, a mayor nivel de conocimientos sobre los octógonos nutricionales, mayor es la intención de compra informada de alimentos industrializados.

V. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

En conclusión, en este estudio se cumplió satisfactoriamente con su objetivo general al determinar la relación entre los conocimientos sobre los octógonos de advertencia y la decisión de compra de alimentos industrializados en los padres de familia de la IEI La Pascana, 2025. La evidencia estadística obtenida a través del coeficiente Rho de Spearman ($\rho = 0.559$) confirma una correlación positiva de magnitud moderada y altamente significativa ($p < 0.01$). Este hallazgo valida la hipótesis general y demuestra empíricamente que el nivel de información técnica que posee el consumidor es un predictor directo de su comportamiento en el mercado: a mayor conocimiento, se genera una toma de decisiones más consciente y orientada hacia la salud.

Estos resultados coinciden con investigaciones internacionales que muestran el efecto del etiquetado nutricional frontal en la comprensión de la información y en la intención de compra. Morínigo et al. (2022) evidenciaron que estos sistemas generan un alto impacto en la población adulta, al facilitar la interpretación del contenido nutricional y alertar sobre riesgos para la salud, influyendo en la intención de modificar el consumo y en la decisión de compra. Del mismo modo, en el presente estudio, más del 80 % de los padres de familia considera que los octógonos son claros, comprensibles y útiles para tomar decisiones de compra más informadas, lo que respalda la efectividad de este sistema de advertencia en contextos reales de consumo.

Asimismo, los resultados se alinean con lo señalado por Cornejo (2017), quien evidenció que los sellos de advertencia influyen significativamente en la decisión de compra, especialmente cuando las personas que adquieren los productos perciben los productos con menos advertencias como más saludables. En la presente investigación, el 66.8 % de los padres manifestó preferir productos con menos o ningún octógono, y el 78.9 % evita aquellos que

presentan varios sellos de advertencia, evidenciando un comportamiento preventivo orientado a la protección de la salud infantil.

Por otro lado, los hallazgos presentan diferencias parciales de lo reportado por Adasme et al. (2022), quienes observaron que, pese al reconocimiento de las etiquetas de advertencia, la población universitaria no siempre adopta conductas de evasión en la compra, debido a actitudes negativas hacia las etiquetas. Esta discrepancia puede explicarse por el perfil de la muestra: mientras el estudio chileno se centra en estudiantes universitarios, la presente investigación aborda a padres de familia de niños en primera infancia, grupo que asume una mayor responsabilidad sobre la alimentación de terceros, lo que podría fortalecer la coherencia entre conocimiento y conducta de compra.

En el análisis de la discusión, resulta fundamental contrastar los hallazgos propios con la literatura previa para comprender las particularidades de la muestra estudiada. Los resultados obtenidos en la IEI La Pascana (2025) presentan una discrepancia significativa con el estudio de Huamaní (2024), quien no halló una asociación estadística entre el conocimiento de los octógonos y la decisión de compra en una población adulta general, mientras que la presente investigación analiza decisiones orientadas directamente a la alimentación infantil, donde el componente de protección y control parental adquiere mayor relevancia. Esto se evidencia en que el 74.2 % de los padres encuestados afirmó poder evitar la compra de productos con octógonos incluso cuando estos son solicitados por sus hijos.

Los hallazgos de esta investigación encuentran un sólido respaldo en la literatura científica nacional reciente, estableciendo una línea de consistencia con estudios que analizan poblaciones con perfiles similares. La coincidencia con los resultados de Baldeón y Cajas (2023) es fundamental, ya que ellos también identificaron una relación moderada y significativa en responsables de la alimentación infantil, un grupo demográfico cuya motivación de cuidado es análoga a la de los padres de la IEI La Pascana.

Asimismo, los hallazgos guardan relación con lo reportado por Arroyo (2021), quien evidenció que los consumidores con mayor conocimiento sobre los octógonos tienden a tomar decisiones de compra más saludables. En el presente estudio, esta tendencia se refleja en que el 79.0 % de los padres declara saber comparar etiquetas nutricionales, el 78.4 % está dispuesto a pagar más por productos sin octógonos y el 75.8 % manifiesta intención de disminuir la compra de alimentos con advertencias nutricionales.

Un aspecto relevante identificado en esta investigación es que, si bien el grado de conocimiento general sobre los octógonos es alto, el conocimiento normativo presenta debilidades, ya que solo el 43.7 % de los padres afirma conocer la existencia de la Ley N.º 30021. Este hallazgo sugiere que la comprensión del sistema de advertencias no siempre va acompañada del conocimiento del marco legal que lo sustenta, lo cual representa una oportunidad para fortalecer las estrategias educativas y comunicacionales dirigidas a padres de familia.

En síntesis, los hallazgos de esta investigación consolidan el conocimiento sobre los octógonos de advertencia como un determinante crítico en la configuración de la elección de adquisición de productos alimentarios procesados. El estudio revela una dinámica particular en progenitores con hijos en la primera infancia: a diferencia de la población adulta general o universitaria, este grupo demográfico transforma el conocimiento teórico en conductas de consumo saludables de manera más consistente, impulsado por el rol de protección y cuidado hacia el menor.

VI. CONCLUSIONES

- Se validó que el conocimiento técnico no se queda en una simple acumulación de información, sino que se materializa en una conducta específica en el momento de la compra, ($\rho = 0.559$; $p < 0.01$), confirmándose la hipótesis general del estudio. Esto evidencia que un nivel más elevado de conocimiento se vincula con decisiones de compra más adecuadas y orientadas a la protección de la salud infantil.
- Esta observación es fundamental, ya que identifica el mecanismo psicológico por el cual el conocimiento se convierte en acción. El nivel de conocimiento no solo aporta datos técnicos, sino que moldea directamente el sistema de creencias de los padres, quienes evalúan el riesgo nutricional en función del bienestar de sus hijos.
- Efectivamente, la aplicación de la Teoría del Comportamiento Planificado (TCP) de Icek Ajzen proporciona el marco explicativo ideal para los hallazgos en la IEI La Pascana. Esta teoría postula que la conducta no es espontánea, sino el resultado de una intención configurada por tres pilares fundamentales que se ha identificado en la muestra.
- Aun cuando los padres reconocen el significado de los octógonos, factores externos como las preferencias del niño y las limitaciones económicas pueden reducir su resultado al momento de decidir que comprar.
- Los octógonos de advertencia constituyen una herramienta informativa relevante, pero su impacto en la compra es moderado y depende de la interacción entre conocimiento, intención y control percibido, tal como lo plantea la Teoría del Comportamiento Planificado.

VII. RECOMENDACIONES

- Desarrollar campañas educativas dirigidas a padres de familia que expliquen el significado de los octógonos y los riesgos asociados, fomentando una actitud favorable hacia la elección de productos más saludables.
- Fomentar la participación del entorno social y educativo (docentes, familia y comunidad) para fortalecer la norma subjetiva que motive decisiones de compra saludables.
- Desarrollar estrategias que faciliten el control percibido, como opciones accesibles y económicas de alimentos saludables, para que los padres puedan ejercer la intención de compra sin barreras externas.
- Continuar promoviendo el etiquetado claro y visible de los alimentos, asegurando que los octógonos sean comprensibles y fácilmente identificables para todos los padres de familia.

VIII. REFERENCIAS

- Adasme, C., Carreño, C., Aliaga, L., Schnettler, B., & Lobos, G. (2022). Factores que determinan la elección de alimentos procesados por estudiantes universitarios en el contexto de las etiquetas de advertencia nutricional. *Revista Chilena de Nutrición*, 49(5), 451–458. <https://doi.org/10.4067/S0717-75182022000500451>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Alaniz-Salinas, N., & Castillo-Montes, M. (2020). Evaluation of the front-of-package warning labels of the Chilean Food Law by adults responsible for schoolchildren in the districts of La Serena and Coquimbo. *Revista Chilena de Nutrición*, 47(5), 738–749. <https://doi.org/10.4067/S0717-75182020000500738>
- Alcaire, F., Machín, L., Curutchet, M. R., Giménez, A., & Ares, G. (2023). Parent experiences with warning labels after policy implementation in Uruguay. *Journal of Nutrition Education and Behavior*, 55(11), 823–832. <https://doi.org/10.1016/j.jneb.2023.09.002>
- Alemán, R. G. (2024, 20 de agosto). *Advertencias nutricionales en Perú: Un camino hacia la alimentación consciente*. Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa. <https://www.unsa.edu.pe/advertencias-nutricionales-en-peru-un-camino-hacia-la-alimentacion-consciente/>
- Arroyo, J. A. (2021). *Nivel de conocimiento de advertencia publicitaria y decisión de compra de alimentos etiquetados con octógono en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad Nacional de Huancavelica – 2021* [Tesis de maestría, Universidad Nacional de Huancavelica]. Repositorio Institucional de la Universidad Nacional de Huancavelica. <https://repositorio.unh.edu.pe/items/a8274ef2-2015-47ac-ac30-eb7e6d2f2d99>

- Baldeon, L. M., & Cajas, C. F. (2023). *Conocimientos sobre advertencias nutricionales y su relación con la adquisición de productos alimenticios procesados en familiares de niños escolares, Cerro de Pasco 2022* [Tesis de pregrado, Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión]. Repositorio Institucional UNDAC. <http://repositorio.undac.edu.pe/handle/undac/3342>
- Birch, L. L., & Anzman-Frasca, S. (2010). Learning to eat in an obesogenic environment: A developmental systems perspective on childhood obesity. *Child Development Perspectives*, 4(2), 138–143. <https://doi.org/10.1111/j.1750-8606.2010.00132.x>
- Biswas, A., & Roy, M. (2015). Green products: An exploratory study on the consumer behaviour in emerging economies of the East. *Journal of Cleaner Production*, 87, 463–468. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2014.09.075>
- Calero, J. M. (2024). *Conocimiento del etiquetado octogonal y consumo de alimentos ultraprocesados en adolescentes de la I.E. N.º 100, San Juan de Lurigancho, 2024* [Tesis de pregrado, Universidad Nacional Federico Villarreal]. Repositorio Institucional de la Universidad Nacional Federico Villarreal. <https://hdl.handle.net/20.500.13084/9205>
- Campos, S., Doxey, J., & Hammond, D. (2011). Nutrition labels on pre-packaged foods: A systematic review. *Public Health Nutrition*, 14(8), 1496–1506. <https://doi.org/10.1017/S1368980010003290>
- Carrasco, A. C. (2021). *Octógonos y decisión de compra en estudiantes, Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas–2020* [Tesis de pregrado, Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas]. Repositorio Institucional de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas. <https://hdl.handle.net/20.500.14077/2431>

- Ccoillo, M. (30 de junio de 2021). *El Gobierno solo exigirá octógonos impresos a productos nacionales*. Salud con lupa. <https://saludconlupa.com/noticias/el-gobierno-solo-exigira-octogonos-impresos-a-productos-nacionales/>
- Colegio de Nutricionistas del Perú. (s. f.). *Ley de alimentación saludable: Gobierno publica manual con octógonos*. <https://cnp.org.pe/ley-alimentacion-saludable-gobierno-publica-manual-octogonos/>
- Compañía Peruana de Estudios de Mercados y Opinión Pública. (febrero de 2020). *Los octógonos: Su impacto sobre el consumidor* (Market Report N.º 2). https://cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/26/mr_febrero_2_2020_oct_ok_1202.pdf
- Cornejo, C. J. (2017). *Ley de etiquetado nutricional: ¿Modifican la conducta del consumidor?* [Tesis de maestría, Universidad de Chile]. Repositorio Académico de la Universidad de Chile. <https://repositorio.uchile.cl/handle/2250/145826>
- Contento, I. R. (2008). Nutrition education: Linking research, theory, and practice. *Asia Pacific Journal of Clinical Nutrition*, 17(Suppl. 1), 176–179. <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/18296331/>
- Contreras-Manzano, A., White, C. M., Nieto, C., Quevedo, K. L., Vargas-Meza, J., Hammond, D., Thrasher, J. F., Barquera, S., & Jáuregui, A. (2024). Self-reported decreases in the purchases of selected unhealthy foods resulting from the implementation of warning labels in Mexican youth and adult population. *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity*, 21, Article 64. <https://doi.org/10.1186/s12966-024-01609-3>
- Correa, T., Fierro, C., Reyes, M., Dillman Carpentier, F. R., Smith Taillie, L., & Corvalán, C. (2019). Responses to the Chilean law of food labeling and advertising: Exploring knowledge, perceptions, and behaviors of mothers of young children. *International*

- Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity*, 16, Article 21.
<https://doi.org/10.1186/s12966-019-0781-x>
- Crosbie, E., Gomes, F., Olvera, J., Rincón, S., Hoeper, S., & Carriedo, A. (2022). A policy study on front-of-pack nutrition labeling in the Americas: Emerging developments and outcomes. *The Lancet Regional Health – Americas*, 18, Article 100400.
<https://doi.org/10.1016/j.lana.2022.100400>
- Decreto Supremo N.º 017-2017-SA. (2017, 17 de junio). *Decreto Supremo que aprueba el Manual de Advertencias Publicitarias en el marco de lo establecido en la Ley N.º 30021, Ley de promoción de la alimentación saludable para niños, niñas y adolescentes*. Ministerio de Salud del Perú.
<https://www.gob.pe/institucion/minsa/normas-legales/189343-017-2017-sa>
- Defensoría del Pueblo. (2018). *Informe anual 2017: Actividades y actualizaciones llevadas a cabo a lo largo del año 2017 durante el Informe N.º 07-2017-DP/AMASPPI.SP*. Defensoría del Pueblo del Perú.
- Diez-Canseco, F., Najarro, L., Caverro, V., Saavedra-Garcia, L., Smith Taillie, L., Dillman Carpentier, F. R., & Miranda, J. J. (2024). Recall, understanding, use, and impact of front-of-package warning labels on ultra-processed foods: A qualitative study with mothers of preschool children in Peru. *PLOS Global Public Health*, 4(12), e0003938.
<https://doi.org/10.1371/journal.pgph.0003938>
- Durán, M. (2022). Conocimiento y tipos de conocimiento. *Con Ciencia*, 9(17), 90–91.
<https://repository.uaeh.edu.mx/revistas/index.php/prepa3/article/view/8349/8582>
- Egnell, M., Talati, Z., Hercberg, S., Pettigrew, S., & Julia, C. (2018). Objective understanding of front-of-package nutrition labels: An international comparative experimental study across 12 countries. *Nutrients*, 10(10), Article 1542.
<https://doi.org/10.3390/nu10101542>

- Estrella, R., & Telumbre, J. (2024). Caracterización del consumo de alimentos ultraprocesados en alumnos universitarios del área de ciencias de la salud. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 8(5), 1609–1622. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i5.13633
- Gutierrez, C. (2025). *Conocimiento del etiquetado nutricional y consumo de alimentos ultraprocesados en adolescentes en una institución educativa, Perú, 2024* [Tesis de pregrado, Universidad Nacional Federico Villarreal]. Repositorio Institucional de la Universidad Nacional Federico Villarreal. <https://hdl.handle.net/20.500.13084/10836>
- Hernández-Sampieri, R., & Mendoza Torres, C. P. (2018). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw-Hill Education.
- Huamani, L. (2024). *Conocimiento sobre el etiquetado nutricional frontal octogonal en alimentos industrializados y su influencia en la decisión de compra en adultos - Independencia 2020* [Tesis de pregrado, Universidad Nacional Mayor de San Marcos].
- Huayhua, Y., & Mollocondo, E. (2020). *Nivel de conocimiento sobre las señales de advertencia, los octógonos nutricionales y su influencia en la toma de decisión de compra en padres de familia de la I.E. Pio XII, Arequipa 2020* [Tesis de pregrado, Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa]. Repositorio Institucional de la Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa. <https://hdl.handle.net/20.500.12773/18413>
- Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual. (2021, 9 de junio). *El Indecopi supervisa etiquetado de más de 500 alimentos de primera necesidad para identificar si cumple con las normas vigentes*. Gobierno del Perú. <https://www.gob.pe/institucion/indecopi/noticias/499682-el-indecopi-supervisa-etiquetado-de-mas-de-500-alimentos-de-primera-necesidad-para-identificar-si-cumple-con-las-normas-vigentes>

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Marketing* (14.^a ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of marketing* (17.^a ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15.^a ed.). Pearson Education.
- Ley N.º 30021, Ley de promoción de la alimentación saludable para niños, niñas y adolescentes. (17 de mayo de 2013). Congreso de la República del Perú.
<https://www.gob.pe/institucion/congreso-de-la-republica/normas-legales/118470-30021>
- Lozano, D. C., & Rengifo, R. A. (2022). *Impacto de la implementación del octógono nutricional en la decisión de compra de alimentos en amas de casa de la ciudad de Iquitos, 2020* [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional de la Amazonía Peruana]. Repositorio Institucional UNAP.
<https://repositorio.unapiquitos.edu.pe/items/243ab955-43bd-4860-adf2-32425d3388f7>
- Macedo, M. (2022). *Influencia del octógono como información nutricional en la decisión de compra de consumidores del supermercado Metro Tumbes 2021* [Tesis de pregrado, Universidad Nacional de Tumbes]. Repositorio Institucional UNT.
<https://repositorio.untumbes.edu.pe/items/f771fc82-d4a1-44f9-9e2c-c06384f7cd9f>
- Meza, M., Yabiku, K., Saavedra, L., & Diez, F. (2023). Declaración de información nutricional en el etiquetado de bebidas y alimentos procesados y ultraprocesados ofertados en una cadena de supermercados de Lima en el 2022. *Revista Peruana de Medicina Experimental y Salud Pública*, 40(2), 141–149.
<https://doi.org/10.17843/rpmesp.2023.402.12714>
- Mihajlovic, M., Savic, A., & Sarcevic, V. (2025). Stages in the consumer buying decision-making process. *MEST Journal*, 13(2), 166–176.
https://www.researchgate.net/publication/393707287_Stages_in_the_Consumer_Buying_Decision-Making_Process

- Ministerio de Salud. (2019, 14 de junio). *Decreto Supremo N.º 015-2019-SA*. Gobierno del Perú. <https://www.gob.pe/institucion/minsa/normas-legales/281456-015-2019-sa>
- Ministerio de Salud. (2023, 16 de agosto). *¿Mejora tu salud con una alimentación saludable recomendada por nutricionistas?* Gobierno del Perú. <https://www.gob.pe/institucion/minsa/noticias/819459-mejora-tu-salud-con-una-alimentacion-saludable-recomendada-por-nutricionistas>
- Ministerio de Salud. (2018, 21 de junio). *Aprueban Manual de Advertencias Publicitarias en el marco de lo establecido en la Ley N.º 30021, Ley de promoción de la alimentación saludable para niños, niñas y adolescentes, y su Reglamento aprobado por Decreto Supremo N.º 017-2017-SA*. Gobierno del Perú. <https://www.gob.pe/institucion/produce/normas-legales/185544-012-2018-sa>
- Ministerio de Salud. (s. f.). *Conoce las advertencias publicitarias (octógonos)*. Gobierno del Perú. <https://www.gob.pe/1066-ministerio-de-salud-conoce-las-advertencias-publicitarias-octogonos>
- Ministerio de Salud. (s. f.). *Dirección General de Salud Ambiental e Inocuidad Alimentaria (DIGESA)*. Dirección General de Salud Ambiental e Inocuidad Alimentaria. <http://www.digesa.minsa.gob.pe/institucional1/institucional.asp>
- Miranda, M., Avila, N., Garay, J., & Verastegui, C. (2023). Green marketing in the decision to purchase cosmetic products. *IBIMA Business Review*, 2023(1), 1–12. <https://doi.org/10.5171/2023.557418>
- Monteiro, C. A., Cannon, G., Moubarac, J. C., Levy, R. B., Louzada, M. L. C., & Jaime, P. C. (2018). The UN Decade of Nutrition, the NOVA food classification, and the trouble with ultra-processing. *Public Health Nutrition*, 21(1), 5–17. <https://doi.org/10.1017/S1368980017000234>

- Montoya, D. (2024). *Influencia de los Octógonos de Advertencia Nutricional de las etiquetas de alimentos envasados en la Decisión de Compra del Consumidor, Arequipa 2021*. [Tesis de pregrado, Universidad Católica de Santa María]. Repositorio de Tesis UCSM. <https://repositorio.ucsm.edu.pe/items/dd0b1e28-f6da-4c69-a43f-c07846b7c212>
- Morínigo, M., Mendoza, L., Báez, T., Martínez, R., & González, L. (2022). Percepción de influencia del rotulado nutricional frontal en la selección e intención de compra de alimentos envasados en una muestra representativa de adultos paraguayos. *Revista de Salud Pública del Paraguay*, 12(2), 5–12. <https://scielo.iics.una.py/pdf/rspp/v12n2/2307-3349-rspp-12-02-5.pdf>
- Muñoz, Y. (2021, 28 de agosto). *Los octógonos de la Ley 30021: ¿Publicidad o información?* Pasión por el Derecho. <https://lpderecho.pe/octogonos-ley-30021-publicidad-informacion/>
- Ordoñez, D., Calderón, J., & Padilla, L. (2021). Revisión de literatura de la teoría del comportamiento planificado en la decisión de compra de productos orgánicos. *Revista Nacional de Administración*, 12(1), 129–148. <https://doi.org/10.22458/rna.v12i1.3178>
- Organización Panamericana de la Salud. (3 de noviembre de 2017). *Comentario técnico de las implicaciones potenciales de la introducción de un sistema de advertencias al consumidor basado en “semáforo” y GDA en etiquetado frontal de alimentos procesados y bebidas no alcohólicas*. OPS. <https://www.paho.org/es/noticias/3-11-2017-comentario-tecnico-implicaciones-potenciales-introduccion-sistema-advertencias>
- Organización Panamericana de la Salud. (2020). *El etiquetado frontal como instrumento de política para prevenir enfermedades no transmisibles en la Región de las Américas*. Organización Panamericana de la Salud.

https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/53013/OPSNMHRF200033_spa.pdf?sequence=5&isAllowed=y

Organización Panamericana de la Salud. (22 de junio de 2022). *Octágonos de advertencia son el sistema de etiquetado frontal de alimentos más efectivo en Costa Rica, según estudio*. OPS. <https://www.paho.org/es/noticias/17-6-2022-octagonos-advertencia-son-sistema-etiquetado-frontal-alimentos-mas-efectivo>

Quintiliano, D., Ramires, T. G., Araneda, J. A., & Pinheiro Fernandes, A. C. (2021). Impacto de los mensajes frontales de advertencia en el patrón de compra de alimentos en Chile. *Nutrición Hospitalaria*, 38(2), 358–365. <https://www.nutricionhospitalaria.org/articles/03311/show>

Ortigueira, L., Talledo, H., & Risco, S. (2022). ¿El octógono funciona? Análisis de la efectividad de los octógonos de advertencia en los jóvenes peruanos. *Economía y Desarrollo*, 166(2), 1–30. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0252-85842022000200004&lng=es&tlng=es

Parmenter, K., & Wardle, J. (1999). Development of a general nutrition knowledge questionnaire for adults. *European Journal of Clinical Nutrition*, 53(4), 298–308. <https://doi.org/10.1038/sj.ejcn.1600726>

Recalde, A., & Meza, E. (2022). Conocimientos de la población adulta sobre etiquetado nutricional de alimentos. *Memorias del Instituto de Investigaciones en Ciencias de la Salud*, 20(3), 89–96. <https://doi.org/10.18004/mem.iics/1812-9528/2022.020.03.89>

Shrestha, A., Cullerton, K., White, K. M., Mays, J., & Sendall, M. (2023). Impact of front-of-pack nutrition labelling in consumer understanding and use across socio-economic status: A systematic review. *Appetite*, 187, Article 106587. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2023.106587>

- Sogari, G., Velez-Argumedo, C., Gómez, M. I., & Mora, C. (2018). College students and eating habits: A study using an ecological model for healthy behavior. *Nutrients*, 10(12), Article 1823. <https://doi.org/10.3390/nu10121823>
- Story, M., Kaphingst, K. M., Robinson-O'Brien, R., & Glanz, K. (2008). Creating healthy food and eating environments: Policy and environmental approaches. *Annual Review of Public Health*, 29, 253–272. <https://doi.org/10.1146/annurev.publhealth.29.020907.090926>
- Taillie, L. S., Reyes, M., Colchero, M. A., Popkin, B., & Corvalán, C. (2020). An evaluation of Chile's Law of Food Labeling and Advertising on sugar-sweetened beverage purchases from 2015 to 2017: A before-and-after study. *PLoS Medicine*, 17(2), Article e1003015. <https://doi.org/10.1371/journal.pmed.1003015>
- Torres, F. (4 de marzo de 2020). ¿Por qué solo 9 países de América Latina tienen normas para reducir la obesidad? Salud con lupa. <https://saludconlupa.com/noticias/por-que-solo-9-paises-america-latina-tienen-normas-reducir-obesidad/>
- Vargas-Meza, J., Jáuregui, A., Contreras-Manzano, A., Nieto, C., & Barquera, S. (2019). Acceptability and understanding of front-of-pack nutritional labels: An experimental study in Mexican consumers. *BMC Public Health*, 19, Article 1751. <https://doi.org/10.1186/s12889-019-8108-z>
- Vilugrón, F., Fernández, N., Letelier, J., Medina, A., & Torrejón, M. (2022). Uso del etiquetado nutricional y su asociación con la adhesión a la dieta mediterránea y el estado nutricional determinado mediante la percepción de la imagen corporal en estudiantes universitarios de Valparaíso, Chile: Un estudio transversal. *Revista Española de Nutrición Humana y Dietética*, 26(1), 41–51. <https://doi.org/10.14306/renhyd.26.1.1438>

IX. ANEXOS

ANEXO A. Matriz de consistencia.

Título: CONOCIMIENTOS SOBRE LOS OCTÓGONOS DE ADVERTENCIA Y DECISIÓN DE COMPRA DE ALIMENTOS INDUSTRIALIZADOS EN PADRES DE FAMILIA DE LA CUNA JARDÍN IEI LA PASCANA, 2025						
PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES E INDICADORES			
Problema general	Objetivo general	Hipótesis general	Variable 1: Conocimientos sobre los octógonos de advertencia			
¿Cuál es la relación entre los conocimientos sobre los octógonos de advertencia y la decisión de compra de alimentos industrializados en los padres de familia de la Cuna Jardín IEI La Pascana, 2025?	Determinar la relación entre los conocimientos sobre los octógonos de advertencia y la decisión de compra de alimentos industrializados en los padres de familia de la cuna jardín IEI La Pascana, 2025.	Existe una relación significativa entre los conocimientos sobre los octógonos de advertencia y la decisión de compra de alimentos industrializados en padres de familia de la Cuna Jardín IEI La Pascana, 2025.	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escalas y valores
			Conocimiento conceptual	- Definición de octógonos - Propósito y función - Riesgos asociados a nutrientes críticos	1-3	Escala nominal, 1=Nunca 2=Casi nunca 3=A veces 4=Casi siempre 5=Siempre
			Conocimiento procedimental	- Identificación de octógonos - Interpretación de mensajes - Reconocimiento de productos que deben llevar octógonos	4-6	
Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis específicas	Conocimiento normativo	- Ley N° 30021 - Manual de Advertencias Publicitarias - Finalidad del Estado	7-9	
¿Cómo se relaciona el conocimiento sobre octógonos de advertencia con la actitud hacia la compra de alimentos	Analizar cómo se relaciona el conocimiento sobre octógonos de advertencia con la actitud hacia la	El conocimiento sobre octógonos de advertencia se relaciona con la actitud hacia la compra de alimentos				

industrializados en los padres de familia? ¿Cómo se relaciona el conocimiento sobre octógonos de advertencia con la norma subjetiva en la decisión de compra en los padres de familia? ¿Cómo se relaciona el conocimiento sobre octógonos de advertencia con el control percibido en la decisión de compra en los padres de familia? ¿Cómo se relaciona el conocimiento sobre octógonos de advertencia con la intención de compra de alimentos industrializados en los padres de familia?	compra de alimentos industrializados en los padres de familia. Analizar cómo se relaciona el conocimiento sobre octógonos de advertencia con la norma subjetiva en la decisión de compra de alimentos industrializados en los padres de familia. Analizar cómo se relaciona el conocimiento sobre octógonos de advertencia con el control percibido en la decisión de compra de alimentos industrializados en los padres de familia.	industrializados en los padres de familia.. El conocimiento sobre octógonos de advertencia se relaciona con la norma subjetiva en la decisión de compra de alimentos industrializados en los padres de familia.. El conocimiento sobre octógonos de advertencia se relaciona con el control percibido en la decisión de compra de alimentos industrializados en los padres de familia.. El conocimiento sobre octógonos de advertencia se relaciona con la intención de compra de alimentos industrializados en los padres de familia.	Actitudes cognitivas hacia los octógonos	- Percepción de utilidad - Claridad - Confianza en la información	10-11	
	Variable 2: Decisión de compra de alimentos industrializados					
		Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escalas y valores	
		Actitud hacia la compra	- Preferencias saludables - Riesgo percibido - Evaluación costo-beneficio	1-4	Escala nominal, 1=Nunca 2=Casi nunca 3=A veces 4=Casi siempre 5=Siempre	
		Norma subjetiva	- Influencia familiar - Influencia de profesionales - Influencia del entorno	5-7		
		Control percibido	- Capacidad para evitar productos con octógonos - Limitaciones externas (precio, disponibilidad, tiempo) - Habilidad para comparar etiquetas	8-11		

	Analizar cómo se relaciona el conocimiento sobre octógonos de advertencia con la intención de compra de alimentos industrializados en los padres de familia.		Intención de compra	- Disposición a evitar productos con octógonos - - Decisión consciente - Compromiso futuro	12-15	
TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN			POBLACIÓN Y MUESTRA		ESTADÍSTICA POR UTILIZAR	
La presente investigación será de tipo descriptivo, diseño no experimental y corte transversal.			La muestra poblacional de 190 padres de familia de la cuna jardín IEI La Pascana. Cabe mencionar que el tipo de muestreo será aleatorio simple.		El trabajo utiliza estadística descriptiva (porcentajes y frecuencias) e inferencial para el contraste de las hipótesis (Rho Spearman).	

ANEXO B. Operacionalización de variables.

Título: CONOCIMIENTOS SOBRE LOS OCTÓGONOS DE ADVERTENCIA Y DECISIÓN DE COMPRA DE ALIMENTOS INDUSTRIALIZADOS EN PADRES DE FAMILIA DE LA CUNA JARDÍN IEI LA PASCANA, 2025						
Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición
Conocimientos sobre los octógonos de advertencia	Son todos los saberes obtenidos con anterioridad por el consumidor con respecto a lo implantado en el etiquetado del producto acerca de su aporte de nutrientes (Gutierrez, 2025).	Se medirá mediante la lista de cotejo de advertencias publicitarias de Arroyo (2021).	Conocimiento conceptual	- Definición de octógonos - Propósito y función - Riesgos asociados a nutrientes críticos	1-3	Nominal
			Conocimiento procedimental	- Identificación de octógonos - Interpretación de mensajes - Reconocimiento de productos que deben llevar octógonos	4-6	
			Conocimiento normativo	- Ley N° 30021 - Manual de Advertencias Publicitarias - Finalidad del Estado	7-9	
			Actitudes cognitivas hacia los octógonos	- Percepción de utilidad - Claridad - Confianza en la información	10-11	

Decisión de compra de alimentos industrializados	Proceso mediante el cual los consumidores, especialmente los jóvenes, seleccionan productos procesados o ultraprocesados como snacks, bebidas azucaradas, comida rápida, basándose en factores como el precio, el sabor, la influencia social, el marketing digital y el nivel de conocimiento nutricional (Estrella y Telumbre, 2024).	Se medirá mediante la lista de cotejo de decisión de compra de alimentos etiquetados con octógonos de Arroyo (2021).	Actitud hacia la compra	- Preferencias saludables - Riesgo percibido - Evaluación costo–beneficio	1-4	Nominal
			Norma subjetiva	- Influencia familiar - Influencia de profesionales - Influencia del entorno	5-7	
			Control percibido	- Capacidad para evitar productos con octógonos - Limitaciones externas (precio, disponibilidad, tiempo) - Habilidad para comparar etiquetas	8-11	
			Intención de compra	- Disposición a evitar productos con octógonos - Decisión consciente - Compromiso futuro	12-15	

ANEXO C. Prueba de Kolmogorov-Smirnov

			Conocimiento conceptual	Conocimiento procedimental	Conocimientos sobre los octógonos	Actitud hacia la compra	Norma subjetiva	Control percibido	Intención de compra	Decisión de compra de alimentos industrializados
N			190	190	190	190	190	190	190	190
Parámetros normales ^{a,b}	Media		9,65	8,52	33,14	11,15	7,43	12,47	12,68	43,72
	Desv. Desviación		2,115	2,548	6,719	2,920	2,437	3,231	3,304	9,605
Máximas diferencias extremas	Absoluta		,171	,127	,096	,083	,114	,148	,157	,085
	Positivo		,133	,086	,053	,074	,079	,137	,157	,046
	Negativo		-,171	-,127	-,096	-,083	-,114	-,148	-,145	-,085
Estadístico de prueba			,171	,127	,096	,083	,114	,148	,157	,085
Sig. asin. (bilateral) ^c			,000	,000	,000	,003	,000	,000	,000	,002
Sig. Monte Carlo (bilateral) ^d	Sig.		,000	,000	,000	,003	,000	,000	,000	,002
	Intervalo de confianza al 99%	Límite inferior	,000	,000	,000	,002	,000	,000	,000	,001
		Límite superior	,000	,000	,001	,005	,000	,000	,000	,003

a. La distribución de prueba es normal.

b. Se calcula a partir de datos.

c. Corrección de significación de Lilliefors.

d. El método de Lilliefors basado en las muestras 10000 Monte Carlo con la semilla de inicio 2000000.

ANEXO D. Instrumentos

CONOCIMIENTOS SOBRE LOS OCTÓGONOS DE ADVERTENCIA Y
DECISIÓN DE COMPRA DE ALIMENTOS INDUSTRIALIZADOS EN PADRES
DE FAMILIA DE LA CUNA JARDIN IEI LA PASCANA, 2025

PROPÓSITO:

Buen día participante, soy Grisell Eliceni Chavez Lujan, bachiller de la Escuela de Nutrición de la Universidad Nacional Federico Villarreal, actualmente me encuentro realizando un estudio cuyo objetivo principal es determinar la relación existente entre conocimientos sobre los octógonos de advertencia y decisión de compra de alimentos industrializados en padres de familia de la cuna jardín IEI La Pascana.

Toda la información brindada es completamente anónima. Agradezco que sus respuestas sean lo más sinceras posibles, a fin de obtener resultados fehacientes y objetivos

CONSENTIMIENTO DE USO DE RESPUESTAS

Acepto ()

No acepto ()

DATOS GENERALES:

- Género: () Femenino () Masculino
- Edad del padre/madre de familia:
- Su menor hijo/a esta en: () Cuna () Jardín
- Grado de instrucción: () Educación Básica () Educación Secundaria
() Universidad () Ninguna

INSTRUCCIONES:

Los presentes cuestionarios forman parte de un estudio orientado a identificar los conocimientos sobre advertencias nutricionales en productos alimenticios procesados y la decisión de compra, por lo que, a continuación, se le presenta un conjunto de enunciados para que usted lo lea detenidamente y luego marque con un aspa (x) según crea conveniente; tenga presente que, no existe respuestas correctas o incorrectas.

**“CONOCIMIENTO DE ETIQUETADO DE ALIMENTOS CON
OCTÓGONOS”**

Ítems	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
1. Sé qué son los octógonos de advertencia en los envases de alimentos.					
2. Conozco el objetivo principal de los octógonos de advertencia.					
3. Relaciono los octógonos con riesgos para la salud.					
4. Puedo identificar fácilmente los octógonos en los empaques de alimentos.					
5. Comprendo el significado de frases como “alto en azúcar” o “alto en sodio”.					
6. Sé qué tipos de alimentos deben llevar octógonos según la norma.					
7. Conozco que existe la Ley N° 30021 que regula el uso de octógonos.					
8. Sé que los octógonos son una medida del Estado para proteger la salud.					
9. Sé que los octógonos deben ubicarse al frente del envase.					
10. Considero que los octógonos son útiles para tomar mejores decisiones de compra.					
11. Me parecen claros y fáciles de entender.					

“DECISIÓN DE COMPRA DE ALIMENTOS INDUSTRIALIZADOS CON OCTOGONOS DE ADVERTENCIA”

Ítems	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
1. Prefiero productos con menos o ningún octógono.					
2. Evito comprar productos con varios octógonos por considerarlos riesgosos.					
3. Considero que elegir productos sin octógonos es más beneficioso para la salud.					
4. Me preocupo por los efectos del consumo frecuente de estos productos.					
5. Los docentes recomiendan loncheras sin productos con octógonos.					
6. Otros padres o personas de mi entorno afectan mis decisiones de compra.					
7. Mi familia considera importante evitar productos con octógonos.					
8. Creo que es mejor elegir productos sin octógonos, aunque cuesten más.					
9. Sé comparar etiquetas para elegir opciones más saludables.					
10. Siento que tengo control para evitar productos con octógonos.					
11. Puedo evitar comprar productos con octógonos, aunque mi hijo(a) los pida.					
12. Tengo la intención de disminuir la compra de productos con octógonos.					
13. Tomo en cuenta los octógonos antes de comprar un alimento.					
14. En el futuro elegiré productos con menos advertencias.					
15. Evitar productos con octógonos ayuda a mantener una alimentación saludable.					

ANEXO E. Validación de instrumentos

Confiabilidad: Alfa de Cronbach

INSTRUMENTO 1: “CONOCIMIENTO DE ETIQUETADO DE ALIMENTOS CON OCTÓGONOS”

ITEM PARTICIPANTE	1. Sé qué son los octógonos de advertencia en los envases de alimentos.	2. Conozco el objetivo principal de los octógonos de advertencia.	3. Relaciono los octógonos con riesgos para la salud.	4. Puedo identificar fácilmente los octógonos en los empaques de alimentos.	5. Comprendo el significado de frases como “alto en azúcar” o “alto en sodio”.	6. Sé qué tipos de alimentos deben llevar octógonos según la norma.	7. Conozco que existe la Ley 30021 que regula el uso de octógonos.	8. Sé que los octógonos son una medida del Estado para proteger la salud.	9. Sé que los octógonos deben ubicarse al frente del envase.	10. Considero que los octógonos son útiles para tomar mejores decisiones de compra.	11. Me parecen claros y fáciles de entender.	SUMA
1	2	2	3	3	4	3	2	3	3	3	2	30
2	2	3	4	3	4	3	0	1	2	2	2	26
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
4	3	3	3	3	4	4	2	3	3	3	3	34
5	4	4	4	4	4	2	1	4	4	4	4	39
6	2	1	2	2	3	3	1	2	2	2	2	22
7	4	4	4	4	4	4	0	4	4	4	4	40
8	4	3	4	4	4	4	3	4	4	2	4	40
9	3	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	39
10	3	2	4	2	4	4	3	4	2	4	4	36
VARP	0.69	0.96	0.64	0.61	0.09	0.45	2	1.01	0.76	0.76	0.81	44
												8.78

🔗 INTERPRETACIÓN

	X	Alfa de Cronbach	Confiabilidad
1.09	0.80	≥ 0.90	Excelente
		0.80 – 0.89	Muy buena
	0.87	0.70 – 0.79	Aceptable
		0.60 – 0.69	Questionable
		< 0.60	Mala

INSTRUMENTO 2: “DECISIÓN DE COMPRA DE ALIMENTOS INDUSTRIALIZADOS CON OCTOGONOS DE ADVERTENCIA”

ITEM PARTICIPANTE	1. Prefiero productos con menos o ningún octógono.	2. Evito comprar productos con varios octógonos por considerarlos riesgosos.	3. Considero que elegir productos sin octógonos es más beneficioso para la salud.	4. Me preocupo por los efectos del consumo frecuente de estos productos.	5. Los docentes recomiendan loncheras sin productos con octógonos.	6. Otros padres o personas de mi entorno afectan mis decisiones de compra.	7. Mi familia considera importante evitar productos con octógonos.	8. Creo que es mejor elegir productos sin octógonos, aunque cuesten más.	9. Sé comparar etiquetas para elegir opciones más saludables.	10. Siento que tengo control para evitar productos con octógonos.	11. Puedo evitar comprar productos con octógonos, aunque mi hijo(a) los pida.	12. Tengo la intención de disminuir la compra de productos con octógonos.	13. Tomo en cuenta los octógonos antes de comprar un alimento.	14. En el futuro elegiré productos con menos advertencias.	15. Evitar productos con octógonos ayuda a mantener una alimentación saludable.	SUMA
1	4	2	3	4	4	2	2	2	1	2	2	0	1	0	2	31
2	2	3	4	4	4	0	2	3	2	3	3	4	2	4	4	44
3	4	4	2	4	4	0	4	4	4	4	3	3	4	4	4	52
4	3	2	2	2	3	0	2	2	3	0	3	2	2	3	2	31
5	3	3	4	4	4	0	4	4	3	3	3	4	3	3	4	49
6	4	2	3	2	3	1	3	4	2	3	4	3	2	2	4	42
7	4	4	4	4	2	0	2	4	4	4	3	4	4	4	4	51
8	4	3	4	3	4	2	4	4	3	3	3	3	3	3	4	50
9	4	3	3	4	2	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	51
10	4	3	3	3	2	4	4	2	3	4	3	4	4	4	4	51
VARP	0.44	0.49	0.56	0.64	0.76	1.96	0.8	0.81	0.89	1.4	0.29	1.4	0.96	1.4	0.64	59.96
																13.44

🎯 INTERPRETACIÓN

Alfa de Cronbach

Confiabilidad

≥ 0.90

Excelente

0.80–0.89

Muy buena

0.70–0.79

Aceptable

0.60–0.69

Questionable

< 0.60

Mala

1.07

X
0.78

0.83

Validez: Juicio de expertos – V de Aiken

DATOS SOCIODEMOGRÁFICOS

JUEZ	J1- D. Mendez			J2- C. Muñoz			J3- I. Villacorta			J4- M. Del Castillo			J5- F. Morales			V de Aiken por ítem				Límites NC95%		Observaciones	NIVEL DE CONFIANZA DE 95%		
ITEM	P	R	C	P	R	C	P	R	C	P	R	C	P	R	C	P	R	C	PROM	Linf	Lsup		z		
Género	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1.0	1.0	1.0	1.0	0.8	1.0	n	5		
Edad del padre/madre	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1.0	1.0	1.0	1.0	0.8	1.0	k	2		
Su menor hijo/a está en	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1.0	0.8	1.0	0.9	0.7	1.0	este dato es			
Grado de instrucción	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1.0	1.0	1.0	1.0	0.8	1.0	V	Prom VAiken calculado		
																					0.8	1.0			
																								Valor mínimo aceptable	0.7
																								Valor máximo aceptable	1

INSTRUMENTO 1: "CONOCIMIENTO DE ETIQUETADO DE ALIMENTOS CON OCTÓGONOS"

JUEZ	J1- D. Mendez			J2- C. Muñoz			J3- I. Villacorta			J4- M. Del Castillo			J5- F. Morales			V de Aiken por ítem				Límites NC95%		Observaciones	NIVEL DE CONFIANZA DE 95%	
ITEM	P	R	C	P	R	C	P	R	C	P	R	C	P	R	C	P	R	C	PROM	Linf	Lsup		z	
Sé qué son los octógonos	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1.0	1.0	1.0	1.0	0.8	1.0		n	1.65
Conozco el objetivo principal	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1.0	1.0	1.0	1.0	0.8	1.0		k	5
Relaciono los octógonos	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1.0	1.0	1.0	1.0	0.8	1.0			2
Puedo identificar fácilmente	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1.0	1.0	1.0	1.0	0.8	1.0		V	Prom V Aiken calculado
Comprendo el significado	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1.0	1.0	1.0	1.0	0.8	1.0			
Sé qué tipos de alimentos	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1.0	1.0	1.0	1.0	0.8	1.0			Valor mínimo aceptable 0.7
Conozco que existe la etiqueta	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1.0	1.0	0.8	0.9	0.7	1.0	necesario		Valor máximo aceptable 1
Sé que los octógonos	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1.0	1.0	0.8	0.9	0.7	1.0	"peruano".		
Sé que los octógonos	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1.0	1.0	1.0	1.0	0.8	1.0			
Considero que los octógonos	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1.0	1.0	1.0	1.0	0.8	1.0			
Me parecen claros y fáciles	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1.0	1.0	1.0	1.0	0.8	1.0			
Confío en que los octógonos	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	0.8	0.8	1.0	0.9	0.6	1.0	no está		
																					0.8	1.0		

INSTRUMENTO 2: "DECISIÓN DE COMPRA DE ALIMENTOS INDUSTRIALIZADOS CON OCTOGONOS DE ADVERTENCIA"

JUEZ	J1 - D. Mendez			J2 - C. Muñoz			J3 - I. Villacorta			J4 - M. Del Castillo			J5 - F. Morales			V de Aiken por ítem				Límites NC95%		Observaciones	NIVEL DE CONFIANZA DE 95%	
ÍTEM	P	R	C	P	R	C	P	R	C	P	R	C	P	R	C	P	R	C	PROM	Linf	Lsup		z	
Prefiero productos con	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1.0	1.0	1.0	1.0	0.8	1.0		1.65	
Evito comprar productos	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	1.0	1.0	0.8	0.9	0.7	1.0		5	
Considero que elegir p	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1.0	1.0	1.0	1.0	0.8	1.0		2	
Me preocupa por los e	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1.0	1.0	1.0	1.0	0.8	1.0		Prom V Aiken calculado	
Los docentes recomie	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1.0	1.0	1.0	1.0	0.8	1.0			
Otros padres o person	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1.0	1.0	1.0	1.0	0.8	1.0		Valor mínimo aceptable 0.7	
Mi familia considera im	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1.0	1.0	1.0	1.0	0.8	1.0		Valor máximo aceptable 1	
Creo que es mejor ele	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1.0	1.0	1.0	1.0	0.8	1.0			
Sé comparar etiquetas	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1.0	1.0	1.0	1.0	0.8	1.0			
Me resulta fácil identif	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	0.8	0.8	0.8	0.8	0.5	0.9			
Siento que tengo contr	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1.0	1.0	1.0	1.0	0.8	1.0			
Puedo evitar comprar	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1.0	1.0	1.0	1.0	0.8	1.0			
Tengo la intención de c	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1.0	1.0	1.0	1.0	0.8	1.0			
Tomo en cuenta los oc	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1.0	1.0	1.0	1.0	0.8	1.0			
En el futuro elegiré pro	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1.0	1.0	1.0	1.0	0.8	1.0			
Evitar productos con o	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1.0	1.0	1.0	1.0	0.8	1.0			
																					0.8	1.0		