



ESPE

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO**

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

**TRABAJO DE TITULACIÓN, PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL**

**TEMA: “INFLUENCIA DEL SEMÁFORO NUTRICIONAL EN
CONSUMIDORES DE BEBIDAS ENERGIZANTES - ESTUDIANTES
DE UNIVERSIDADES PÚBLICAS DEL DISTRITO
METROPOLITANO DE QUITO”**

AUTOR: CHINCHAY SIMBA, CARLOS ANDRES

DIRECTOR: MsC. PAZ RIOFRÍO, HERNÁN PATRICIO

SANGOLQUÍ

2020



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y DE
COMERCIO

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

CERTIFICACIÓN

Certifico que el trabajo de titulación “**INFLUENCIA DEL SEMÁFORO NUTRICIONAL EN CONSUMIDORES DE BEBIDAS ENERGIZANTES – ESTUDIANTES DE UNIVERSIDADES PÚBLICAS DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO**” fue realizado por el señor **CHINCHAY SIMBA, CARLOS ANDRES** el mismo que ha sido revisado en su totalidad, analizado por la herramienta de similitud de contenido; por lo tanto cumple con los requisitos teóricos, científicos, técnicos, metodológicos y legales establecidos por la Universidades de las Fuerzas Armadas ESPE, razón por la cual me permito acreditar y autorizar para que se sustente públicamente.

Sangolquí, 12 de febrero de 2020

.....
PAZ RIOFRÍO, HERNÁN PATRICIO MÁSTER

C.C. 170668651-4



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
DE COMERCIO**

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD

Yo, **CHINCHAY SIMBA, CARLOS ANDRES**, declaro que el contenido, ideas y criterios del trabajo de titulación: "**INFLUENCIA DEL SEMÁFORO NUTRICIONAL EN CONSUMIDORES DE BEBIDAS ENERGIZANTES - ESTUDIANTES DE UNIVERSIDADES PÚBLICAS DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO**" es de mi autoría y responsabilidad, cumpliendo con los requisitos teóricos, científicos, técnicos, metodológicos y legales establecidos por la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, respetando los derechos intelectuales de terceros y referenciando las citas bibliográficas. Consecuentemente el contenido de la investigación es veraz.

Sangolquí, 12 de febrero de 2020

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Carlos Andres Simba", is written over a horizontal dotted line.

CHINCHAY SIMBA, CARLOS ANDRES

C.C:1719350140



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
DE COMERCIO**

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

AUTORIZACIÓN

Yo, *CHINCHAY SIMBA, CARLOS ANDRES* autorizo a la universidad de las Fuerzas Armadas ESPE publicar el trabajo de titulación: “*INFLUENCIA DEL SEMÁFORO NUTRICIONAL EN CONSUMIDORES DE BEBIDAS ENERGIZANTES - ESTUDIANTES DE UNIVERSIDADES PÚBLICAS DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO*” en el repositorio institucional, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi responsabilidad.

Sangolquí, 12 de febrero de 2020

CHINCHAY SIMBA, CARLOS ANDRES

C.C: 1719350140

DEDICATORIA

A Dios que quien me llenó de bendiciones, salud y personas maravillosas para poder alcanzar esta meta y demostrar que con perseverancia, fuerza y calidad se cumplen los sueños.

A mis padres Edgar y Angelita que con amor, esfuerzo y paciencia me apoyaron durante mi etapa de estudios, brindándome una palabra de aliento en los momentos buenos y malos reflejando en mi un hombre e hijo de bien.

A mis hermanos David y Miguel Ángel por brindarme el ejemplo de ser una buena persona y profesional a la vez, la responsabilidad de cumplir tus sueños y alcanzar tus metas, el amor que siempre estuvo incondicionalmente a pesar de los momentos difíciles, al enseñarme que un tropezón te hace más fuerte y debes aprender a levantarte.

A Kelly por el amor y ánimos que me brindó en la realización de este trabajo, por los buenos momentos que seguimos compartiendo juntos.

A Ecorepuestos por ser la empresa ejemplo para mi desarrollo profesional.

AGRADECIMIENTO

A Dios por permitirme alcanzar esta nueva meta, y haberme llenado de pruebas y bendiciones en los años de estudio para ser una gran profesional.

A mis padres y hermanos por su amor y apoyo incondicional que me dio la fuerza para superar cada obstáculo y cumplir mis sueños.

A mi querida Universidad por permitirme ser parte de tan prestigiosa institución y formarme como una gran profesional, a cada uno de mis maestros por impartirme su conocimiento y experiencia en las aulas de clase.

A mis directores de tesis Ing. Hernán Paz y MSc. Humberto Serrano por la paciencia con la que me guiaron para hacer posible este trabajo, porque en cada hora invertida compartió su conocimiento, experiencia, valores y ética profesional.

A mis amigos y compañeros de carrera, por cada trabajo que realizamos, por los buenos y malos momentos compartidos que dejaron una huella en mi vida universitaria, Au, Au, Au.

ÍNDICE DE CONTENIDO

| | |
|--|----------|
| CERTIFICACIÓN | i |
| AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD | ii |
| AUTORIZACIÓN..... | iii |
| DEDICATORIA | iv |
| AGRADECIMIENTO | v |
| ÍNDICE DE CONTENIDO | vi |
| ÍNDICE DE TABLAS | x |
| ÍNDICE DE FIGURAS | xi |
| Resumen | xiii |
| Planteamiento del Problema | xviii |
| Objetivos | xx |
| Hipótesis | xxi |
| CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO | 1 |
| 1.1 Las Bebidas Energizantes | 1 |
| 1.2 El comportamiento del consumidor | 5 |
| 1.3 El proceso de decisión de compra: el modelo de cinco fases | 6 |
| 1.3.1 Reconocimiento del problema..... | 6 |
| 1.3.2 Búsqueda de información | 6 |
| 1.3.3 Evaluación de alternativas | 7 |
| 1.3.4 Decisión de compra..... | 7 |
| 1.3.5 Comportamiento Post-compra..... | 7 |
| 1.4 El Semáforo Nutricional..... | 8 |
| 1.4.1 Contenido de componentes y concentraciones permitidas..... | 11 |

| | |
|---|----|
| 1.4.2 Sistema Gráfico | 12 |
| 1.5 Teorías | 13 |
| 1.5.1 Teoría conductual de aprendizaje | 13 |
| 1.5.2 Teoría económica..... | 14 |
| 1.5.3 Teoría operante..... | 15 |
| 1.5.4 Teoría del comportamiento planificado | 15 |
| 1.6 Marco Referencial | 17 |
| 1.7 Marco Conceptual..... | 27 |
| 1.7.1 Actitud hacia la conducta | 27 |
| 1.7.2 Aminoácidos..... | 28 |
| 1.7.3 Azúcares..... | 28 |
| 1.7.4 Bebida energizante..... | 28 |
| 1.7.5 Cafeína..... | 28 |
| 1.7.6 Comportamiento del consumidor..... | 29 |
| 1.7.7 Comportamiento planificado o Modelo TPB | 29 |
| 1.7.8 Comprar | 29 |
| 1.7.9 Consumidor | 29 |
| 1.7.10 Control Conductual | 29 |
| 1.7.11 Decisión | 30 |
| 1.7.12 Decisión de Compra | 30 |
| 1.7.13 Glucoronolactona | 30 |
| 1.7.14 Grasas o lípidos | 30 |
| 1.7.15 Sal | 30 |
| 1.7.16 Norma subjetiva..... | 31 |

| | |
|--|-----------|
| 1.7.17 Semáforo Nutricional | 31 |
| 1.7.18 Percepción | 31 |
| 1.7.19 Taurina..... | 31 |
| 2 CAPÍTULO II: MARCO METODOLÓGICO | 32 |
| 2.1 Introducción | 32 |
| 2.2 Tipo de metodología | 32 |
| 2.2.1 Objeto de estudio | 32 |
| 2.2.2 Enfoque de la investigación..... | 40 |
| 2.2.3 Alcance de la Investigación | 40 |
| 2.2.4 Diseño de la investigación..... | 41 |
| 2.2.5 Fuentes de información | 42 |
| 2.2.6 Instrumentos..... | 43 |
| 2.3 Definición de la Población y la Muestra..... | 43 |
| 2.3.1 Población objetivo | 43 |
| 2.3.2 Muestra | 43 |
| 2.4 Diseño de instrumentos | 46 |
| 2.4.1 Diseño de la entrevista | 46 |
| 2.4.2 Diseño de la encuesta..... | 46 |
| 2.4.3 Validación del instrumento..... | 47 |
| 2.5 Procedimiento para la recolección de datos | 48 |
| 2.5.1 Entrevistas | 48 |
| 2.5.2 Encuesta..... | 48 |
| 2.6 Trabajo de campo | 48 |
| 2.6.1 Entrevistas | 48 |

| | |
|--|-----|
| 2.6.2 Encuestas | 48 |
| 3 CAPÍTULO: III RESULTADOS | 50 |
| 3.1 Estudio cualitativo | 50 |
| 3.1.1 Análisis de datos..... | 50 |
| 3.2 Estudio cuantitativo | 52 |
| 3.2.1 Análisis de datos descriptivos | 53 |
| 3.2.2 Análisis de Resultados Bivariado..... | 79 |
| 4 CAPÍTULO IV: PROPUESTA | 85 |
| 4.1 Antecedentes | 85 |
| 4.2 Beneficios a obtener | 85 |
| 4.3 Objetivo | 86 |
| 4.4 Formulación de la propuesta..... | 86 |
| 4.5 Diseño del Manual | 86 |
| 4.6 Financiamiento para la implementación de la propuesta..... | 96 |
| 5 CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES | 97 |
| 5.1 Conclusiones | 97 |
| 5.2 Recomendaciones | 99 |
| 6 Referencias | 100 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | | |
|-----------------|--|----|
| Tabla 1 | Contenido de componentes y concentraciones permitidas. | 11 |
| Tabla 2 | Determinación de variables | 35 |
| Tabla 3 | Estratificación por universidades | 45 |
| Tabla 4 | Estratificación por niveles de semestres por cada universidad | 46 |
| Tabla 5 | Alfa de Cronbrach | 47 |
| Tabla 6 | Hallazgos de entrevistas | 50 |
| Tabla 7 | Estratificación por nivel de semestre de estudiantes encuestados | 56 |
| Tabla 8 | Proceso de compra – consumo de bebidas energizantes | 79 |
| Tabla 9 | Incidencia del semáforo nutricional - edad..... | 80 |
| Tabla 10 | Incidencia del semáforo nutricional – género | 81 |
| Tabla 11 | Proceso de compra – actividades académicas | 82 |
| Tabla 12 | Incidencia de semáforo nutricional – comunidad universitaria | 83 |
| Tabla 13 | Incidencia del semáforo nutricional - semáforo rojo | 84 |
| Tabla 14 | Presupuesto para la propuesta | 96 |

ÍNDICE DE FIGURAS

| | |
|---|------|
| Figura 1. Participación del registro de matriculados en universidades y escuelas politécnicas de tercer nivel, según tipo de financiamiento | xvi |
| Figura 2. Registro Administrativo del Sistema Nacional De Información Superior de Ecuador (SNIESE) | xvii |
| Figura 3. Planteamiento del problema..... | 19 |
| Figura 4. Etiqueta Contenido Nutricional..... | 2 |
| Figura 5. Comportamiento del Consumidor | 5 |
| Figura 6. Proceso de decisión de compra, El modelo de cinco fases | 6 |
| Figura 7. Porcentajes relativos de la etiqueta en relación al tamaño total | 12 |
| Figura 8. Categorización de alimentos procesados..... | 13 |
| Figura 9. Constructo | 33 |
| Figura 10. Consumo de bebidas energizantes | 53 |
| Figura 11. Edad de los consumidores de bebidas energizantes | 54 |
| Figura 12. Género de consumidores de bebidas energizantes | 55 |
| Figura 13. Facultad de estudiante encuestado..... | 57 |
| Figura 14. Universidad del estudiante..... | 58 |
| Figura 15. Motivo de consumo de bebidas energizantes..... | 59 |
| Figura 16. Información de bebidas energizantes | 60 |
| Figura 17. Aspectos importantes al consumir una bebida energizante | 61 |
| Figura 18. Gasto promedio de bebidas energizantes | 62 |
| Figura 19. Marca de consumo | 63 |
| Figura 20. Frecuencia de consumo..... | 64 |
| Figura 21. Lugar de compra | 65 |
| Figura 22. Satisfacción | 66 |
| Figura 23. Incidencia del semáforo nutricional en el proceso de compra de bebidas energizantes | 67 |
| Figura 24. Me agrada tomar en cuenta el semáforo nutricional en mis jornadas académicas | 68 |
| Figura 25. Resultados positivos en actividades académicas..... | 69 |

| | |
|---|----|
| Figura 26. Consumo de bebidas energizantes con alto contenido de azúcar ha disminuido | 70 |
| Figura 27. Opinión de Compañeros | 71 |
| Figura 28. Influencia de compañeros en el consumo de bebidas energizantes con bajo contenido de azúcar | 72 |
| Figura 29. Influencia de personas importantes en el consumo de bebidas energizantes con semáforo verde | 73 |
| Figura 30. Influencia de la comunidad universitaria | 74 |
| Figura 31. Consumo de bebidas energizantes con semáforo rojo | 75 |
| Figura 32. Conciencia de información de bebidas energizantes | 76 |
| Figura 33. Toma decisiones saludables | 77 |
| Figura 34. Adquisición de bebidas energizantes | 78 |
| Figura 35. Pictogramas | 88 |
| Figura 36. Pictograma A | 89 |
| Figura 37. Pictograma B | 90 |
| Figura 38. Pictograma C | 91 |
| Figura 39. Pictograma D | 92 |
| Figura 40. Pictograma E | 93 |
| Figura 41. Información sanitaria | 94 |
| Figura 42. Primer modelo piloto..... | 95 |

Resumen

El presente proyecto de estudio tiene como objetivo analizar la influencia que el semáforo nutricional ha provocado en los estudiantes de las Universidades Públicas frente a las bebidas energizantes en el momento de su decisión de compra dentro del Distrito Metropolitano de Quito, el cual ha tomado una nueva directriz a partir del tradicional sistema de etiquetado implementado en Ecuador desde el mes de noviembre de 2013 bajo el Reglamento de Etiquetado, fomentado por el Ministerio de Salud Pública, denominado “Semáforo Nutricional”. El estudio de investigación tendrá un enfoque mixto, cualitativo como cuantitativo de tipo no experimental siendo de esta manera correlacional, sus características serán mediante recolección de datos, en un momento único siendo descriptivos y causales. El plan de estudio determinará el comportamiento que poseen los estudiantes de Universidades Públicas del Distrito Metropolitano de Quito frente al Semáforo Nutricional en bebidas energizantes, la frecuencia y el porqué del consumo durante sus actividades académicas.

PALABRAS CLAVE:

- **SEMÁFORO NUTRICIONAL**
- **BEBIDAS ENERGIZANTES**
- **DECISIÓN DE COMPRA**
- **UNIVERSIDADES PÚBLICA**

ABSTRACT

The objective of this study project is to analyze the influence that the nutritional semaphore has caused on the students of the Public Universities against the energy drinks at the time of their purchase decision within the Metropolitan District of Quito, which has taken a new guideline based on the traditional labeling system implemented in Ecuador as of November 2013 under the Labeling Regulation, promoted by the Ministry of Public Health, called "Nutritional Traffic Light" The research study will have a mixed, qualitative and quantitative approach of non-experimental type being in this correlational way since its characteristics will be through data collection, in a single moment being descriptive and causal. The study plan will determine the behavior that the students of public universities of the Metropolitan District of Quito have against the nutritional semaphore in energy drinks, the frequency and the reason of the consumption during their academic activities.

KEYWORDS:

- **NUTRITIONAL SEMPHORUS**
- **ENERGY DRINKS**
- **PURCHASE DECIDMENT**
- **PUBLIC UNIVERSITIE**

INTRODUCCIÓN

Introducción

El Semáforo Nutricional en los alimentos procesados, es la información base sobre el contenido de nutrientes con los cuales se encuentran elaborados. El etiquetado nutricional contiene la información de cada alimento determinando el grado o nivel con los que son elaborados proporcionando información en tres niveles específicos como: azúcar, grasa y sal con indicadores alto, medio y bajo en la parte superior posterior del envase siendo de fácil visibilidad para el consumidor.

En el Ecuador La Ley Orgánica del Régimen de la Soberanía Alimentaria, fomenta el compromiso del estado por incentivar al consumo de alimentos sanos y nutritivos, con relación a disminuir la desnutrición y malnutrición, a través de programas de educación nutricional para el consumo sano directamente apoyado por el etiquetado de los contenidos nutricionales de los alimentos, a través del Semáforo Nutricional, Ley Orgánica De La Soberanía Alimentaria (2009).

La investigación se realizará en instituciones de educación superior públicas de tercer nivel por la gran afluencia y concentración de estudiantes, los cuales se encuentran en establecimientos públicos reflejados en un 57.85% a nivel nacional dando paso a la principal provincia con mayor número de estudiantes, Pichincha al obtener un 25,94% respecto a todas las provincias de todo el territorio nacional tomado de SENEKYT (2018).

La mayor participación a nivel nacional de estudiantes universitarios se encuentra en un 57,85% en instituciones públicas con relación a instituciones privadas con apenas del 42,15%, lo cual se evidencia en la figura 1.

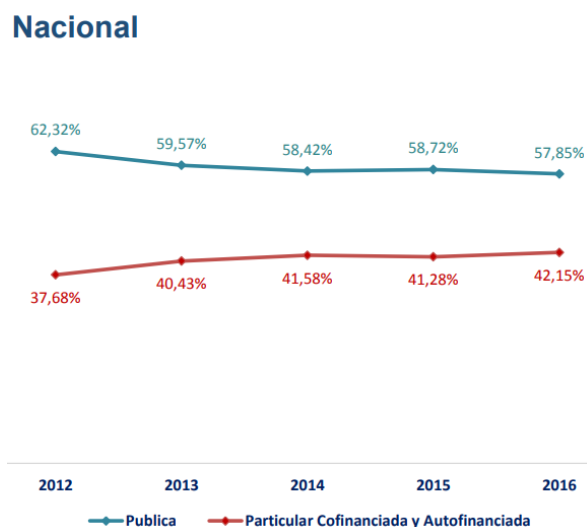


Figura 1. Participación del registro de matriculados en universidades y escuelas politécnicas de tercer nivel, según tipo de financiamiento

Fuente: Tomado de Secretaria de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación (2018)

La mayor afluencia de estudiantes universitarios se encuentra en universidades públicas dando como resultado las provincias de Pichincha, Guayas y Loja con un 25,94%; 25,185 y 9,86% respectivamente, lo cual se evidencia en la figura 2.

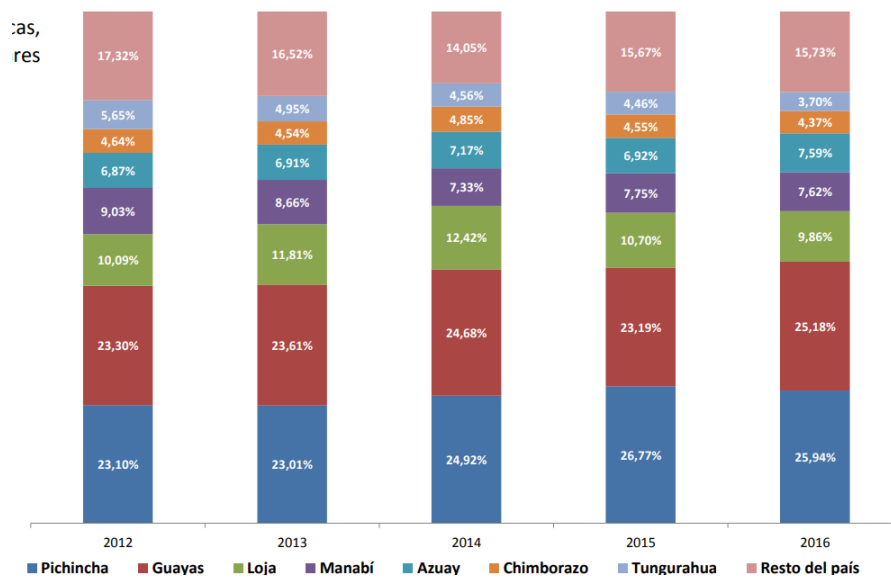


Figura 2. Registro Administrativo del Sistema Nacional De Información Superior de Ecuador (SNIESE)

Fuente: Tomado de Secretaria de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación (2018)

Según Westenhuefer y Borgomeie (2009) resalta que el semáforo nutricional es una herramienta que todos los productores de alimentos procesados y bebidas envasadas tienen la obligatoriedad de implementar en todos sus productos con el objetivo de garantizar que todos los consumidores tengan información oportuna y precisa sobre el contenido y las características de estos alimentos basado en Sánchez (2015) las bebidas energizantes se consumen en todo el mundo y es de venta libre, ayudando a la población a manejar el estrés, la fatiga, mejorando su rendimiento físico y mental; los consumidores de mayor aceptación de estas bebidas son los jóvenes y jóvenes adultos siendo estudiantes universitarios quienes de cierta manera afirman que estas bebidas ayudan a mejorar su desempeño mental, obteniendo mejores resultados en sus actividades académicas.

Planteamiento del Problema

La información del planteamiento del problema basado en Casanova (2015) en su investigación el “Análisis del comportamiento del consumidor de bebidas gaseosas frente al sistema de etiquetado Semáforo en el Distrito Metropolitano de Quito” se evidencia en la figura 3.

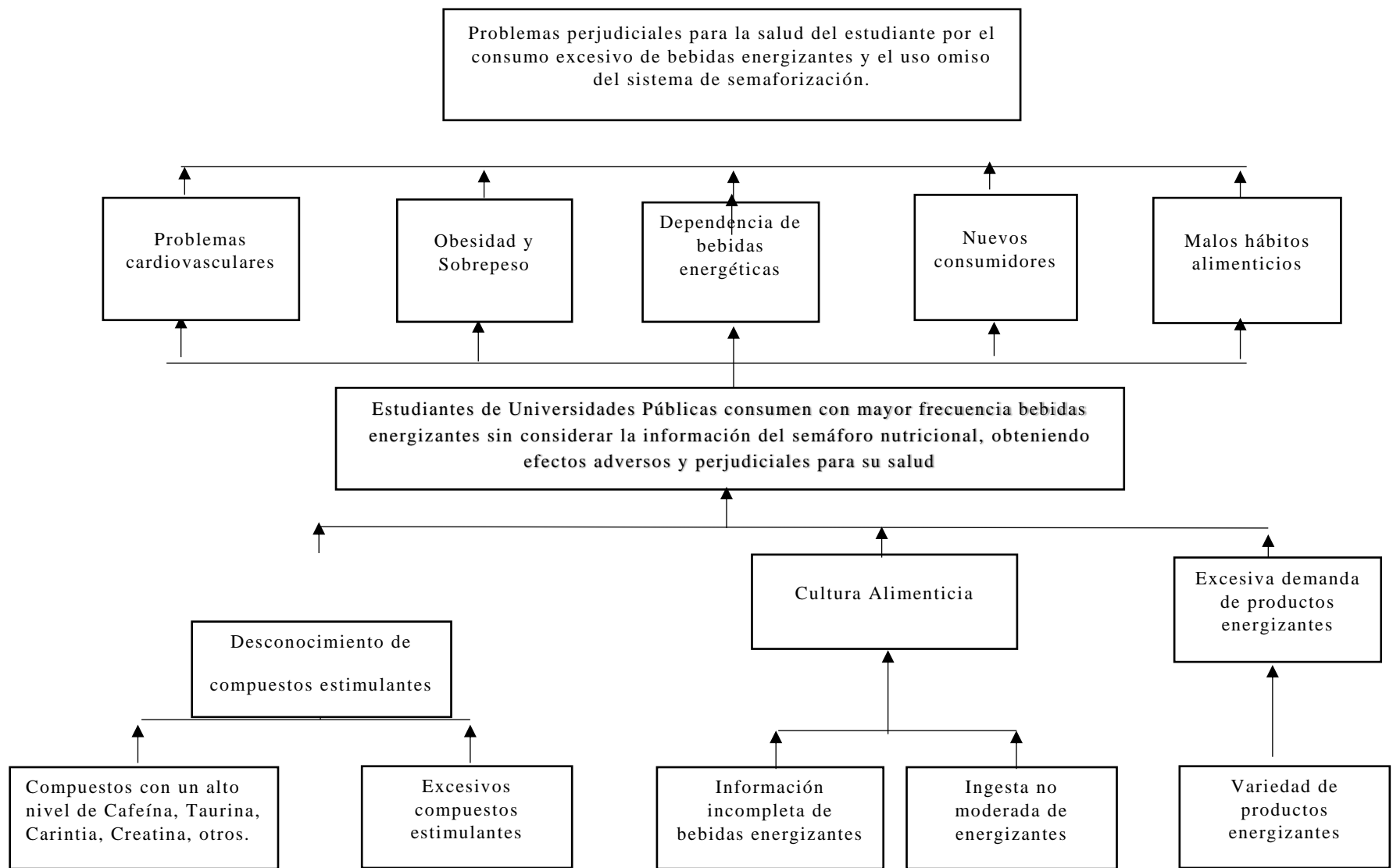


Figura 3. Planteamiento del problema

Objetivos

Objetivo General

- Identificar cómo influye el Semáforo Nutricional en la decisión de compra de bebidas energizantes en los estudiantes de universidades públicas del Distrito Metropolitano de Quito.

Objetivos Específicos

- Definir si los factores demográficos “Edad” y “Género” influyen en el consumo de bebidas energizantes, por parte de los estudiantes de universidades públicas del Distrito Metropolitano de Quito.
- Determinar si la comunidad universitaria influye en un mayor consumo de bebidas energizantes, por parte de los estudiantes de universidades públicas del Distrito Metropolitano de Quito.
- Determinar si la etiqueta del semáforo nutricional influye en la decisión de compra de bebidas energizantes con altos niveles de azúcar en los estudiantes de universidades públicas.
- Identificar si los estudiantes de universidades públicas del Distrito Metropolitano de Quito tienen el conocimiento de los efectos secundarios perjudiciales para su salud por consumo de bebidas energizantes.

Hipótesis

- H₁: La “Edad” y “Género” influyen en la decisión de compra de bebidas energizantes entre los niveles bajo y alto contenido de azúcar, en los estudiantes de universidades públicas del Distrito Metropolitano de Quito.
- H₂: El semáforo nutricional de las bebidas energizantes que usted ha seleccionado para su consumo influye de manera positiva en sus actividades académicas.
- H₃: La comunidad universitaria influye en los estudiantes en un mayor consumo de bebidas energizantes durante las jornadas académicas.
- H₄: El sistema de etiquetado “Semáforo Nutricional” influye en el proceso de decisión de compra de bebidas energizantes con alto contenido de azúcar en los estudiantes de universidades públicas.
- H₅: Los estudiantes universitarios consumidores de bebidas energizantes están conscientes de los problemas de salud que pueden desarrollar como hiperactividad, obesidad o diabetes.

CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO

1.1 Las Bebidas Energizantes

Las bebidas energizantes se denomina como una bebida que carece de alcohol pero a la vez contienen varios componentes estimulantes como la taurina, carnitina, creatina, cafeína, guaraná, ginseng, entre otros suplementos, sin embargo, los componentes de estas bebidas, la mayoría de las personas desconocen sus efectos adversos los cuales son perjudiciales para su salud Volpato (2013) las bebidas energizantes han ganado participación en el mercado desde hace algunos años, dirigiendo sus productos hacia la gente joven, principalmente a estudiantes y deportistas, con la promesa de incrementar su resistencia física, proveer reacciones más veloces, mayor concentración, aumentar el estado de alerta mental y evitar el sueño basado en Castellanos (2012).

Los mayores consumidores de dicha bebida son los adolescentes, adultos jóvenes logrando mejorar el rendimiento intelectual y contrarrestar los efectos del alcohol basado en Sánchez, Romero y Arroyave (2016). Según Arango y Zapata (2018) afirman que las bebidas energizantes han alcanzado durante la última década altos niveles de ventas siendo sus consumidores principales los estudiantes universitarios, quienes acostumbran ingerirlas en época de exámenes con el fin de concentrarse mejor y mantenerse despierto además de obtener mejores resultados en sus jornadas académicas.

La información nutricional se presenta en empaques de bebidas energizantes pero las concentraciones de taurina, cafeína no son presentados en él ni los efectos adversos que podría provocar su consumo, además de no poseer una etiqueta de advertencia, lo cual se evidencia en la figura 4.

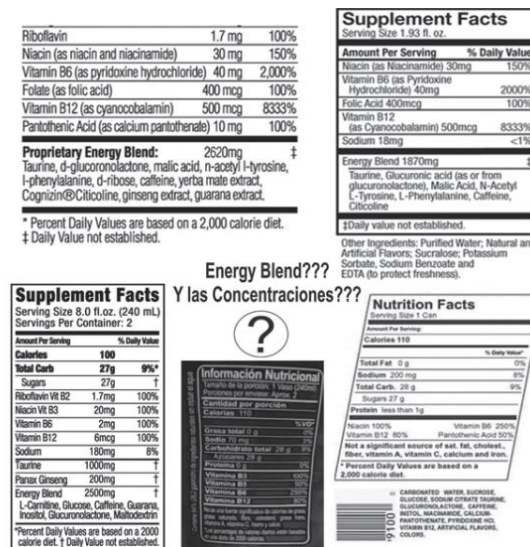


Figura 4. Etiqueta Contenido Nutricional

Fuente: Tomado de U.S Food & Drug Administration (2016)

Algunos estudiantes aseguran que el consumo de estas bebidas les permite incrementar su concentración y rendimiento mental. Basado en Arango y Zapata (2018) además de los efectos generados al ingerir bebidas energizantes es causar insomnio, nerviosismo, dolor de cabeza y taquicardia a esto se suma el consumo de cafeína la cual reduce la sensibilidad a la insulina y aumenta la presión arterial media.

La cafeína es uno de los componentes principales en una bebida energizante, inclusive el consumo de una baja cantidad puede producir varias

reacciones estimulantes, la Organización Mundial de la Salud afirma que dichas bebidas energizantes pueden ocasionar varias afecciones a sus consumidores por el desconocimiento que tienen referente a sus componentes, el consumo excesivo puede presentar nerviosismo, disminución del sueño, temblores, pérdida de apetito.

Finalmente, según un análisis por científicos Breda, et al. (2014) las bebidas energizantes no tienen ningún beneficio terapéutico como mucho de sus consumidores creen tenerlo, y muchos de sus ingredientes no están regulados, por ello hacen falta políticas reguladoras sobre estos productos y sobre la publicidad de su consumo. Es importante crear conciencia sobre los riesgos del consumo excesivo de bebidas energéticas entre los jóvenes, considerando que podría convertirse en un problema de salud pública en el futuro Álvares, Muñoz, & Sánchez, (2015).

Efectos de las bebidas energizantes.

Positivo

Las bebidas energizantes se consumen en todo el mundo y son de venta libre, ayudando a la población a manejar el estrés, la fatiga, mejorar el rendimiento físico y mental; dado que todo el mundo puede acceder a esta bebida, los adolescentes y adultos jóvenes lo consumen buscando mejorar su nivel intelectual en los momentos de angustia a la hora de hacer exámenes y estimular las capacidades cognitivas Sánchez (2015).

Las bebidas están creadas para reponer energía, pérdida de agua y sales minerales después de un ejercicio por más de una hora de duración, también, para mantener el metabolismo adquiriendo fuente de energía y rápida absorción afirmado por el Consenso de bebidas para el deporte y medicina (2009).

Negativo

En un escenario diferente, son las estrategias de mercadeo donde la publicidad, la marca, los logos y demás atractivos de un producto, hacen que los clientes le vean beneficios y por eso lo consuman, Sin embargo, los clientes no se dan cuenta de todos los riesgos de salud y los efectos adversos que estas bebidas pueden ocasionar, ya sea por algún componente como lo es la cafeína que puede tener una alta dosis produciendo problemas psiquiátricos, hiperactividad, enfermedades coronarias, o incluso paro cardiorrespiratorio Toribio (2017).

La combinación con alcohol o sustancias psicoactivas pueden ocasionar efectos adversos, surgen preocupaciones por su venta libre, llevando a algunos países a tomar medidas de regulación, verificando la etiqueta, distribución y la venta de todas las bebidas energizantes Zamorano (2010). Es importante mencionar que se han evidenciado casos con efectos desfavorables asociados al consumo alto de bebidas energizantes como el síndrome de Brugada, disfunción endotelial accidente cerebrovascular isquémico y convulsiones, infarto agudo de miocardio, Sánchez (2015).

1.2 El comportamiento del consumidor

Según Kotler (2012) y Schiffman (2015) definen al comportamiento del consumidor como el comportamiento que los consumidores muestran al buscar, evaluar y desechar productos que satisfagan sus necesidades, enfocando una toma de decisión para gastar sus recursos disponibles tiempo dinero y esfuerzo en artículos relacionados en su consumo.

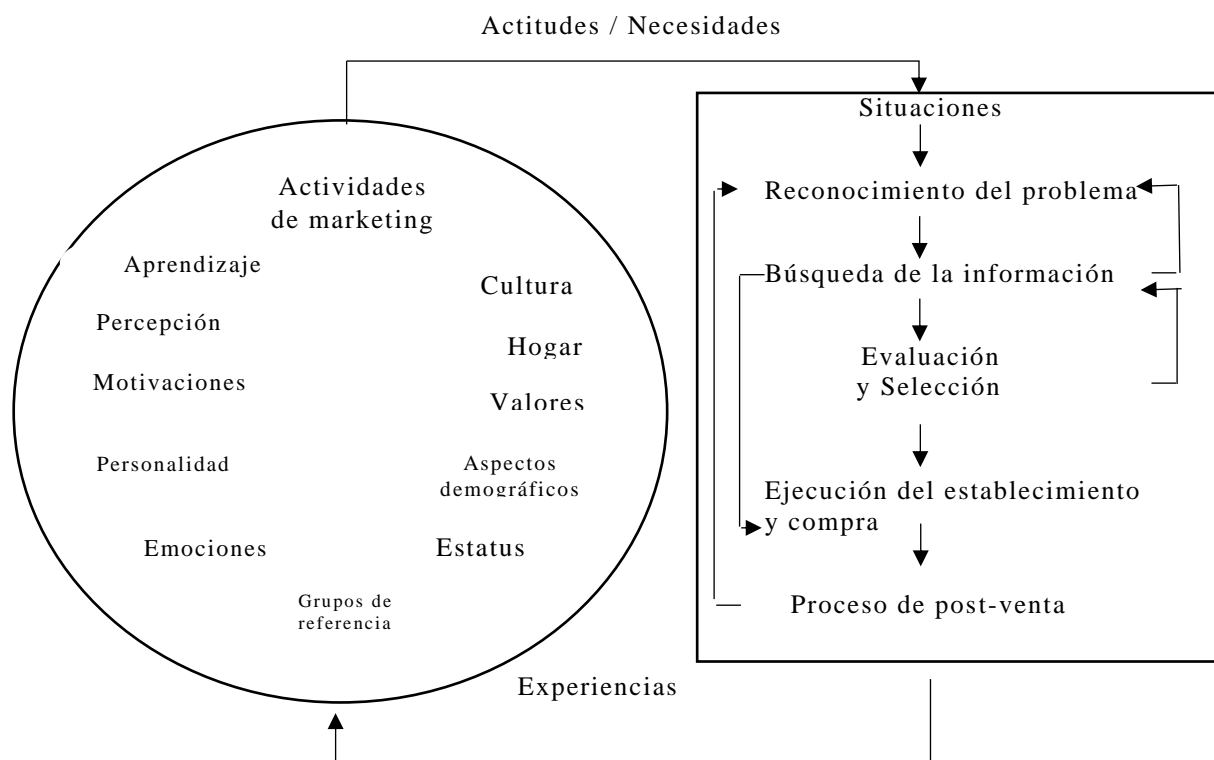


Figura 5. Comportamiento del Consumidor

Fuente: Tomado de Comportamiento del Consumidor, Hawkins (2016)

El comportamiento de cada uno de los consumidores son todos aquellos procesos a través de los cuales cada individuo, en forma individual o en grupo, seleccionan, compran y usan los productos o servicios para satisfacer sus deseos o necesidades Solomon (2009).

1.3 El proceso de decisión de compra: el modelo de cinco fases

El proceso de decisión de compra por Kotler & Keller (2012) se basa en cinco fases, la cual se evidencia en la figura 6.

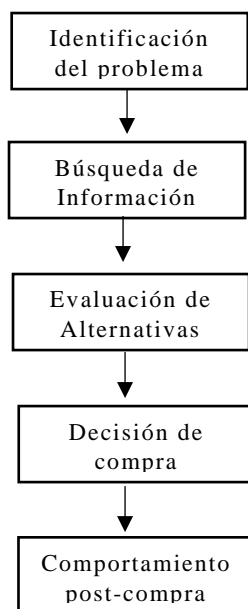


Figura 6. Proceso de decisión de compra, El modelo de cinco fases

Fuente: Tomado de Kotler & Keller (2012)

1.3.1 Reconocimiento del problema

Inicia cuando el comprador reconoce una necesidad, al existir una presencia de estímulos internos como el hambre la sed y externos como la publicidad así los especialistas en marketing identificaran una necesidad específica en la cual puedan motivar a los consumidores a realizar seriamente una compra Kotler & Keller (2012).

1.3.2 Búsqueda de información

La búsqueda se realiza a través de dos niveles, la atención intensificada la cual establece que el comprador presta mayor atención a la información respecto

algún producto o servicio. En el nivel de búsqueda activa el comprador realiza una investigación de información más amplia en la cual las obtiene a través de fuentes de información personal, comercial, pública o a través de la experiencia propia Kotler & Keller (2012).

1.3.3 Evaluación de alternativas

El consumidor hace evaluaciones sobre una base consciente y racional, además de generar una mayor atención frente a los atributos y beneficios que presente el producto o servicio para realizar una mejor selección Kotler & Keller (2012).

1.3.4 Decisión de compra

El consumidor provoca preferencias entre las distintas marcas las cuales han sido parte para su elección o percepción, cuando el consumidor ha logrado la intención de compra se producen cinco decisiones secundarias en donde resalta la marca, el distribuidor, la cantidad, el tiempo y finalmente la facilidad y forma de pago Kotler & Keller (2012).

1.3.5 Comportamiento Post-compra

Finalmente realizada la compra el consumidor evaluará las expectativas y resultados del producto o servicio generando, el nivel de satisfacción desde el punto de vista si la satisfacción es menor a la esperada sera insatisfacción, si es a la esperada el resultado sera satisfacción, y si la satisfacción recibida sobrepasa a la esperada el consumidor estará encantado. A partir de esta evaluación el

consumidor considera comprar la marca una vez más, devolverla o dejarla de comprar o adquirir el servicio Kotler & Keller (2012).

1.4 El Semáforo Nutricional

El sistema de etiquetado denominado “Semáforo Nutricional” en alimentos procesados fue desarrollado en Reino Unido por la Food Standard Agency (FSA), la cual a través de un programa, diseñó una etiqueta visualmente atractiva para proporcionar el nivel de nutrientes y componentes de cada alimento bajo un esquema de códigos, colores de fácil comunicación para el consumidor aplicado y entendido por los consumidores en todo el mundo.

La Organización Mundial de la Salud (2010) fomenta políticas que regulen el contenido y la presentación de la información en las etiquetas de los alimentos envasados y procesados, garantizando, de este modo, la seguridad de los consumidores al recibir una información exacta y comprensible sobre el contenido de los alimentos para que puedan tomar decisiones saludables.

El Semáforo Nutricional es una herramienta informativa que todos los productores de alimentos y bebidas procesadas tienen la obligatoriedad de implementar en sus productos, con relación a los consumidores obtengan la oportunidad de evaluar y seleccionar el producto a consumir, sabiendo el nivel de afectación para su salud, con el fin de mejorar su calidad de vida Labelling (2011).

Proporcionando información sobre las propiedades de los alimentos procesados o envasados relacionados con el estado de salud de los consumidores. Toda esta información referente al contenido debe presentar y ser expresada tanto en gramos como en porcentaje, respecto a su cantidad es así que por cada 100 gramos de producto se reflejará en el sistema de etiquetado. El Semáforo Nutricional informará al consumidor de bebidas energizantes su contenido nutricional con el fin de dar a conocer:

- La selección de alimentos saludables por parte del consumidor.
- Incentiva a las empresas a realizar mejoras en la calidad de todos sus productos.
- Facilita la comercialización de alimentos bajo una visión honesta de su contenido.

En el Ecuador, no se utilizaba una etiqueta que reflejara la información real del contenido de los alimentos llegando posteriormente a ser uno de los países pioneros en aplicar el sistema “Semáforo Nutricional” es así que se vio la necesidad de proponer alternativas que mejoren los hábitos alimenticios de la población ecuatoriana mejorando la calidad de vida de sus habitantes a partir del año del 2013.

El interés de los consumidores sobre nutrición es buscar información oportuna, clara y real frente a las características nutricionales a través de las etiquetas como son cantidades de grasa, azúcar y sal, un reciente estudio determina que los consumidores se sienten confundidos por la información que

se presenta debido a que siempre se están generando alteraciones en las mismas por ello el semáforo nutricional resulta ser más asequible a la hora de elegir el producto que se va a consumir Klaus, et al. (2010).

El etiquetado “Semáforo Nutricional” en el Ecuador es una estrategia nueva realizada en el 2013, estudios realizados según por el Ministerio de Salud Pública para aprobar esta nueva medida se estableció que los parámetros a evaluarse sean en cuanto a azúcar, sal y grasa, 8 de cada 10 alimentos y bebidas procesados, tienen valores altos en uno de estos componentes y 5 de cada 10 muestran valores altos en dos o tres, de estos componentes Paguay (2014).

La implementación del semáforo nutricional, evalúa a los productos alimenticios en un nuevo reto en el área de nutrición, donde se determina que el impacto sea positivo para el cambio de costumbres y hábitos alimenticios en los ecuatorianos, como ha sucedido en varios países alrededor del mundo.

Paguay (2014) establece que los consumidores presentan una reacción frente al semáforo con un 31% observa el producto antes de comprar un 43% ser indiferente en su compra y el 26% observa, evalúa, analiza la etiqueta y compra el mismo producto.

Las etiquetas del semáforo nutricional en bebidas procesadas y energizantes se encuentran en la parte posterior superior de los envases siendo un medio para ayudar a los consumidores a tomar decisiones sobre los alimentos, además pretender que la elección de alimentos sea mejor entendida por los

consumidores, y les ayude a diferenciar entre alimentos más o menos saludables Westenhuefer & Borgomeie (2009).

1.4.1 Contenido de componentes y concentraciones permitidas.

El Reglamento sanitario propone en su capítulo dos artículo número nueve la valoración del alimento o bebida procesado en referencia a los niveles permitidos en sal, grasas y azúcar, mediante sus componentes y concentración permitidas.

El contenido de componentes y concentraciones permitidas bajo los tres niveles de grasas, azúcares y sales, siendo sus concentraciones baja, media y alta, se evidencian en la tabla 1.

Tabla 1
Contenido de componentes y concentraciones permitidas.

| Nivel / Componentes | CONCENTRACIÓN “BAJA” | CONCENTRACIÓN “MEDIA” | CONCENTRACIÓN “ALTA” |
|---------------------|--|--|--|
| Grasas | Menor o igual a 3 gramos en 100 gramos Menor o igual a 1,5 gramos en 100 mililitros | Mayor a 3 y menor a 20 gramos en 100 gramos Mayor a 1,5 y menor a 10 gramos en 100 mililitros | Igual o mayor a 20 gramos en 100 gramos Igual o mayor a 10 gramos en 100 mililitros |
| Azúcares | Menor o igual a 5 gramos en 100 gramos Menor o igual a 2,5 gramos en 100 mililitros | Mayor a 5 y menor a 15 gramos en 100 gramos Mayor a 2,5 y menor a 7,5 gramos en 100 mililitros | Igual o mayor a 15 gramos en 100 gramos. Igual o mayor a 7,5 gramos en 100 mililitros |
| Sal | Menor o igual a 120 miligramos de sodio en 100 gramos Menor o igual a 120 miligramos de sodio en 100 mililitros | Mayor a 120 y menor a 600 miligramos de sodio en 100 gramos Mayor a 120 y menor a 600 miligramos de sodio en 100 mililitros | Igual o mayor a 600 miligramos de sodio en 100 gramos Igual o mayor a 600 miligramos de sodio en 100 mililitros |

Fuente: Tomado de Reglamento Sanitario de Etiquetado de alimentos procesados para el consumo humano (2013)

1.4.2 Sistema Gráfico

El sistema gráfico representa el diseño, tamaño, ubicación bajo porcentajes relativos en relación al tamaño total del envase, lo cual se evidencia en la figura 7.

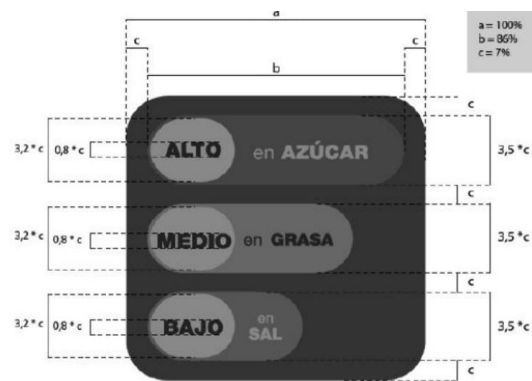


Figura 7. Porcentajes relativos de la etiqueta en relación al tamaño total

Fuente: Tomado de Reglamento Sanitario de Etiquetado de alimentos procesados para el consumo humano (2013)

Varios productos contienen niveles en alto, medio y bajo tanto en grasas, sal y azúcar, cabe recalcar que en bebidas energizantes varios productos ocupan los dos niveles excluyendo todas las bebidas el nivel en grasas, lo cual se evidencia en la figura 8.

| | Sodio (Sal) | Azúcar | Grasas |
|-------|--|------------------------------------|---|
| ALTO | -Margarina -Embutidos | -Yogurt -Gaseosas | -Margarina -Aceites |
| MEDIO | -Fideos -Atún | -Leche entera -Leche saborizada | -Leche -Yogurt -Leche saborizada -Atún -Embutidos |
| BAJO | -Leche -Yogurt -Leche saborizada -Queso -Cereal -Gaseosas | -Endulzantes (no azúcar) | -Quesos -Fideos -Cereales -Gaseosas |

Figura 8. Categorización de alimentos procesados

Fuente: Ministerio de Salud Pública (2013)

Dentro del Reglamento Sanitario de Etiquetado de alimentos procesados para el consumo humano (2013) deberá informar e incluir de manera obligatoria en bebidas energizantes "Producto no recomendado para lactantes, niños, niñas, adolescentes, mujeres embarazadas, mujeres en período de lactancia, personas de la tercera edad, diabéticos, personas sensibles a la cafeína, personas con enfermedades cardiovasculares y gastrointestinales".

1.5 Teorías

1.5.1 Teoría conductual de aprendizaje

Según Arevalo y Medina (2018) definen al comportamiento como un proceso de aprendizaje por medio de los estímulos cuyas respuestas se adaptan al comportamiento de cada consumidor. La teoría forma parte de la observación

y lo relaciona con su comportamiento pasado con su comportamiento actual de la persona. Los consumidores reflejan su aprendizaje a través de ciertos estímulos positivos o negativos siendo estas consideradas como experiencias orientadas del pasado. Esta teoría se le conoce también como condicionamiento clásico y hace referencia a un proceso a través del cual se logra un comportamiento o respuesta a partir de sucesos determinados Pérez (2012).

De esta manera la teoría conductual se relaciona con la actitud hacia la conducta en la cual el consumidor de bebidas energizantes, a través de las experiencias frente al consumo de bebidas determinando la mejor opción para su consumo mediante su uso y consumo pasado obteniendo resultados positivos o negativos frente a la bebida de su preferencia.

1.5.2 Teoría económica

Según Torres (2013) la teoría económica la denomina como el conocimiento y poder que tiene cada consumidor para satisfacer sus deseos o necesidades. La decisión de compra y comportamiento del consumidor está orientada hacia la realización o satisfacción máxima de su beneficio y tendrá el poder adquisitivo óptimo para pagar el producto o servicio que más beneficios le otorgue. Se puede decir que tienen una mayor percepción en la relación de costo – beneficio en cada acción que tome. La elección del consumidor es racional y puntual, satisfaciendo a través del producto por su función más que por sus atributos.

La teoría económica influye directamente en el consumo de bebidas energizantes por parte de estudiantes universitarios de tercer nivel en donde cada una de estos consumidores reflejan el costo y beneficio por consumir cada una de las bebidas energizantes de su preferencia siendo esta la que otorgue mayores beneficios y satisfacción por el consumidor de bebidas energizantes bajo el contexto de Torres (2013).

1.5.3 Teoría operante

La teoría operante según Figueroa (2018) definen a la teoría como un proceso de comportamiento al resultado favorable partiendo de un estímulo y por lo tanto puede volverse a repetir generando y formando el consumo de bebidas energizantes como una conducta natural por parte del estudiante en sus actividades académicas como una bebida habitual en su desempeño estudiantil.

La teoría operante se relaciona directamente a los diversos tipos de motivaciones que tiene el consumidor los cuales pueden ser influenciados por diversos factores tales como la actitud hacia la compra, norma subjetiva o el control percibido.

1.5.4 Teoría del comportamiento planificado

Según Martín, et al. (2011) afirma que la conducta es voluntaria y está determinada por intención conductual, la que a la vez se genera a través de actitudes sociales, la norma subjetiva y control percibido además que el Modelo TPB se define como predecir el comportamiento de las personas en la toma de decisiones y el análisis de las actitudes de cada individuo a través de su conducta,

creencias y por parte de la sociedad, siendo factores que puedan influir en el desarrollo de una conducta positiva o negativa por parte del individuo.

El modelo TPB, conocido como Comportamiento Planificado busca analizar la conducta de los individuos mediante la identificación de factores internos como externos los cuales influyan en el consumo de bebidas energizantes tales como la actitud, la experiencia el conocimiento, el entorno y la sociedad por generar la aceptación o rechazo total por el consumo de bebidas energizantes basado en Regalado, Guerrero, & Montalvo (2017).

1.5.4.1 Actitudes hacia la conducta

Refleja el grado en que ella está valorada positiva o negativamente. La actitud hacia la conducta está determinada por el conjunto de experiencias sobre las consecuencias que provoca el consumir bebidas energizantes y la evaluación que el individuo le atribuye Guzmán, et al. (2014).

1.5.4.2 Norma subjetiva

Es un razonamiento normativo, en donde interviene la presión social percibida por la persona que va a realizar determinada conducta hacia la ejecución. Es decir las creencias normativas, la cual es la percepción de que otras personas importantes para el sujeto aprueban, piensan esperan y desean su conducta y la motivación del propio sujeto para acomodarse a las expectativas o deseos de esas personas Guzmán, et al. (2014).

1.5.4.3 Control Conductual

Conocida como creencias de control, es la creencia personal de la capacidad de controlar las dificultades existentes para realizar una conducta, existen factores internos como las habilidades físicas psicológicas y los externos el tiempo la oportunidad, los medios. Es decir la percepción de sí mismo en ser capaz de realizar esa conducta frente a la presión social y la percepción de controlar los factores Guzmán, et al. (2014).

1.6 Marco Referencial

Introducción

El marco referencial se desarrolla a través de cinco estudios relacionados al tema de investigación teniendo un fin similar. Un primer estudio cuyo contenido es semejante al semáforo nutricional realizado en Costa Rica y Ecuador, un segundo trabajo basado en el comportamiento de estudiantes universitarios frente al consumo de bebidas energizantes, el tercero mediante un enfoque cualitativo al conocimiento y comprensión del semáforo nutricional realizado en Ecuador, un cuarto estudio relacionado al comportamiento del consumidor frente al consumo de bebidas gaseosas en el DMQ y finalmente un estudio desarrollado en base al modelo del comportamiento planificado en el segmento masculino, cada uno de estos estudios aportan al desarrollo de la investigación, a continuación se detalla cada uno.

Conocimientos, percepciones y comportamientos relacionados con el consumo de sal, la salud y el etiquetado nutricional en, Costa Rica y Ecuador Sánchez, et al. (2012).

Un primer estudio realizado en la ciudad de Washington en octubre del 2012.

Su objetivo es identificar los conocimientos, percepciones y comportamientos relacionados al consumo de sal, la salud y al etiquetado nutricional en los alimentos procesados.

Las variables que utiliza esta investigación en los informantes son:

- Edad
- Genero
- Nivel de ingresos
- Nivel académico
- Estado civil
- Nacionalidad
- Área de residencia (urbana o rural)
- Conocimiento de sal
- Consumo de sal
- Función de etiquetado nutricional
- Percepción de etiquetado nutricional
- Alimentos procesados

- Contenido nutricional
- Semáforo nutricional
- Comportamiento del consumo de sal en alimentos procesados
- Cantidad
- Características del producto

La metodología a emplearse fue un estudio cualitativo exploratorio, basado en 34 entrevistas mediante el método bola de nieve y 6 grupos focales a 71 informantes en total. Se complementaron mediante una observación directa en hogares ecuatorianos y costarricenses.

Sus principales resultados presentaron que en los 71 informantes no existe un conocimiento adecuado del uso de sal y la función del etiquetado nutricional, la percepción que existe en la mayoría de los consumidores frente a los alimentos procesados es no leer la información que contiene el contenido nutricional por su dificultad de entendimiento, siendo el semáforo un sistema de etiquetado amigable de mejor comprensión. El comportamiento de los informantes frente al consumo de sal en alimentos procesados no presentan ningún interés por buscar la cantidad que contenga, la mayoría de los consumidores solo revisaban la fecha de vencimiento y en ocasiones el contenido energético, grasas o light.

Factores asociados al consumo de bebidas energizantes en los estudiantes universitarios de la ciudad de Medellín Arango y Zapata (2018).

Un segundo estudio realizado en la ciudad de Medellín en diciembre del 2018.

Su objetivo es determinar los factores que influyen en los estudiantes universitarios de la ciudad de Medellín y su consumo de bebidas energizantes a partir del Comportamiento Planificado.

Las variables que utiliza esta investigación en los estudiantes universitarios de Medellín son:

- Edad
- Genero
- Ciudad
- Carrera universitaria
- Nivel académico
- Número de estudiantes matriculados por nivel académico
- Factores de consumo
- Consumo de bebidas energizantes
- Resistencia física
- Concentración mental
- Comunidad universitaria
- Conducta

- Motivos de consumo
- Actitud hacia la conducta
- Norma subjetiva
- Control percibido
- Marca

La metodología empleada fue a través de un enfoque cuantitativo, descriptivo de corte transversal con un diseño no experimental, además de implementar en su estudio el modelo de Comportamiento Planificado aplicado a estudiantes universitarios de la ciudad de Medellín. El proceso de investigación se realizó en cuatro etapas, la primera consiste en la revisión de publicaciones académicas de posgrado, la segunda se basa en los insumos recolectados en la primera orientada a la construcción del instrumento de información cuantitativa, el tercero corresponde al trabajo de campo realizado a 400 estudiantes y finalmente la cuarta etapa se analiza la influencia de cada uno de los factores del comportamiento planificado identificando los más importantes que inciden al consumo de bebidas energizantes.

Sus principales resultados determinaron que los factores que influyen en el consumo de bebidas energizantes son el incremento de resistencia física y su concentración mental, la influencia de la comunidad universitaria por el hecho de seguir un patrón dentro de un grupo de amigos. Es así que la norma subjetiva predomina en los factores del comportamiento planificado siendo que los estudiantes colombianos tiendan a inclinarse a esa conducta y ser motivados a

su consumo, seguida por la actitud frente a las bebidas de manera positiva y gran aceptación por los universitarios finalmente el factor de menor influencia es el control percibido, a pesar de los efectos secundarios por su consumo los estudiantes lo continúan ingiriendo. Además el 46,25% de estudiantes de Medellín consumen bebidas energizantes por motivos académicos, asegurando obtener mejores resultados, siendo la bebida de mayor consumo “Vive 100” con el 54,85%.

Semáforo nutricional de alimentos procesados: estudio cualitativo sobre conocimientos, comprensión, actitudes y prácticas en el Ecuador Freire, Waters y Rivas-Mariño (2017).

Un tercer estudio realizado en la ciudad de Quito en febrero del 2017.

Su objetivo es analizar las actitudes y conocimientos relacionados al Semáforo Nutricional en envases de alimentos procesados en Ecuador.

Las variables que utiliza esta investigación en los participantes son:

- Edad
- Genero
- Ciudad
- Estado civil
- Nivel de ingresos
- Nivel académico
- Ocupación

- Conocimientos del semáforo nutricional
- Actitudes al semáforo nutricional
- Decisión de compra
- Productos procesados
- Factores de consumo
- Marca
- Sabor
- Información del producto
- Comprensión del semáforo nutricional
- Consumo de productos procesado
- Características Nutricionales

La metodología empleada es a través de un enfoque cualitativo mediante la implementación de grupos focales y entrevistas a profundidad, tomando en cuenta las dimensiones de interés, determinando 171 participantes, quienes aseguraban conocer y haber escuchado del semáforo nutricional.

Su principal resultado determinó que en base a los conocimientos del semáforo nutricional, las actitudes sobre la importancia y utilidad del mismo no afecta en la decisión de compra, ya sea su contenido alto en grasa, azúcar o sal no formulan una actitud negativa hacia al producto, pues prevalece otros factores como la marca o sabor, siendo de esta manera la información menos importante al momento de seleccionar un producto, además la comprensión del semáforo

nutricional ayudado en pocas personas a reducir su consumo o reemplazar alimentos procesados con concentraciones medias o bajas en grasa, azúcar o sal.

**“Análisis del comportamiento del consumidor de bebidas gaseosas frente al sistema de etiquetado Semáforo en el Distrito Metropolitano de Quito”
Casanova (2015).**

Un cuarto estudio realizado en la ciudad de Quito en abril del 2015.

Su objetivo es analizar el comportamiento del consumidor frente al sistema de etiquetado Semáforo Nutricional y proporcionar datos relevantes que sean base de estudios posteriores y de acciones de retroalimentación.

Las variables que utiliza esta investigación en el consumidor de bebidas gaseosas son:

- Edad
- Genero
- Residencia
- Nivel académico
- Número de miembros del hogar
- Nivel de ingresos
- Ocupación
- Factores de consumo
- Consumo de bebidas gaseosas
- Comportamiento del consumidor de bebidas gaseosas

- Marca
- Sabor
- Precio
- Influencia del semáforo nutricional
- Preferencia de consumo

La metodología empleada es mixta, una investigación cualitativa, utilizando la entrevista a profundidad y una investigación cuantitativa, utilizando como instrumento la encuesta aplicada a 246 personas de cuatro Administraciones Zonales del Distrito Metropolitano de Quito con el fin de obtener resultados mediante de estadísticas.

El principal resultado determinó que los factores más importantes en el comportamiento de consumo de bebidas gaseosas son su sabor con un 56,77% seguido por la marca con un 31,25% y el precio con apenas del 5,7%. Su comportamiento además se ve influenciado por el semáforo nutricional en los miembros de su familia, al considerar un 54,10% de encuestados en reducir su consumo de bebidas gaseosa siendo de preferencia con el 60% Coca Cola frente al mercado de gaseosas.

“Una aplicación de la teoría del comportamiento planificado al segmento masculino latinoamericano de productos de cuidado personal” Montalvo (2017).

Un quinto estudio realizado en México en diciembre del 2017.

Su principal objetivo es identificar los factores que influyen en los varones para consumir productos de cuidado personal a través del comportamiento planificado.

Las variables que utiliza esta investigación en el segmento masculino latinoamericano son:

- Edad
- Genero
- Preferencias
- Ciudad
- Estado civil
- Nivel de ingresos
- Ocupación
- Demanda
- Factores de consumo
- Comportamiento planificado
- Actitud hacia la conducta
- Norma subjetiva

- Control percibido

La metodología empleada es mediante un enfoque cuantitativo diseñado bajo los tres factores del comportamiento planificado, validado por expertos mediante la técnica de consenso, la misma conformada por 11 afirmaciones evaluadas mediante el uso de escalas tipo Likert para medir el grado de aceptación o rechazo de los encuestados.

Los principales resultados a partir de la investigación muestran que el principal factor que influye del comportamiento planificado son la actitud hacia la conducta en productos del segmento masculino de forma favorable, siendo de gran demanda y dando indicios de potencial crecimiento de estos productos, además la norma subjetiva en jóvenes varones es menor que en la de adultos mayores, quienes consideran que la sociedad y su opinión es considerada con menor importancia en el consumo de productos de cuidado personal para caballeros y finalmente el factor de menor influencia es el control percibido ya que se encuentra alineado con la baja presencia de artículos masculinos en comparación al segmento femenino.

1.7 Marco Conceptual

1.7.1 Actitud hacia la conducta

La actitud hacia la conducta está determinada por el conjunto de experiencias sobre las consecuencias de una actividad lo que provoca positiva o negativamente en el individuo Guzmán, et al. (2014).

1.7.2 Aminoácidos

Molécula orgánica que contiene un grupo amino y un grupo carboxilo, generalmente unidos al mismo átomo de carbono, llamado carbono alfa. Son los principales constituyentes de las proteínas Clínica Universidad de Navarra (2019).

1.7.3 Azúcares

Se entiende a los monosacáridos y disacáridos presentes en el producto, de todas las fuentes, sean propias o añadidas Reglamento Sanitario de Etiquetado de alimentos procesados para el consumo humano (2013).

1.7.4 Bebida energizante

Son bebidas que en su composición incluyen uno o más componentes de aminoácidos, vitaminas, minerales, cafeína, taurina Reglamento Sanitario de Etiquetado de alimentos procesados para el consumo humano (2013).

1.7.5 Cafeína

La cafeína y la teofilina son derivados de la metilxantina que en cantidades moderadas, se encuentran en bebidas como el café, té, mate o chocolate. Aunque sus efectos no sean tan fuertes como los de la cocaína o anfetamina, son estimulantes del sistema nervioso central Moratalla (2010).

1.7.6 Comportamiento del consumidor

Definimos el comportamiento del consumidor como el comportamiento que los consumidores exhiben al buscar, comprar, evaluar y desechar productos y servicios que ellos esperan que satisfagan sus necesidades Corona (2012).

1.7.7 Comportamiento planificado o Modelo TPB

Busca analizar la conducta de los individuos mediante la identificación de factores internos como externos tales como la actitud, experiencia, conocimiento, entorno y sociedad por generar la aceptación o rechazo total Regalado (2017).

1.7.8 Comprar

Procede del latín “comparāre” significa cotejar, adquirir; es decir obtener algo a cambio de dinero, haciéndose completamente dueño de lo adquirido Corona (2012).

1.7.9 Consumidor

Un consumidor es aquella persona que piensa comprar o ha consumido un producto determinado, eligiéndolo entre los de la competencia Vicentin (2011).

1.7.10 Control Conductual

Es la percepción de sí mismo en ser capaz de realizar una conducta frente a la presión social y la percepción de controlar los factores Guzmán, et al. (2014).

1.7.11 Decisión

Es la acción de elegir algún objeto o cualquier cosa entre varias opciones considerando la más apta para los mismos Corona (2012).

1.7.12 Decisión de Compra

Se denomina proceso de decisión de compra a las etapas por las que pasa el comprador para decidir la compra de productos y servicios Fuentes (2012).

1.7.13 Glucoronolactona

Es un metabolito natural formado del metabolismo de la glucosa en el hígado y también se encuentra en una pequeña cantidad de alimentos de los cuales el vino constituye la mayor fuente Giles, et al. (2012).

1.7.14 Grasas o lípidos

Sustancias insolubles en agua y solubles en solventes orgánicos, constituidas especialmente por los ácidos grasos. Este término incluye triglicéridos, fosfolípidos, Reglamento Sanitario de Etiquetado de alimentos procesados para el consumo humano (2013).

1.7.15 Sal

Se entiende al cloruro de sodio y a todas las fuentes alimentarias que contengan sodio, incluidos los aditivos Reglamento Sanitario de Etiquetado de alimentos procesados para el consumo humano (2013).

1.7.16 Norma subjetiva

Es un razonamiento normativo, en donde interviene la presión social percibida por la persona que va a realizar determinada conducta hacia la ejecución Guzmán, et al. (2014).

1.7.17 Semáforo Nutricional

Es una herramienta informativa que todos los productores de alimentos y bebidas procesadas tienen la obligatoriedad de implementar en sus productos, con relación a los consumidores obtengan la oportunidad de evaluar y seleccionar el producto a consumir, sabiendo el nivel de afectación para su salud, con el fin de mejorar su calidad de vida Labelling (2011).

1.7.18 Percepción

La percepción influye en la situación o en la forma de actuar de una persona motivada. Todos percibimos un objeto o estímulo a través de sensaciones, estímulos que se reciben a través de los cinco sentidos Kotler & Keller (2012).

1.7.19 Taurina

Es un aminoácido derivado de la dieta o sintetizado a partir de la cisteína, principalmente en el hígado, posee altas concentraciones en el corazón, hígado así como en el sistema nervioso central incluyendo el cerebro Giles, et al. (2012).

CAPÍTULO II: MARCO METODOLÓGICO

2.1 Introducción

La metodología de investigación aplicada al estudio será de tipo probabilístico estratificado, siendo exploratoria, descriptiva y posteriormente correlacional, sus características son mediante recolección de datos a través de un enfoque mixto, con el objetivo de determinar la influencia del sistema de etiquetado en las bebidas energizantes por parte de los estudiantes de Universidades Públicas del Distrito Metropolitano de Quito, la muestra de estudio se estableció a partir del número de estudiantes matriculados en el primer periodo semestral del año 2018 en las Universidad Públicas del DMQ.

2.2 Tipo de metodología

2.2.1 Objeto de estudio

El objeto de estudio es el nivel de influencia del semáforo nutricional en la decisión de compra de bebidas energizantes en los estudiantes de universidades públicas del Distrito Metropolitano de Quito, siendo la Universidad Central del Ecuador y la Escuela Politécnica Nacional. A continuación para poder medir el objeto de estudio se utilizará un constructo el cual se define y se operacionaliza.

2.2.1.1 Constructo

Según Hernández (2014) es una variable que va a ser medida y forma parte de la hipótesis o de un modelo teórico, esta variable se encuentra relacionada con otras variables y respaldada en el marco teórico.

La definición operacional del constructo se lo realiza en función de los objetivos específicos, mediante la información obtenida de fuentes secundarias como son el proceso de compra, comportamiento planificado del marco teórico, así como los estudios previos del marco referencial con el fin de definir las dimensiones y variables de la investigación con las cuales se elaboró el constructo como se visualiza en la figura 9.

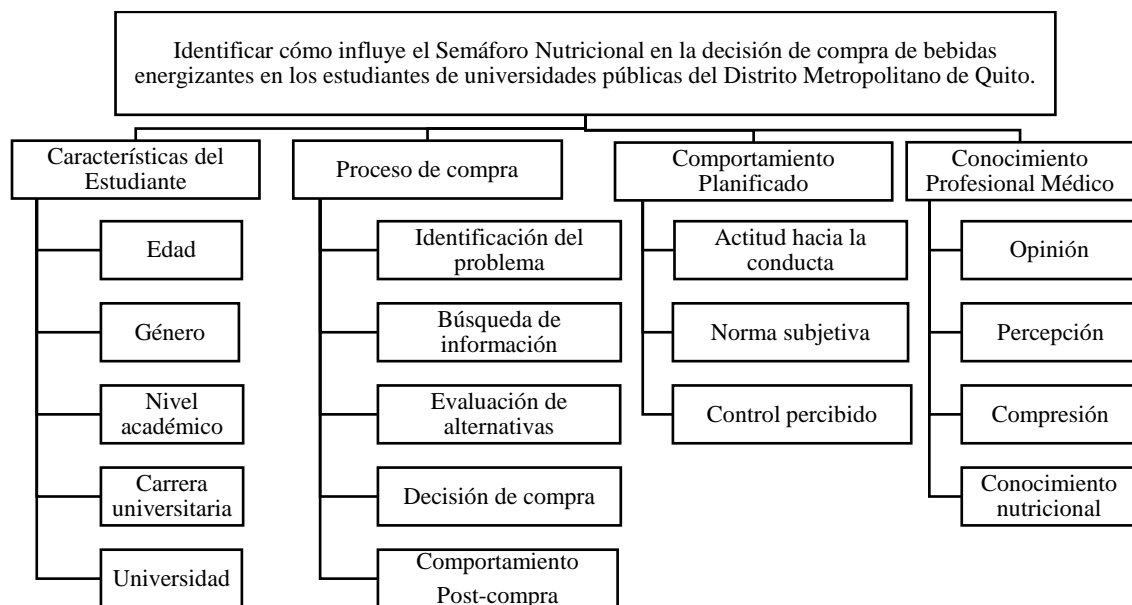


Figura 9. Constructo

La figura 9 determina las dimensiones y variables a ser utilizadas en la investigación, como son características del estudiante, proceso de compra, comportamiento planificado y el conocimiento profesional médico. La variable

ciudad al ser el estudio único dentro del Distrito Metropolitano Quito, comprende y se entiende como la única ciudad para el presente estudio.

2.2.1.2 Determinación de variables


Una vez revisada la definición operacional del constructo, a continuación se procese a diseñar los instrumentos a utilizar en la investigación mediante los componentes: objetivos específicos, hipótesis, dimensiones, variables, indicadores, ítems y fuentes de datos respectivamente, todo este proceso se encuentra sistematizado en la tabla 2

Tabla 2
Determinación de variables

| Objetivo específico | Hipótesis | Dimensión | Variables | Indicador | Ítem | Fuente de Datos |
|--|--|--------------------------------|-----------------------------|--|---|-----------------|
| Definir si los factores demográficos edad y género influye en el consumo de bebidas energizantes, por parte de los estudiantes de universidades públicas del Distrito Metropolitano de Quito | La edad y género influyen en la decisión de compra de bebidas energizantes entre los niveles bajo y alto contenido de azúcar, en los estudiantes de universidades públicas del Distrito Metropolitano de Quito | Características del Estudiante | Edad | Edad que tiene el estudiante | ¿Cuál es su edad? | Encuesta |
| | | | Genero | Género del estudiante | ¿Por favor indique su género? Masculino Femenino | Encuesta |
| | | | Nivel académico | Nivel de semestre que está cursando el estudiante | ¿Por favor indique el nivel de semestre que está cursando? | Encuesta |
| | | | Carrera universitaria | Carrera a la que pertenece el estudiante | ¿A qué carrera universitaria usted pertenece? Ciencias Administrativas Ingenierías Ciencias Medicas | Encuesta |
| Determinar si la etiqueta del Semáforo Nutricional influye en la decisión de compra de bebidas energizantes con altos niveles de azúcar en los estudiantes de universidades públicas. | El sistema de etiquetado “Semáforo Nutricional” influye en el proceso de decisión de compra de bebidas energizantes con alto contenido de azúcar en los estudiantes de universidades públicas. | Proceso de compra | Identificación del problema | Identificación del consumo de bebidas energizantes | ¿Usted consume bebidas energizantes por? Trabajo Deporte Estudios Otros | Encuesta |
| | | | Búsqueda de información | Medio que utiliza para obtener información para el consumo de bebidas energizantes | ¿Usted obtiene información de bebidas energizantes mediante? Internet Radio Televisión | Encuesta |
| | | | Evaluación de alternativas | Evaluación de alternativas para el consumo de bebidas energizantes | ¿Cuál de los siguientes aspectos es el más importante al momento de comprar una bebida energizante? Marca Sabor Contenido Nutricional Tamaño Precio Otros | Encuesta |

CONTINÚA 

| | | | | | |
|---------------------------------|-------------------|----------------------------|-----------------------------|--|------------|
| | Proceso de compra | Decisión de compra | Gasto promedio semanal | ¿Cuánto gasta en promedio semanalmente en bebidas energizantes? \$ 1,00 \$ 2,00 \$ 3,00 \$ 4,00 Más de \$ 5,00 | Encuesta |
| | | Decisión de compra | Marca comprada | ¿Qué bebidas energizantes usted consume? V220 Vive 100 Red Bull Monster Otros | Encuesta |
| | | Decisión de compra | Frecuencia de compra | ¿Con qué frecuencia usted consume bebidas energizantes de 600ml a la semana? Una por semana Dos por semana Tres por semana Cuatro por semana Más de cinco a la semana | Encuesta |
| | | Decisión de compra | Lugar de compra | ¿En dónde usted compra bebidas energizantes? Supermercados Dispensadores de bebidas Tiendas particulares | Encuesta |
| | | Comportamiento post compra | Satisfacción del consumidor | ¿Usted está satisfecho por el consumo de bebidas energizantes de su preferencia? Si_ No _ | Encuesta |
| Conocimiento profesional médico | Opinión | Opinión médica | | ¿Qué opina respecto al semáforo nutricional en bebidas energizantes? | Entrevista |
| | Percepción | Percepción médica | | ¿Usted considera que el semáforo nutricional ha ayudado en gran parte a decidir a los estudiantes en consumir bebidas energizantes con bajo contenido de azúcar? | Entrevista |

CONTINÚA 

| | | | | | | |
|--|--|------------------------------|---------------------------|--|---|------------|
| | | | Opinión | Opinión médica | ¿Usted considera que el semáforo nutricional es la forma correcta de regular el incremento de enfermedades cardiovasculares, hiperactividad sobrepeso y obesidad? | Entrevista |
| | | | Opinión | Opinión médica | ¿Usted considera que la información presentada en el empaque de las bebidas energizantes es la adecuada o carece de alguna mayor información nutricional clara? | Entrevista |
| Determinar si la etiqueta del semáforo nutricional influye en la decisión de compra de bebidas energizantes con altos niveles de azúcar en los estudiantes de universidades públicas. | El sistema de etiquetado "Semáforo Nutricional" influye en el proceso de decisión de compra de bebidas energizantes con alto contenido de azúcar en los estudiantes de universidades públicas. | Comportamiento o Planificado | Actitud hacia la conducta | Actitud hacia la conducta del estudiante universitario | ¿El semáforo nutricional incide en su proceso de compra de bebidas energizantes? | Encuesta |
| | | | | | ¿Me agrada tomar en cuenta el semáforo nutricional al consumir bebidas energizantes antes durante y después de mis jornadas académicas? | Encuesta |
| | | | | | ¿Considera que el semáforo nutricional de las bebidas energizantes que usted ha seleccionado ha influido de manera positiva en sus actividades académicas? | Encuesta |
| | | | | | ¿Considera que su consumo de bebidas energizantes con alto contenido de azúcar ha disminuido? | Encuesta |
| Determinar si la comunidad universitaria influye en un mayor consumo de bebidas energizantes, por parte de los estudiantes de universidades públicas del Distrito Metropolitano de Quito | La comunidad universitaria influye en los estudiantes en un mayor consumo de bebidas energizantes durante las jornadas académicas. | Comportamiento o Planificado | Norma subjetiva | Norma Subjetiva del estudiante universitario | ¿La opinión de mis compañeros influye en la selección del semáforo nutricional al momento de consumir bebidas energizantes? | Encuesta |
| | | | | | ¿Considera que sus compañeros puedan influir en su consumo de nuevas bebidas energizantes de bajo contenido en azúcar "Semáforo Verde"? | Encuesta |
| | | | | | ¿Personas importantes para mí esperan que yo consuma bebidas | Encuesta |

| | | | | | | |
|---|--|---------------------------------|-------------------|--|--|------------|
| | | Conocimiento profesional médico | Comprensión | Comprensión médica | energizantes con bajo contenido de azúcar "Semáforo Verde"? | |
| | | | | | ¿Considera que la comunidad universitaria influye por un mayor consumo de bebidas energizantes con semáforo rojo en azúcar? | Encuesta |
| | | | | | ¿Desde su punto de vista porque muchos estudiantes a pesar de las sugerencias profesionales y el nuevo sistema de etiquetado continúan consumiendo bebidas energizantes? | Entrevista |
| Identificar si los estudiantes de universidades públicas del Distrito Metropolitano de Quito tienen el conocimiento de los efectos secundarios perjudiciales para su salud por consumo de bebidas energizantes. | Los estudiantes universitarios consumidores de bebidas energizantes están conscientes de los problemas de salud que pueden desarrollar como hiperactividad, obesidad o diabetes. | Comportamiento Planificado | Control percibido | Control percibido del estudiante universitario | ¿A pesar de tener semáforo rojo en azúcar en su bebida energizante usted la sigue consumiendo? | Encuesta |
| | | | | | ¿Esta consiente de la información presentada en el semáforo nutricional y los efectos secundarios que puede ocasionar en su salud al consumir bebidas energizantes? | Encuesta |
| | | | | | ¿El semáforo nutricional le está ayudando a usted a tomar decisiones saludables al consumir bebidas energizantes? | Encuesta |
| | | | | | ¿Sí quisiera adquirir bebidas energizantes puedo acceder a ellos en cualquier momento sin ninguna dificultad? | Encuesta |
| | | | | | ¿Usted considera que el semáforo nutricional es la forma correcta de regular el incremento de enfermedades cardiovasculares, hiperactividad sobrepeso y obesidad? | Entrevista |
| | | Conocimiento profesional médico | Percepción | Percepción médica | ¿Conoce los estudiantes sobre las implicaciones negativas que genera ingerir bebidas energizantes o hace falta una mayor información en sus empaques? | Entrevista |
| | | | Opinión | Opinión médica | | |

| | | | |
|-------------|--------------------|--|------------|
| Comprensión | Comprensión médica | ¿Cree usted que habría alguna forma correcta de informar a los estudiantes para que decidan optar por otra fuente de energía para sus jornadas académicas? | Entrevista |
| Percepción | Percepción médica | ¿Usted recomendaría el consumo de bebidas energizantes? | Entrevista |
| Opinión | Opinión médica | ¿Usted considera alguna alternativa más saludable para los estudiantes universitarios reemplazar las bebidas energizantes? | Entrevista |
| Opinión | Opinión médica | ¿Cuál sería su recomendación frente al consumo de bebidas energizantes? | Entrevista |

Fuente: Adaptado de Regalado, Guerrero y Montalvo (2017) una aplicación de la teoría del comportamiento planificado al segmento masculino latinoamericano de productos de cuidado personal

2.2.2 Enfoque de la investigación

Para la presente investigación se utiliza el enfoque mixto, cualitativo y cuantitativo con el fin de determinar la influencia del semáforo nutricional en estudiantes consumidores de bebidas energizantes.

2.2.2.1 Investigación Cualitativa

Según Hernández et al. (2010) se enfoca a comprender y profundizar los fenómenos exploratorios desde la perspectiva de los participantes en un ambiente natural y la relación con el contexto, por lo tanto resulta relevante la realización de la investigación cualitativa para conocer las variables que intervienen en el comportamiento de compra además de las variables relacionadas con el semáforo nutricional y sus elementos.

2.2.2.2 Investigación Cuantitativa

Según Hernandez, et al. (2014) es la descripción de la realidad, lo que sucede con el fenómeno de estudio de una forma más objetiva en una realidad única, en la cual el sujeto es independiente del objeto, se utiliza la investigación cuantitativa para describir la influencia del semáforo nutricional en el comportamiento de compra de bebidas energizantes en estudiantes universitarios mediante una muestra estadísticamente representativa.

2.2.3 Alcance de la Investigación

Según Hernández (2014) señala que una investigación con un enfoque mixto puede tener un alcance exploratorio, descriptivo, correlacional o explicativo y del

alcance que se seleccione se determinarán los límites conceptuales y metodológicos del estudio. El alcance será descriptivo y correlacional con el fin de sistematizar las características y la relación que existen entre las diferentes variables que comprenden en el estudio.

2.2.3.1 Alcance descriptivo

Se caracteriza a través de un objeto de estudio o una situación concreta, señalar sus características y propiedades combinadas con ciertos criterios sirve para ordenar, sistematizar los objetos involucrados en la investigación Behar (2011). Para la presente investigación será útil identificar las características del estudiante y describir el comportamiento de compra de bebidas energizantes en estudiantes universitarios.

2.2.3.2 Alcance correlacional

La investigación se basa en cómo se relaciona con diversos fenómenos entre sí, o si por el contrario no existe relación entre ellos, en si se busca determinar el grado de relación entre dos variables Behar (2011). Para la presente investigación será útil la relación que existe entre el consumo de bebidas energizantes y el semáforo nutricional en estudiantes universitarios del Distrito Metropolitano de Quito.

2.2.4 Diseño de la investigación

El diseño a realizar será de tipo no experimental transeccional donde el investigador analiza los fenómenos tal y como ocurren naturalmente, sin intervenir en su desarrollo Behar (2011). Para la presente investigación se analiza el

comportamiento de compra de los estudiantes universitarios de bebidas energizantes de forma natural con el fin de obtener información para la investigación.

2.2.5 Fuentes de información

Según Gallego y Juncá (2010) definen a las fuentes de información como todos aquellos documentos, testimonios que satisfacen una necesidad, información y datos para una investigación, las mismas pueden ser de tipo primaria y secundaria.

2.2.5.1 Fuentes de información secundaria

Según Eduteka (2018) es información de alguna manera procesada u organizada de acuerdo con un criterio específico, comentarios, interpretaciones o críticas sobre una o más fuentes primarias, se utiliza las fuentes secundarias para realizar la investigación de carácter cualitativo permitiendo conocer las variables del constructo a medir. En la presente investigación las principales fuentes utilizadas son:

- Artículos científicos relacionados al semáforo nutricional
- Boletines de Senescyt 2018
- Informes y Reglamento del Ministerio de Salud Pública
- Trabajos de Investigación que complementen con información al estudio

2.2.5.2 Fuente de información primaria

Las fuentes de información primaria son toda información que se obtiene directamente del autor y por lo tanto no ha sido manipulada, interpretada o analizada Gallego y Juncá (2010). Se utiliza las fuentes primarias para realizar la investigación de carácter cualitativo para conocer la opinión de expertos sobre el fenómeno y sus

variables a estudiar además para la investigación cuantitativa para conocer el comportamiento del estudiante universitario y su consumo de bebidas energizantes.

2.2.6 Instrumentos

Un instrumento de recolección es aquel recurso que se utiliza en la investigación para obtener y registrar la información o datos acerca de las variables descritas en la hipótesis Hernández y Baptista (2014). Para la presente investigación se utiliza la entrevista para obtener información cualitativa además de las encuestas para obtener la información cuantitativa.

2.3 Definición de la Población y la Muestra

2.3.1 Población objetivo

La población objetivo son los estudiantes de universidades públicas del Distrito Metropolitano de Quito que consumen bebidas energizantes.

2.3.2 Muestra

La muestra es un subconjunto de la población objetivo de la cual se obtendrá la información necesaria siendo representativa para la investigación Hernández Fernanández y Baptista (2014). Para la presente investigación la muestra está conformada por los estudiantes de la Universidad Central del Ecuador y la Escuela Politécnica Nacional que consumen bebidas energizantes.

2.3.2.1 Marco Muestral

Es una lista de elementos que componen el universo que queremos estudiar y de la cual se extrae la muestra Ochoa (2015). Para la presente investigación estará

compuesta por la lista de estudiantes pertenecientes a la Universidad Central del Ecuador y la Escuela Politécnica Nacional que consumen bebidas energizantes.

2.3.2.2 Tipo de muestreo

La investigación utilizará un muestreo probabilístico estratificado, siendo probabilístico debido a que todos los elementos tienen la misma probabilidad de ser elegidos y estratificada ya que se subdivide en estratos en función de las características de la población López (2012). Para la presente investigación los estudiantes podrán ser elegidos con la misma probabilidad y los estratos serán mediante la universidad y por el nivel de semestre que estén cursando los estudiantes.

2.3.2.3 Cálculo de la muestra

Fórmula:

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

Dónde:

- **N**= tamaño de la población, número de estudiantes de universidades públicas del Distrito Metropolitano de Quito = 45224.
- **Z**= nivel de confianza (95%), valor de $z = 1,96$.
- **p**= probabilidad de éxito, quienes hayan consumido bebidas energizantes donde $p = 0,5$.
- **q**= probabilidad de fracaso, quienes no hayan consumido bebidas energizantes donde $q = 0,5$.
- **e**= es el error muestral que tendrá la investigación siendo su valor del 5%.

- n = tamaño de la muestra para su análisis.

Cálculo:

$$n = \frac{45224 * 1,96^2 * 0,5 * 0,5}{0,05^2 * (45224 - 1) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = 400 \text{ estudiantes a ser encuestados}$$

El número de encuestas a realizarse será de 400 a estudiantes de universidades públicas del Distrito Metropolitano de Quito.

2.3.2.4 Estratificación de la muestra

Se aplica dos niveles de estratificación, el primer nivel se distribuye el total de la muestra para cada universidad tomando en cuenta el número de estudiantes que tiene cada institución, lo cual se indica en la tabla 3.

Tabla 3
Estratificación por universidades

| Universidad Pública | Número de estudiantes | Peso % | # Encuestados |
|---------------------------------|-----------------------|--------|---------------|
| Universidad Central del Ecuador | 35760 | 79 % | 316 |
| Escuela Politécnica Nacional | 9464 | 21 % | 84 |
| Total | 45224 | 100 % | 400 |

Fuente: Escuela Politécnica Nacional (2018) y Universidad Central del Ecuador (2018)

En el segundo nivel de estratificación se distribuye el total de la muestra para la Universidad Central del Ecuador y la Escuela Politécnica Nacional, tomando en cuenta los semestres académicos y el número de estudiantes, agrupados en tres niveles, lo cual se evidencia en la tabla 4.

Tabla 4
Estratificación por niveles de semestres por cada universidad

| Nivel de semestre | Número de estudiantes | Peso % | # Encuestados |
|---------------------------------|-----------------------|--------|---------------|
| Universidad Central del Ecuador | | | |
| 1-3 | 14385 | 40 % | 127 |
| 4-6 | 11740 | 33 % | 104 |
| 7-10 | 9635 | 27 % | 85 |
| Total | 35760 | 100 % | 316 |
| Escuela Politécnica Nacional | | | |
| 1-3 | 3375 | 36 % | 30 |
| 4-6 | 3108 | 33 % | 28 |
| 7-10 | 2981 | 31 % | 26 |
| Total | 9464 | 100 % | 84 |

Fuente: Universidad Central del Ecuador (2018), Escuela Politécnica Nacional (2018)

2.4 Diseño de instrumentos

2.4.1 Diseño de la entrevista

En el diseño cualitativo el levantamiento de información de fuentes primarias se realizará mediante entrevistas que tiene como propósito identificar las variables del consumo de bebidas energizantes en estudiantes universitarios y los elementos del semáforo nutricional, la entrevista final diseñada en función de la matriz de variables sistematiza en la tabla 2, se encuentra en el anexo 1.

2.4.2 Diseño de la encuesta

En el diseño cuantitativo el levantamiento de información de fuentes primarias se realizará mediante encuestas que tiene como propósito identificar la influencia del semáforo nutricional en estudiantes consumidores de bebidas energizantes, la encuesta final diseñada en función de la matriz de variables sistematizada en la tabla 2, se encuentra en el anexo 2.

2.4.3 Validación del instrumento

La validación del instrumento se realiza mediante la aprobación de tres docentes conocedores del tema pertenecientes al Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y de Comercio.

2.4.3.1 Alfa de Cronbach

Según Quero (2010) afirma que el Alfa de Cronbach es un coeficiente que permite medir la consistencia de las preguntas de un instrumento utilizando el promedio de las correlaciones o varianzas entre las preguntas, la aceptación del coeficiente se da mediante a mayor aproximación a 1, existe una mayor fiabilidad del instrumento por lo tanto se considera que hay consistencia interna entre las preguntas.

El Alfa de Cronbach para los ítems analizados sobre el consumo de bebidas energizantes por parte de estudiantes de universidades públicas del Distrito Metropolitano de Quito, se obtiene mediante el software IBM Statistics SPSS dando como resultado un valor de 0,866 determinando que los ítems analizados en la presente investigación son fiables y valederos para nuestro estudio, lo cual se evidencia en la tabla 5.

Tabla 5
Alfa de Cronbrach

| Estadísticas de fiabilidad | |
|-----------------------------------|----------------|
| Alfa de Cronbach | N de elementos |
| 0,866 | 26 |

2.5 Procedimiento para la recolección de datos

2.5.1 Entrevistas

La recolección de datos para entrevistas se realiza mediante tres especialistas en el área de ciencias médicas pertenecientes al comité de investigaciones de postgrados y administración de la salud de la Universidad Central del Ecuador.

2.5.2 Encuesta

La recolección de datos para las encuestas en primera instancia se realiza a los estudiantes de la Universidad Central del Ecuador, en segunda instancia se realiza a estudiantes de la Escuela Politécnica Nacional, lo que permitirá conseguir datos fiables.

2.6 Trabajo de campo

2.6.1 Entrevistas

Se realizará la entrevista a cada uno de los tres expertos del área de ciencias médicas en diferentes días bajo su predisposición hacia el estudiante investigador, siendo la recolección de datos mediante una grabación de audio por cada intervención.

2.6.2 Encuestas

Se realizará las encuestas a los 400 estudiantes aleatoriamente dentro de cada uno de los campus universitarios, garantizando las encuestas a cumplir el número del tamaño de la muestra por cada uno de los estratos, se procederá de la siguiente manera, identificar carreras y cursos de los diferentes niveles de cada universidad, una vez identificado los estratos se aplicará la encuesta, logrando obtener datos claros

y precisos de los estudiantes de universidades públicas del DMQ, para lo cual se consideró:

- Revisión del instrumento, el cual se encuentre en perfecto estado.
- Revisión de la encuesta que se encuentre contestada correctamente.

Finalmente se obtendrá los datos requeridos de estudiantes de universidades públicas del DMQ, siendo el único instrumento de recolección de datos el formulario impreso, el cual se encuentra en el anexo 2.

CAPÍTULO: III RESULTADOS

3.1 Estudio cualitativo

Se realiza el estudio cualitativo mediante entrevistas a tres expertos en el área de ciencias médicas pertenecientes al comité de investigaciones de postgrados y administración de la salud de la Universidad Central del Ecuador.

3.1.1 Análisis de datos

Las entrevistas realizadas reposan en archivos digitales del investigador por lo cual se realiza un análisis de los resultados, determinando los principales hallazgos encontrados a continuación en la tabla 6.

Tabla 6
Hallazgos de entrevistas

| Preguntas | Respuestas |
|---|---|
| ¿Qué opina usted del semáforo nutricional en bebidas energizantes y el consumo por parte de los estudiantes universitarios del DMQ? | <ul style="list-style-type: none"> • 6 de cada 10 estudiantes lo consumen. • El semáforo nutricional es visualizado, pero no contemplado al momento de su compra. • Ha sido desarrollado para una mayor y mejor comprensión por parte del consumidor. |
| ¿Usted considera como una fuente principal de energía para estudiantes del DMQ durante sus jornadas académicas? | <ul style="list-style-type: none"> • No se considera como una fuente de energía. • Se puede generar la misma energía a través de una alimentación rica y sana. • Son fuentes de energía temporal de cafeína y taurina. |
| ¿Usted considera que el semáforo nutricional ha ayudado a decidir a los estudiantes consumir bebidas energizantes con bajo contenido de azúcar? | <ul style="list-style-type: none"> • Sí, ha disminuido en pequeñas proporciones el consumo de bebidas energizantes por un bajo contenido de azúcar. • Se ha considerado optar por bebidas energizantes con bajo contenido de azúcar, pero no se ha dejado de consumirlas. |
| ¿Usted considera que la información presentada en el empaque de las | <ul style="list-style-type: none"> • Carece de información de sus componentes y elementos de elaboración. |

CONTINÚA 

| | |
|---|---|
| <p>bebidas energizantes es la adecuada o carece de alguna mayor información?</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Falta de información respecto a los efectos secundarios que produciría. • Se ha ideado el semáforo nutricional como una herramienta más impactante visual al evaluar un producto de manera rápida. |
| <p>¿Cómo afecta el consumo excesivo de bebidas energizantes en los estudiantes universitarios?</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Afecta a los estudiantes en su salud a largo plazo, además de su economía. • Alteración de ánimo, obesidad, diabetes e insomnio. |
| <p>¿Cree usted que habría alguna forma correcta de informar a los estudiantes para que decidan optar por otra fuente de energía para sus jornadas académicas?</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Crear una política de estado que regularice la comercialización y consumo de bebidas energizantes. • La principal fuente de energía es una alimentación sana y balanceada. |
| <p>¿Desde su perfil profesional, usted consideraría que las bebidas energizantes afectan a la salud de los estudiantes?</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Totalmente, las bebidas energizantes son factores de riesgo, que pueden provocar enfermedades futuras si no existe un control y uso adecuado. |
| <p>¿Usted considera que la comunidad universitaria influye a los estudiantes a consumir bebidas energizantes con alto y bajo contenido de azúcar?</p> | <ul style="list-style-type: none"> • El grupo social de los estudiantes influyen en el consumo de bebidas energizantes. • Los medios de comunicación son medios que incitan su consumo. |
| <p>¿Desde su punto de vista porque muchos estudiantes a pesar de las sugerencias profesionales y el nuevo sistema de etiquetado continúan consumiendo las bebidas energizantes?</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Por el desconocimiento de los efectos secundarios que pueden causar a corto y largo plazo en su salud. • Por la influencia social tanto los pares como los medios de comunicación. • Percepción errónea al ingerirlas, no eleva su nivel intelectual, lo cual ellos buscan. |
| <p>Cuál sería su recomendación frente al consumo de bebidas energizantes</p> | <p>No consumirlas y si lo hacen realizarlas en una adecuada proporción.</p> |

Conclusiones

- Los estudiantes universitarios consumen regularmente bebidas energizantes.
- Los estudiantes visualizan el semáforo nutricional, pero hacen caso omiso de sus componentes durante su compra.
- La comunidad universitaria y los medios de comunicación influyen en el consumo de bebidas energizantes.
- El consumo de bebidas energizantes no garantiza un incremento en el nivel intelectual o académico de los estudiantes, sin embargo provoca un estado anímico temporal, considerado como óptimo durante sus jornadas académicas.

3.2 Estudio cuantitativo

El estudio se desarrolla con los datos obtenidos a través de las encuestas realizadas a 400 estudiantes de las universidades públicas del DMQ, utilizando para ello el software IBM Statistics SPSS.

3.2.1 Análisis de datos descriptivos

Pregunta 1.- ¿Usted consume bebidas energizantes?

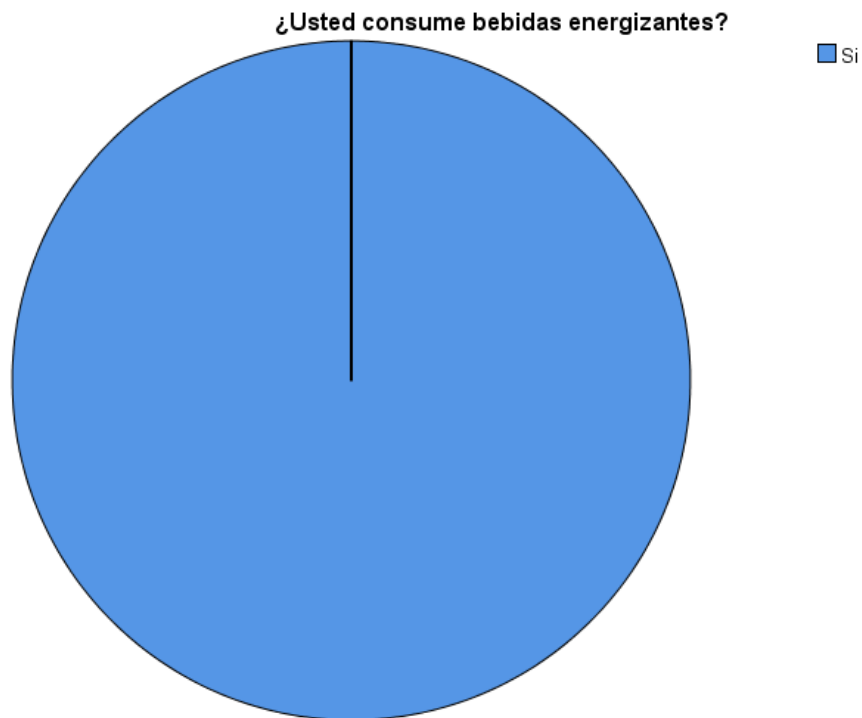


Figura 10. Consumo de bebidas energizantes

Interpretación.- Tomando en cuenta la población objetivo del estudio, son los estudiantes de universidades públicas que consumen bebidas energizantes, por lo cual se obtiene el 100% de las encuestas realizadas.

Pregunta 2.- ¿Cuál es su edad?

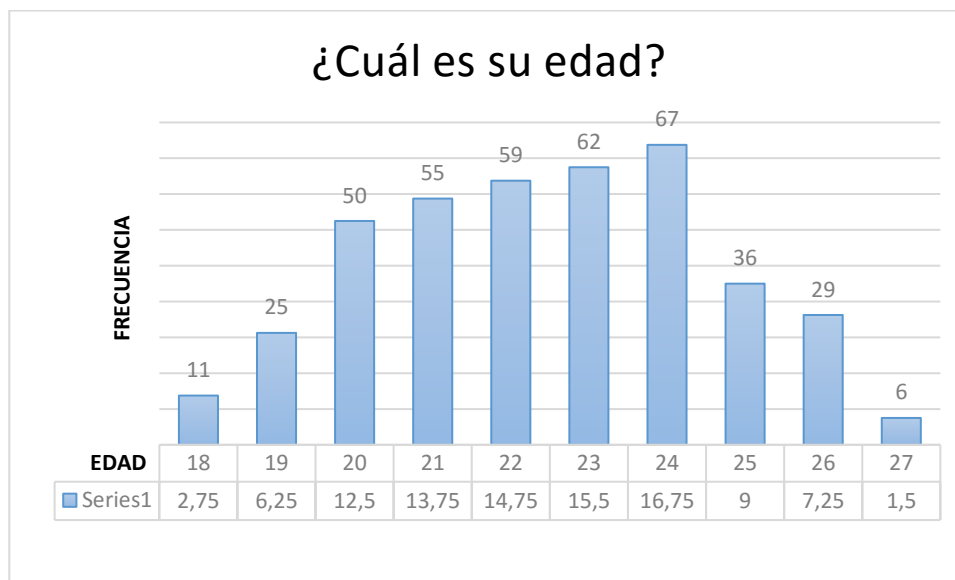


Figura 11. Edad de los consumidores de bebidas energizantes

Interpretación.- Se evidencia que existe un rango de edad entre 18 a 27 años de edad, siendo la mayor concentración de estudiantes con 24 años de edad con un 16,75% seguido por los de 23 años con un 15,50%, los de 22 años con un 14,75%, los de 21 años con un 13,75%, los de 20 años con un 12,5%, los de 25 años con un 9%, los de 26 años con un 7,25%, los 19 años con un 6,25%, los de 18 años con un 2,75% y finalmente los estudiantes de 27 años con apenas del 1,5%.

Pregunta 3.- ¿Indique su género?

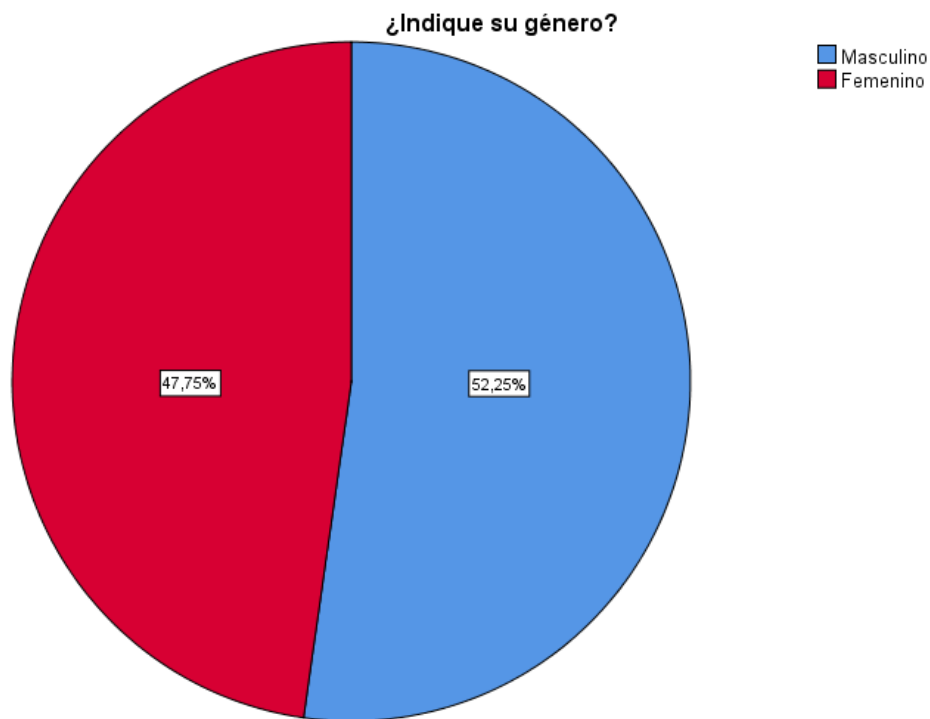


Figura 12. Género de consumidores de bebidas energizantes

Interpretación.- El consumo de bebidas energizantes en los estudiantes universitarios refleja que el género masculino consume un 52,25% y el género femenino un 47,75% de los estudiantes encuestados.

Pregunta 4.- ¿Por favor indiqué el nivel de semestre que está cursando?

Tabla 7

Estratificación por nivel de semestre de estudiantes encuestados

| Por favor indiqué el nivel de semestre que está cursando | | | | | |
|--|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| | 1 a 3 Nivel | 157 | 39,2 % | 39,2 | 39,3 |
| | 4 a 6 Nivel | 132 | 33,0 % | 33,0 | 72,3 |
| | 7 a 10 Nivel | 111 | 27,8 % | 27,8 | 100,0 |
| | Total | 400 | 100 % | 100,0 | |

Interpretación.- La tabla 7 refleja la distribución del número de estudiantes encuestados a través de la estratificación de la muestra por niveles, obteniendo el primer segmento un 39,2%, seguido por el segundo segmento con un 33% y finalmente el tercer segmento con un 27,8%.

Pregunta 5.- ¿A qué facultad universitaria usted pertenece?

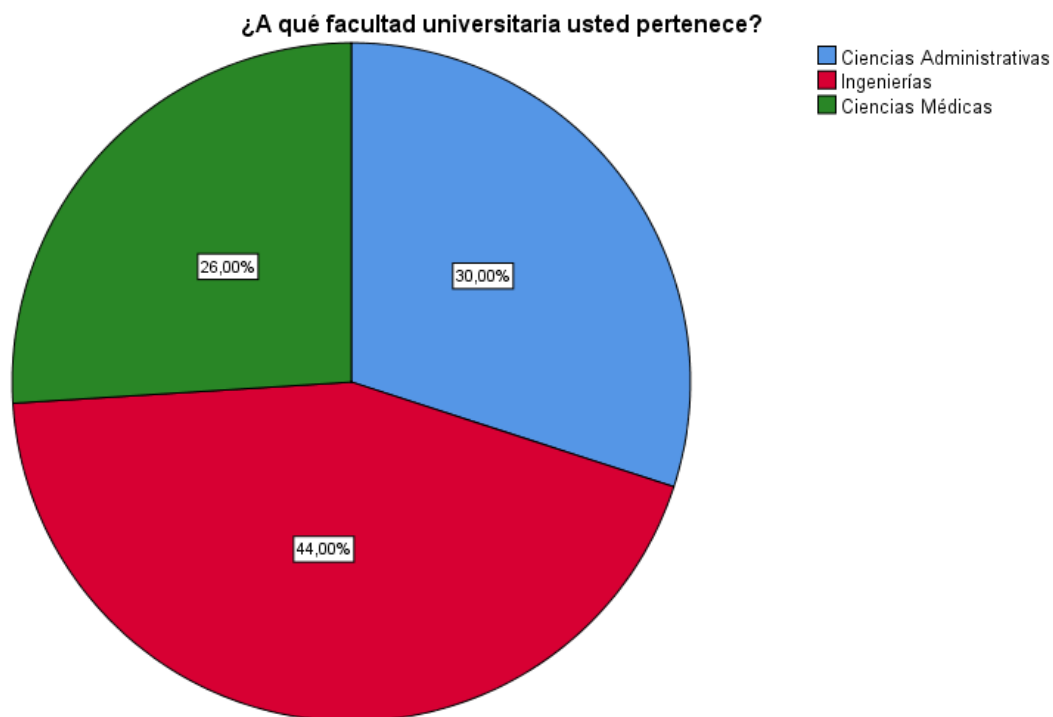


Figura 13. Facultad de estudiante encuestado

Interpretación.- Se evidencia que el mayor número de estudiantes encuestados son de ingenierías con el 44% seguido de la facultad de ciencias administrativas con un 30% y finalmente la facultad de Ciencias Médicas con un 26%, referente a las encuestas realizadas a estudiantes universitarios de instituciones públicas.

Pregunta 6.- ¿A qué universidad usted pertenece?

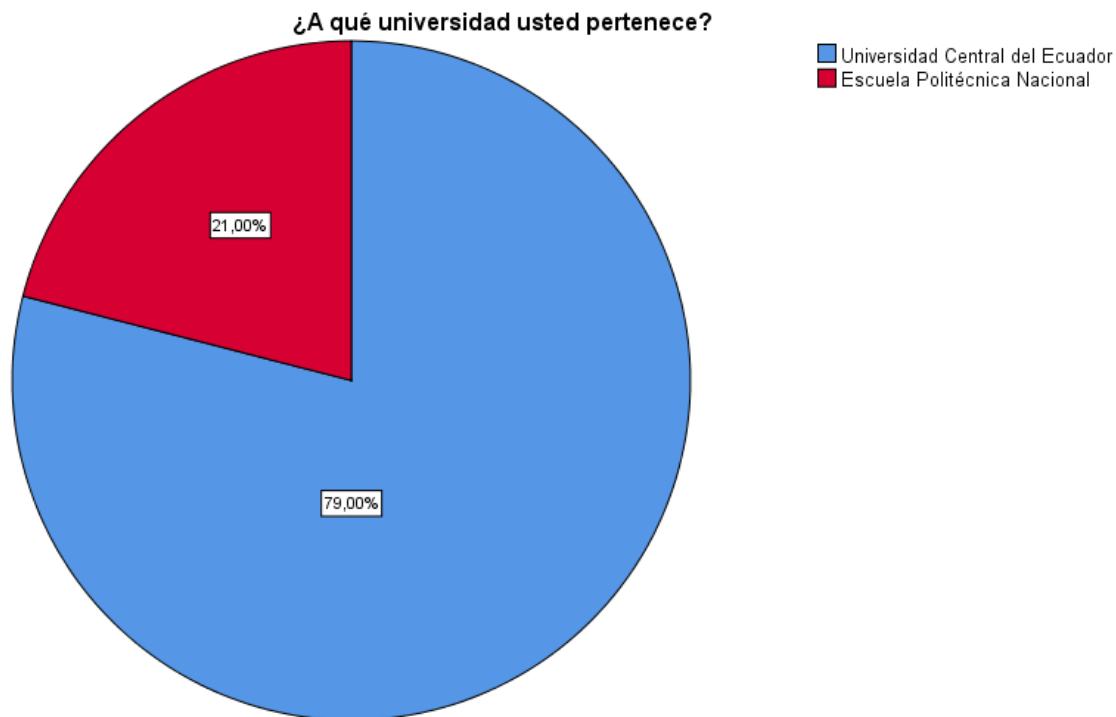


Figura 14. Universidad del estudiante

Interpretación.- A través de la estratificación de la muestra por universidades, se obtiene los estudiantes pertenecientes a la Universidad Central del Ecuador con el 79%, seguido de la Escuela Politécnica Nacional con el 21%.

Pregunta 7.- ¿Usted consume bebidas energizantes por?

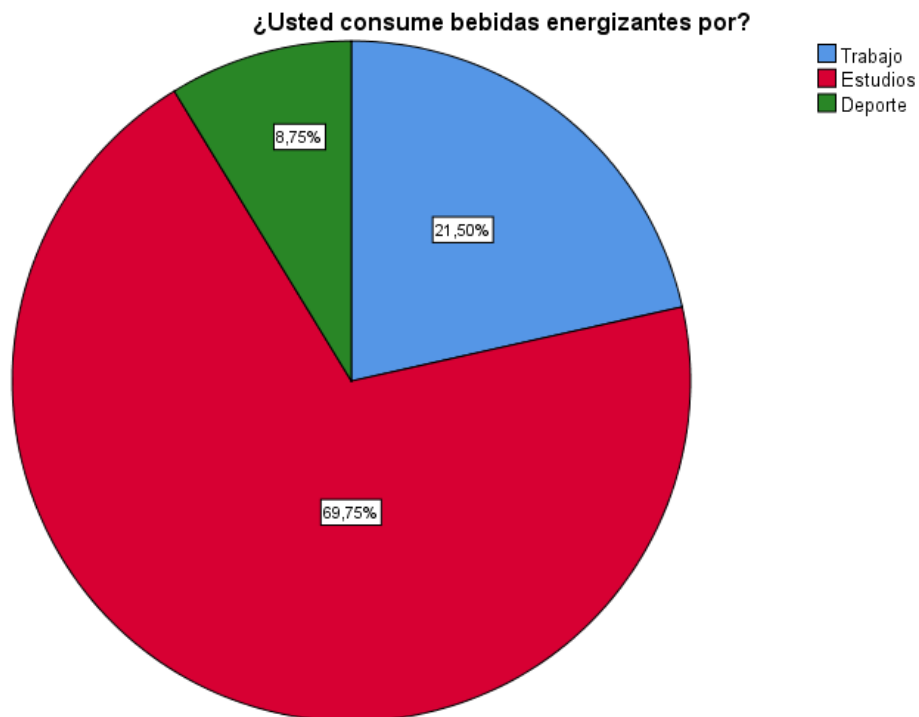


Figura 15. Motivo de consumo de bebidas energizantes

Interpretación.- Se evidencia que la mayor concentración de estudiantes encuestados consumen bebidas energizantes por motivos de estudios obteniendo el 69,75%, además del 21,50% por trabajo y finalmente un 8,75% por deporte.

Pregunta 8.- ¿Usted obtiene información de bebidas energizantes mediante?

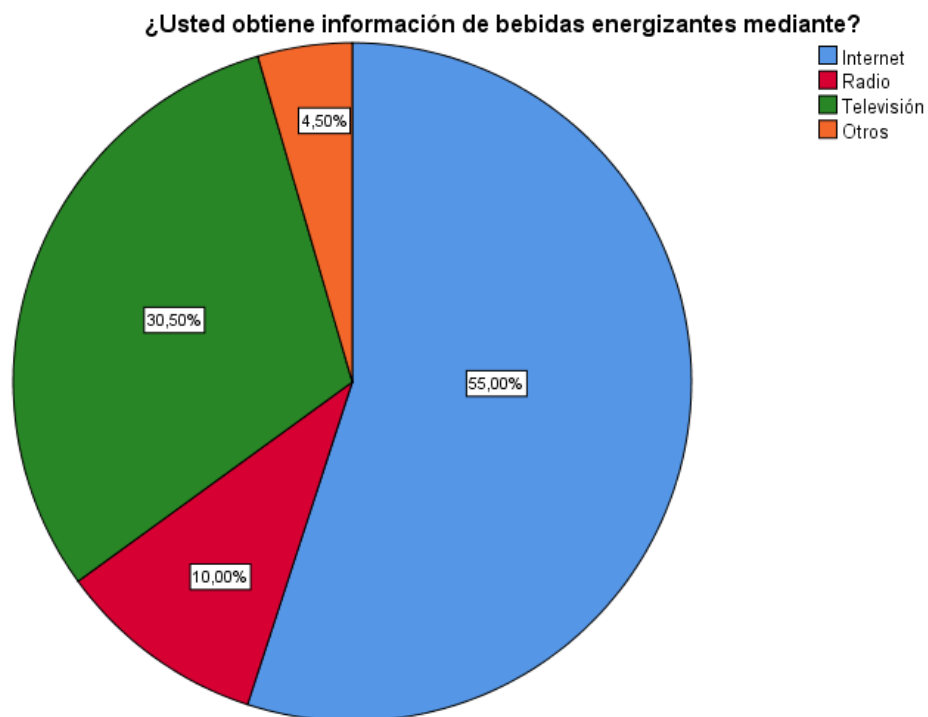


Figura 16. Información de bebidas energizantes

Interpretación.- Se evidencia que el mayor número de estudiantes con un 55% obtienen información mediante internet, seguido de la televisión con un 30,50%, además la radio con apenas del 10% y solamente el 4,50% aseguran obtener información mediante otro medio.

Pregunta 9.- ¿Cuál de los siguientes aspectos es el más importante al momento de comprar una bebida energizante?

¿Cuál de los siguientes aspectos es el más importante al momento de comprar una bebida energizante?

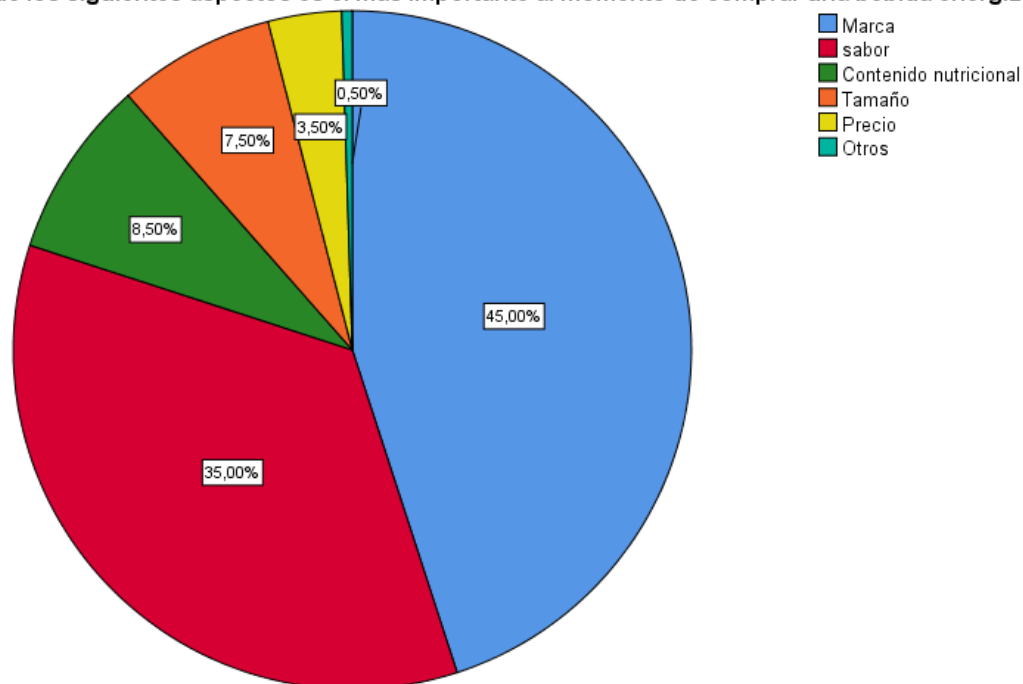


Figura 17. Aspectos importantes al consumir una bebida energizante

Interpretación.- En cuanto a los aspectos más importantes al momento de comprar una bebida energizante son su sabor con un 45%, la marca de la bebida con un 35%, el contenido nutricional con un 8,50%, el tamaño con un 7,50% y en una menor relevancia el precio al tener apenas un 3,50% y finalmente un 0,50% de estudiantes encuestados consideran “Otros” aspectos al consumir bebidas energizantes.

Pregunta 10.- ¿Cuánto gasta en promedio semanalmente en bebidas energizantes?

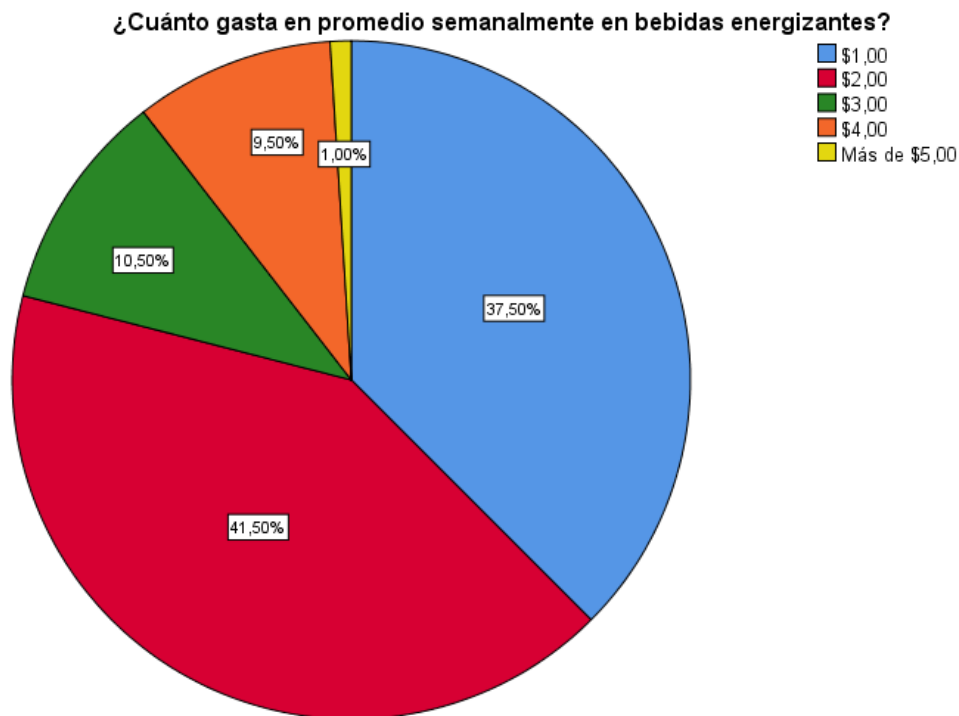


Figura 18. Gasto promedio de bebidas energizantes

Interpretación.- En cuanto al gasto promedio semanalmente es de \$2,00 con un 41,50%, seguido por \$1,00 con un 37,50%, el 10,50% por \$3,00, además de un 9,50% por \$4,00 y finalmente por un consumo de más de \$5,00 con un 1% semanalmente por los estudiantes encuestados.

Pregunta 11.- ¿Qué bebida energizante usted consume?

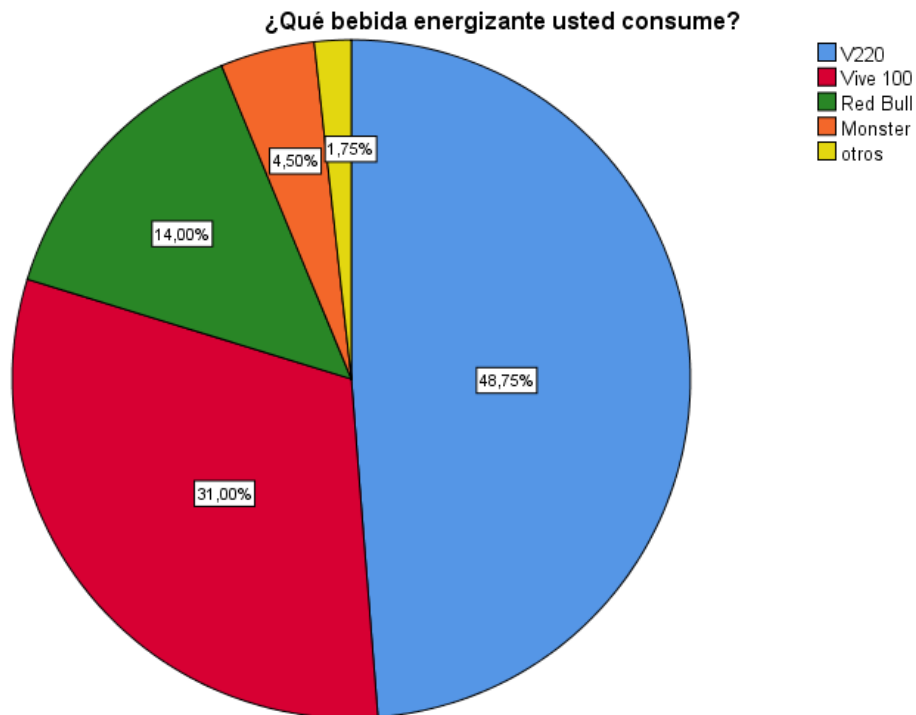


Figura 19. Marca de consumo

Interpretación.- En cuanto a la bebida de mayor consumo es el energizante “V220” con un 48,75%, “Vive 100” con un 31%, seguido de las bebidas “Red Bull” con un 14% y en un menor consumo por Monster con un 4,50%, además de evidenciar un pequeño segmento de estudiantes al consumir “Otras bebidas” con tan solo un 1,75%.

Pregunta 12.- ¿Con que frecuencia usted consume bebidas energizantes de 600ml a la semana?

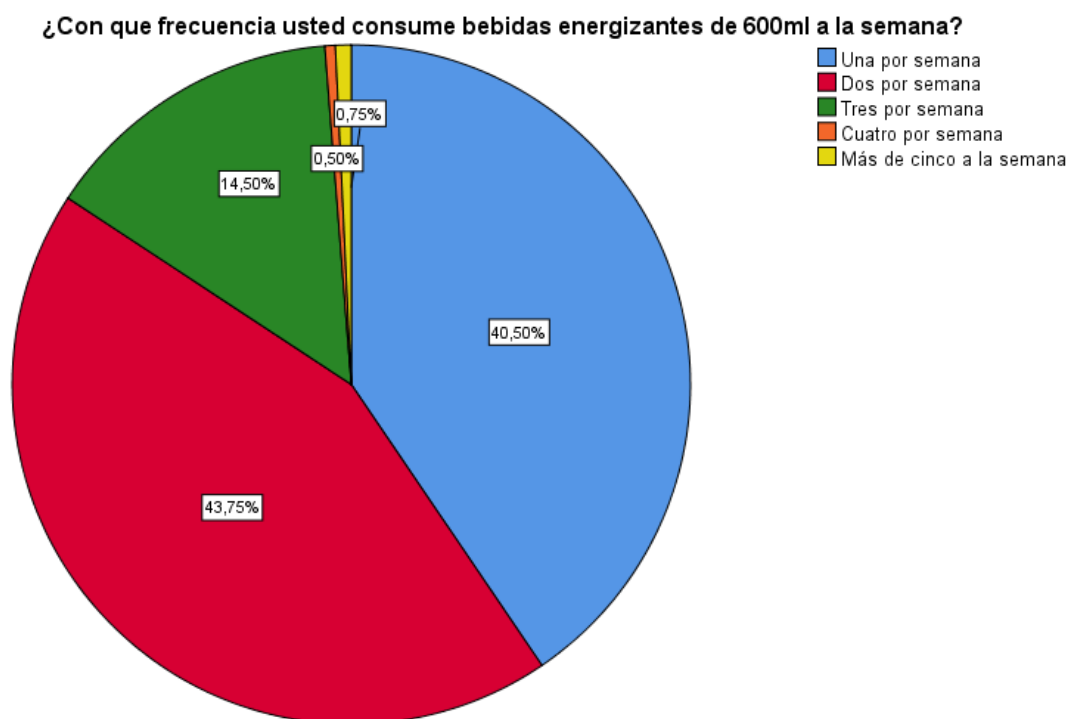


Figura 20. Frecuencia de consumo

Interpretación.- En cuanto a la frecuencia de consumo son dos bebidas por semana con un 43,75%, una bebida por semana con un 40,50%, tres bebidas por semana con un 14,50%, finalmente el consumo de 4 y más de 5 bebidas por semana es inferior al uno por ciento siendo de 0,50% y el 0,75% respectivamente en los encuestados.

Pregunta 13.- ¿En dónde usted compra bebidas energizantes?

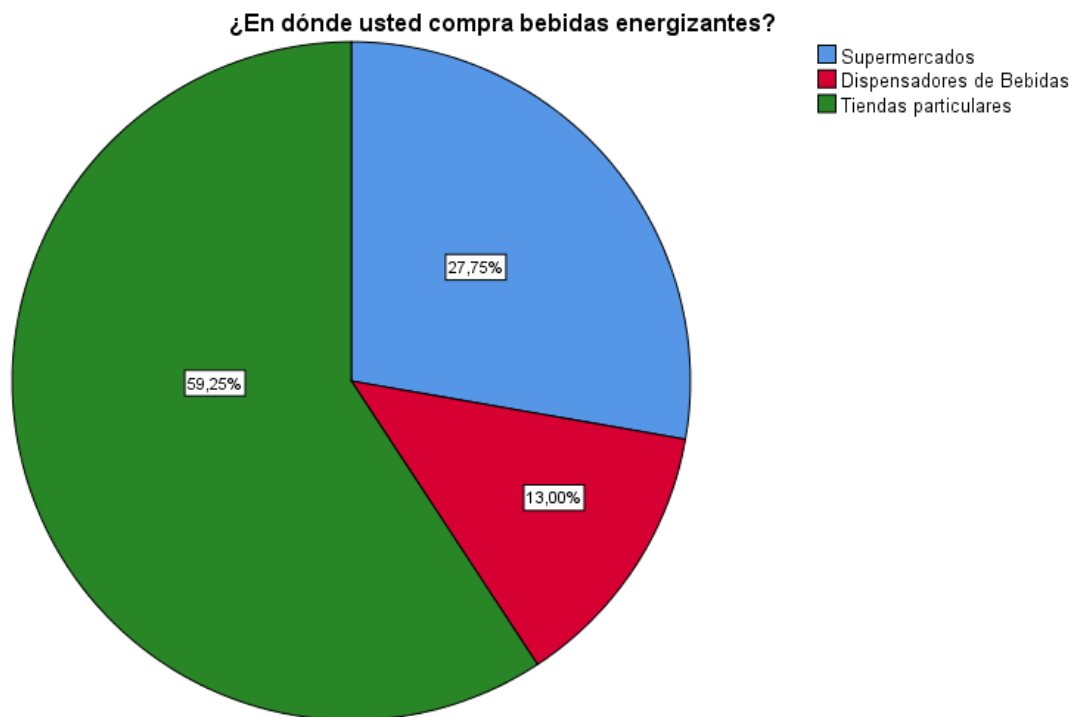


Figura 21. Lugar de compra

Interpretación.- Se evidencia que el lugar de mayor compra es en tiendas particulares con un 59,25%, seguido por supermercados con un 22,75% y finalmente en dispensarios de bebidas con tan solo un 13% de los estudiantes encuestados.

Pregunta 14.- ¿Usted está satisfecho por el consumo de bebidas energizantes de su preferencia?

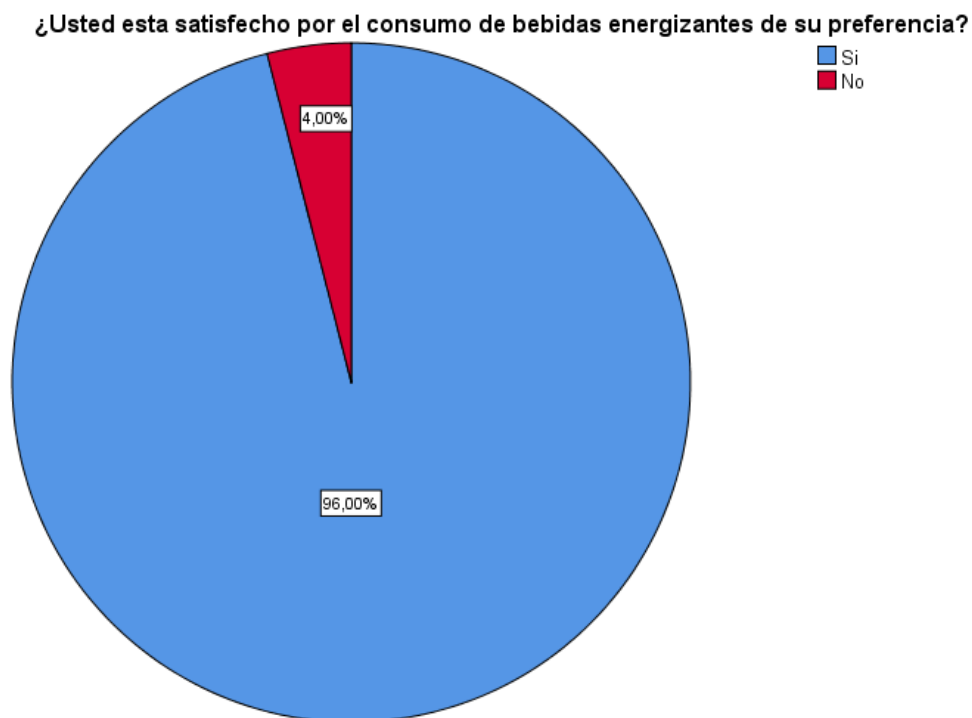


Figura 22. Satisfacción

Interpretación.- En cuanto a la satisfacción de consumir bebidas energizantes de su preferencia por parte de los estudiantes de universidades públicas del Distrito Metropolitano, se puede evidenciar que el 96% se encuentran satisfechos por su consumo mientras que un 4% aseguraron no estarlo.

Pregunta 15.- ¿El semáforo nutricional incide en su proceso de compra de bebidas energizantes?

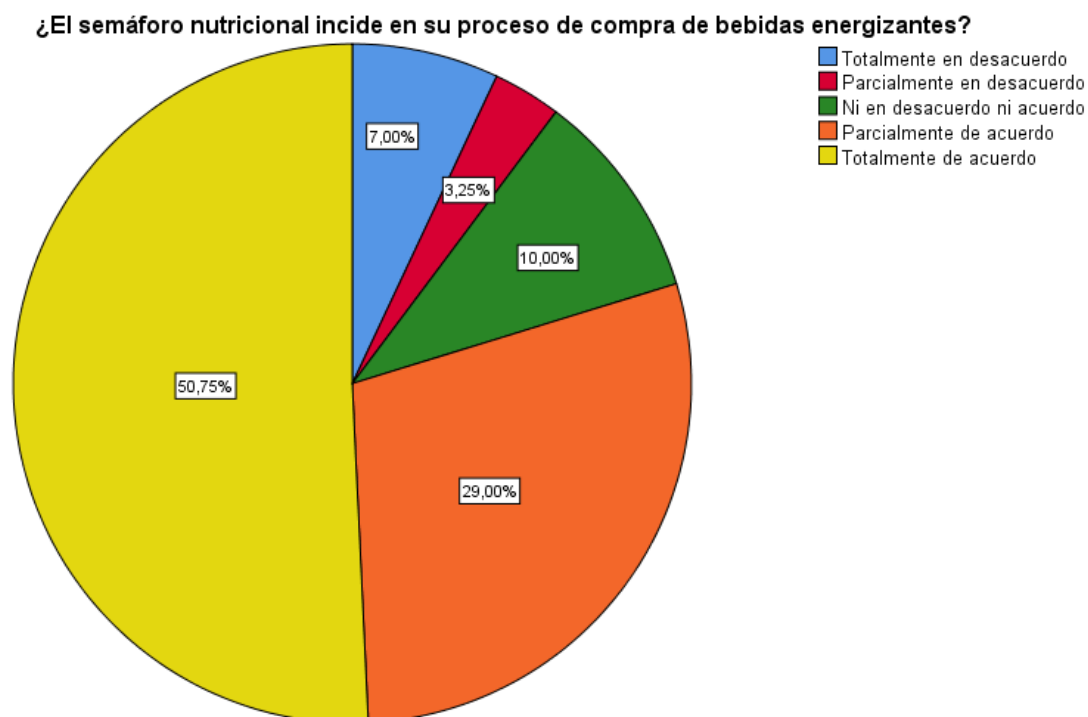


Figura 23. Incidencia del semáforo nutricional en el proceso de compra de bebidas energizantes

Interpretación.- En cuanto al semáforo nutricional incide en el proceso de compra de bebidas energizantes, los estudiantes encuestados se encuentran en “Totalmente de acuerdo” con un 50,75%, seguido de “Parcialmente de acuerdo” con un 29%, un 10% en estar “Ni en desacuerdo ni acuerdo”, además de un 7% estar en “Totalmente en desacuerdo” y “Parcialmente en desacuerdo” con un 3,25% en su proceso de compra.

Pregunta 16.- ¿Me agrada tomar en cuenta el semáforo nutricional al consumir bebidas energizantes antes durante y después de mis jornadas académicas?

¿Me agrada tomar en cuenta el semáforo nutricional al consumir bebidas energizantes antes durante y después de mis jornadas académicas?

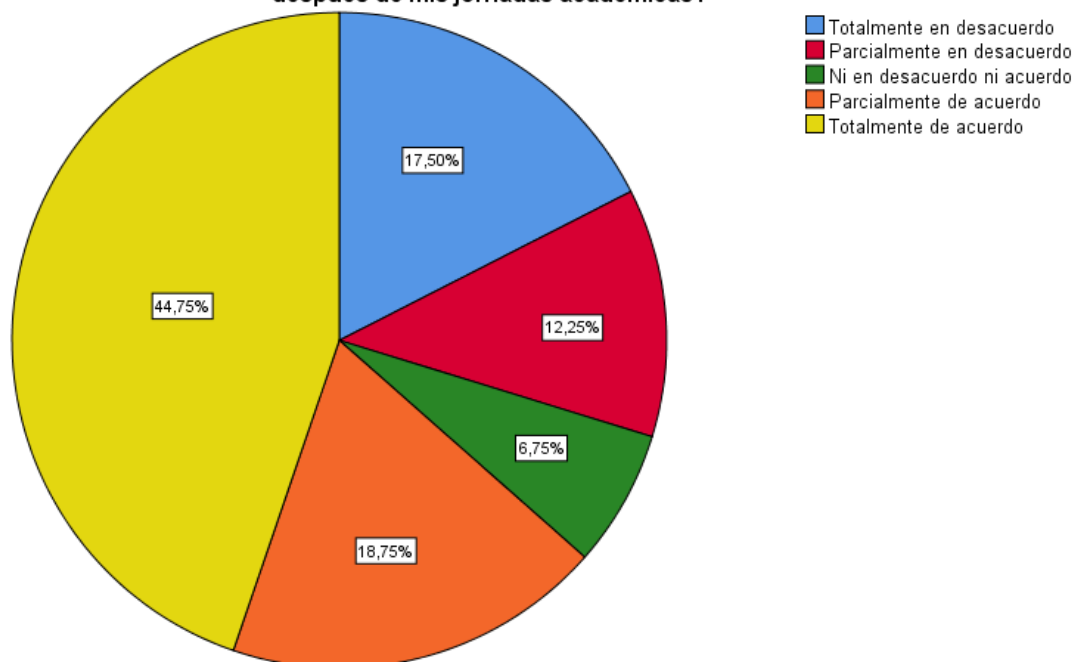


Figura 24. Me agrada tomar en cuenta el semáforo nutricional en mis jornadas académicas

Interpretación.- En cuanto a me agrada tomar en cuenta el semáforo nutricional al consumir bebidas energizantes antes, durante y después de mis jornadas académicas se determinó que los estudiantes se encuentran en “Totalmente de acuerdo” un 44,75%, seguido de “Parcialmente de acuerdo” un 18,75%, un 17,50% en estar “Totalmente en desacuerdo”, además de un 12,25% en estar “Parcialmente en desacuerdo” y un 6,75% estar “Ni en desacuerdo ni acuerdo”.

Pregunta 17.- ¿Considera que el semáforo nutricional de las bebidas energizantes que usted ha seleccionado ha influido de manera positiva en sus actividades académicas?

¿Considera que el semáforo nutricional de las bebidas energizantes que usted ha seleccionado ha influido de manera positiva en sus actividades académicas?

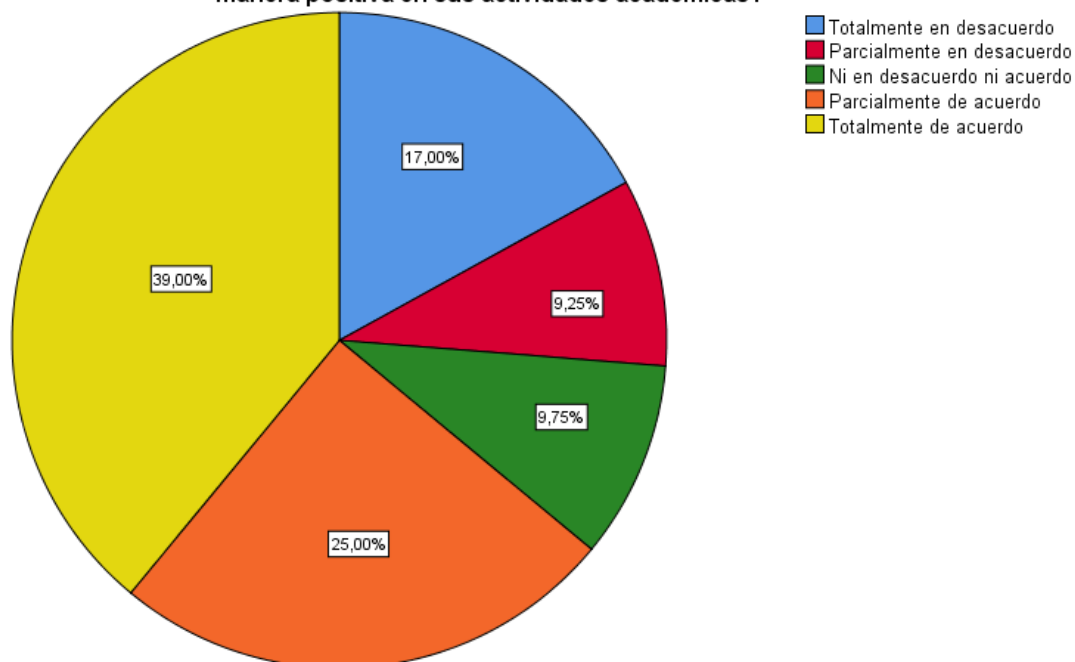


Figura 25. Resultados positivos en actividades académicas

Interpretación.- En cuanto considera que el semáforo nutricional de las bebidas energizantes que usted ha seleccionado ha influido de manera positiva en sus actividades académicas se determinó que los estudiantes se encuentran en “Totalmente de acuerdo” con un 39%, seguido de “Parcialmente de acuerdo” con un 25%, además de un 17% en estar “Totalmente en desacuerdo”, un 9,75% en estar “Ni en desacuerdo ni acuerdo” y un 9,25% estar “Parcialmente en desacuerdo”.

Pregunta 18.- ¿Considera que su consumo de bebidas energizantes con alto contenido de azúcar ha disminuido?

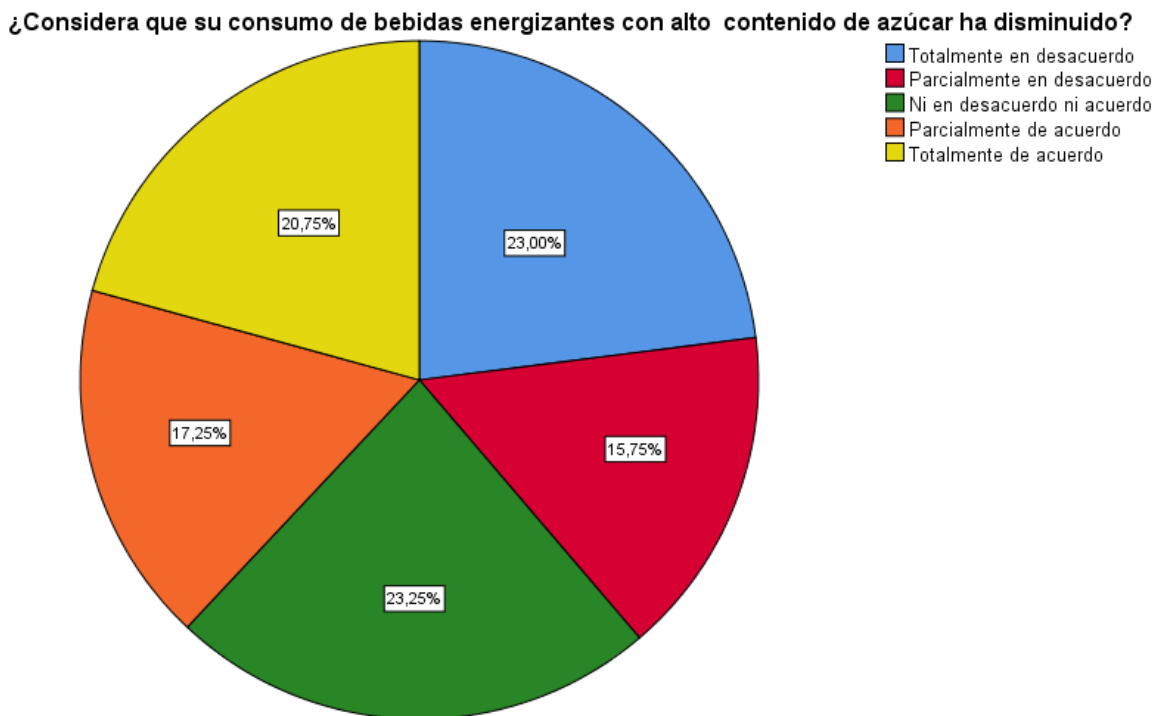


Figura 26. Consumo de bebidas energizantes con alto contenido de azúcar ha disminuido

Interpretación.- En cuanto en considera que su consumo de bebidas energizantes con alto contenido de azúcar ha disminuido se determinó que los estudiantes encuestados se encuentran en “Ni desacuerdo ni acuerdo” con un 23,25%, seguido de “Totalmente en desacuerdo” con un 23%, un 20,75% estar en “Totalmente de acuerdo”, un 17,25% estar “Parcialmente de acuerdo” y un 15,75% estar “Parcialmente en desacuerdo”.

Pregunta 19.- ¿La opinión de mis compañeros influye en la selección del semáforo nutricional al momento de consumir bebidas energizantes?

¿La opinión de mis compañeros influye en la selección del semáforo nutricional al momento de consumir bebidas energizantes?

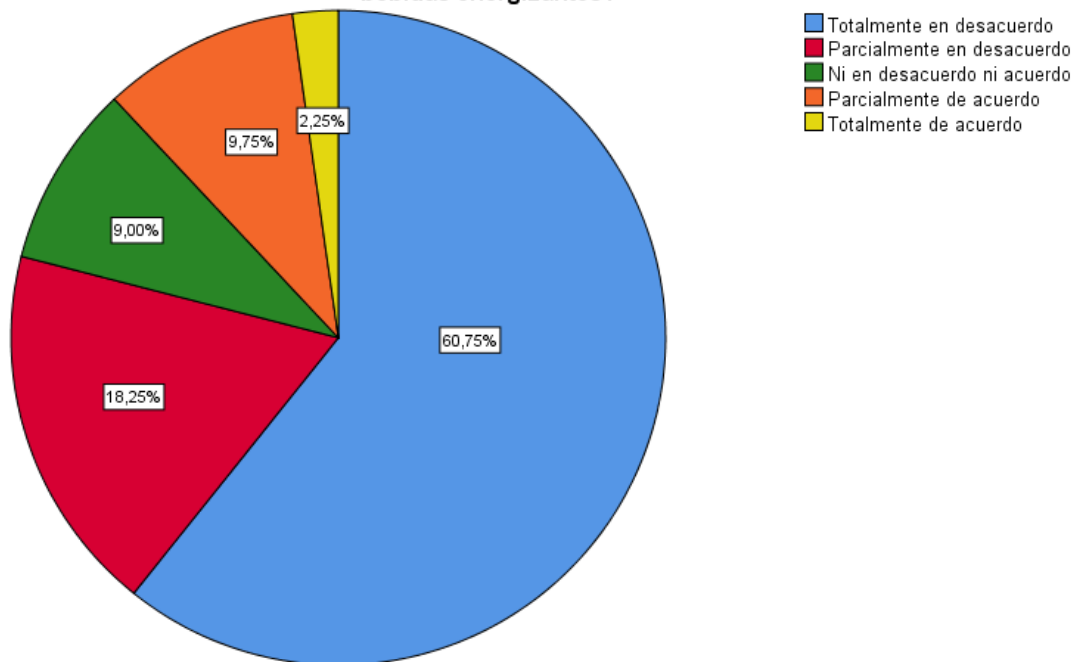


Figura 27. Opinión de Compañeros

Interpretación.- En cuanto a la opinión de mis compañeros influye en la selección del semáforo nutricional al momento de consumir bebidas energizantes, se determinó que los estudiantes encuestados se encuentran en “Totalmente en desacuerdo” con un 60,75%, seguido de “Parcialmente en desacuerdo” con un 18,25%, un 9,75% en estar “Parcialmente de acuerdo”, un 9% estar en “Ni en desacuerdo ni acuerdo” y finalmente un 2,25% en estar “Totalmente de acuerdo”.

Pregunta 20.- ¿Considera que sus compañeros puedan influir en su consumo de nuevas bebidas energizantes de bajo contenido en azúcar “Semáforo Verde”?

¿Considera que sus compañeros puedan influir en su consumo de nuevas bebidas energizantes de bajo contenido en azúcar "Semáforo Verde"?

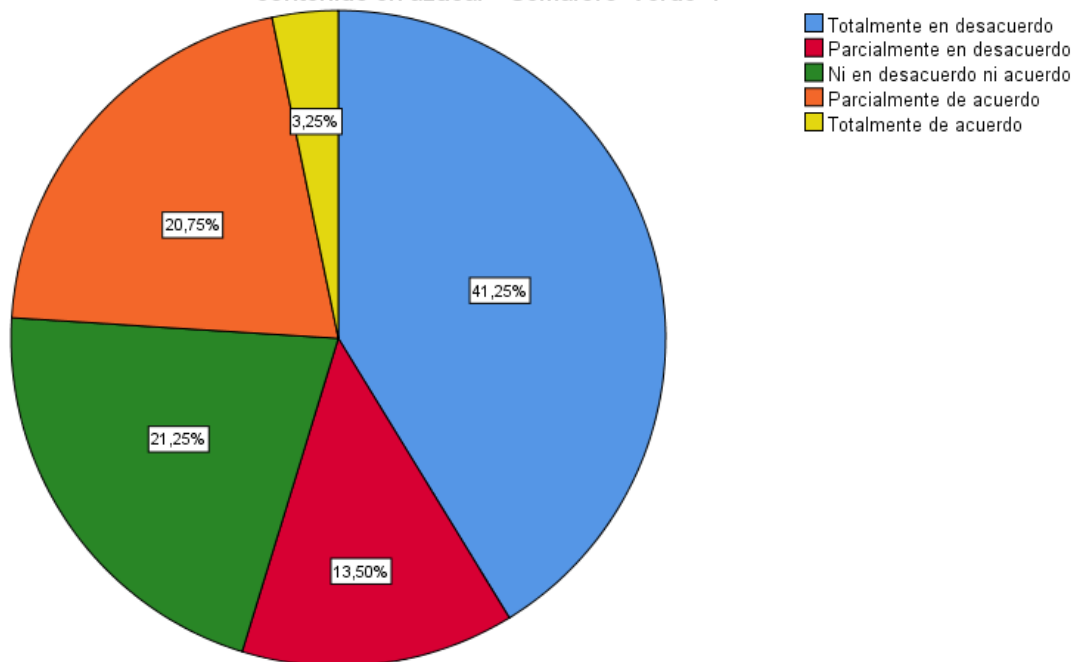


Figura 28. Influencia de compañeros en el consumo de bebidas energizantes con bajo contenido de azúcar

Interpretación.- En cuanto en considera que sus compañeros puedan influir en su consumo de nuevas bebidas energizantes de bajo contenido en azúcar “Semáforo Verde” se determinó que los estudiantes se encuentran en “Totalmente en desacuerdo” con un 41,25%, seguido de “Ni en desacuerdo ni acuerdo” con un 21,25%, un 20,75% en estar “Parcialmente de acuerdo”, un 13,50% estar parcialmente en desacuerdo y un 3,25% estar “Totalmente de acuerdo”.

Pregunta 21.- ¿Personas importantes para mi esperan que yo consuma bebidas energizantes con bajo contenido de azúcar “Semáforo Verde”?

¿Personas importantes para mi esperan que yo consuma bebidas energizantes con bajo contenido de azúcar “Semáforo Verde”?

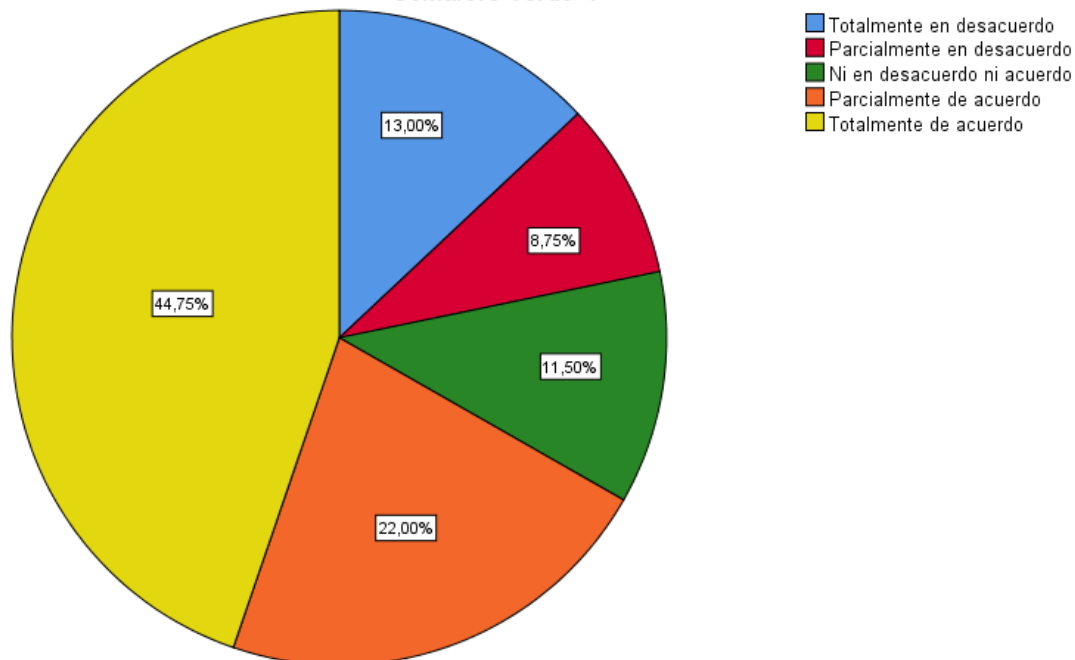


Figura 29. Influencia de personas importantes en el consumo de bebidas energizantes con semáforo verde

Interpretación.- En cuanto a personas importantes para mi esperan que yo consuma bebidas energizantes con bajo contenido de azúcar” “Semáforo Verde” se determinó que los estudiantes se encuentran en “Totalmente de acuerdo” con un 44,75%, seguido de “Parcialmente de acuerdo” con un 22%, un 13% en estar en “Totalmente en desacuerdo”, seguido de un 11,50% en estar “Ni en desacuerdo ni acuerdo” y un 8,75% estar “Parcialmente en desacuerdo”.

Pregunta 22.- ¿Considera que la comunidad universitaria influye por un mayor consumo de bebidas energizantes con semáforo rojo en azúcar?

¿Considera que la comunidad universitaria influye por un mayor consumo de bebidas energizantes con semáforo rojo en azúcar?

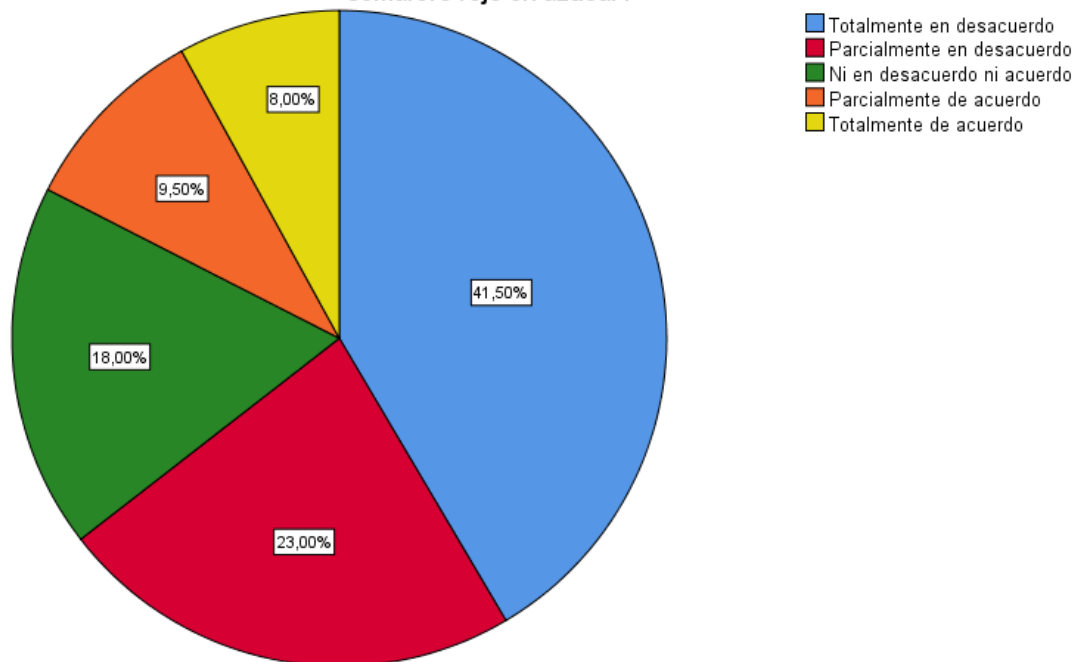


Figura 30. Influencia de la comunidad universitaria

Interpretación.- Se determinó que los resultados de los estudiantes encuestados se encuentran “Totalmente en desacuerdo” con un 41,50%, seguido de “Parcialmente en desacuerdo” con un 23%, un 18% en estar “Ni en desacuerdo ni acuerdo”, además de un 9,50% estar “Parcialmente de acuerdo” y un 8% estar “Totalmente de acuerdo”.

Pregunta 23.- ¿A pesar de tener semáforo rojo en azúcar en su bebida energizante usted la sigue consumiendo?

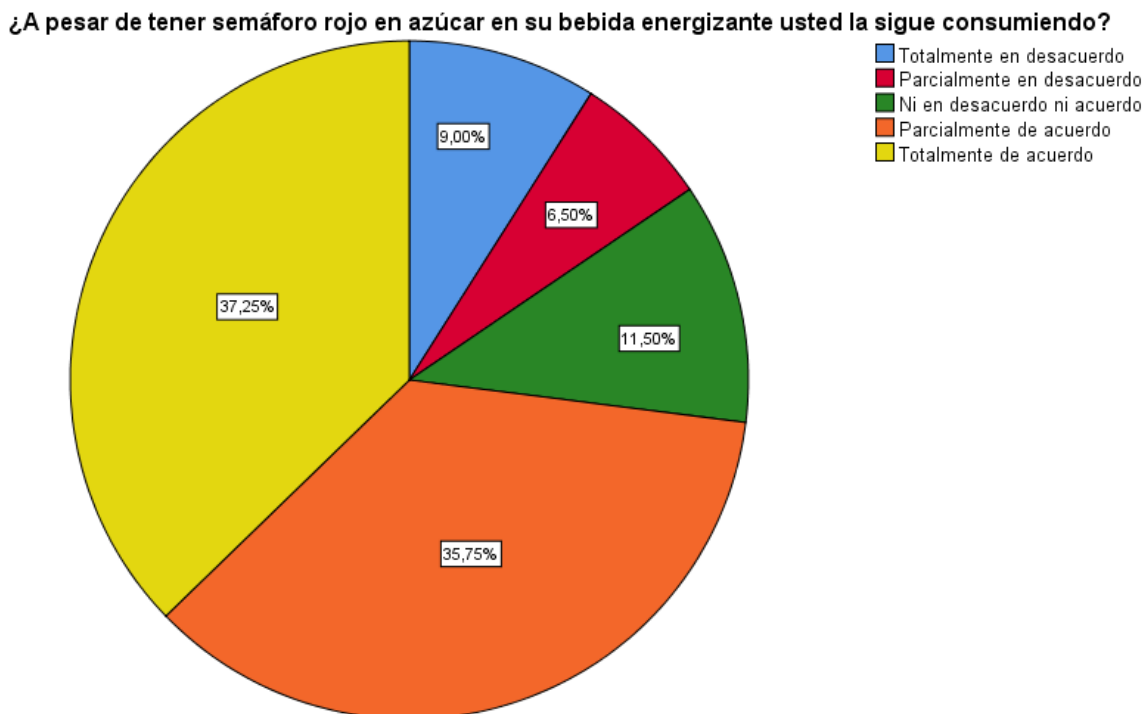


Figura 31. Consumo de bebidas energizantes con semáforo rojo

Interpretación.- Se determinó que los resultados de los estudiantes encuestados se encuentran “Totalmente de acuerdo” con un 37,25%, seguido de “Parcialmente de acuerdo” con un 35,75%, un 11,50% en estar “Ni en desacuerdo ni acuerdo, además de un 9% estar “Totalmente en desacuerdo” y un 6,50% estar “Parcialmente en desacuerdo”.

Pregunta 24.- ¿Esta consiente de la información presentada en el semáforo nutricional y los efectos secundarios que puede ocasionar en su salud al consumir bebidas energizantes?

¿Esta consiente de la información presentada en el semáforo nutricional y los efectos secundarios que puede ocasionar en su salud al consumir bebidas energizantes?

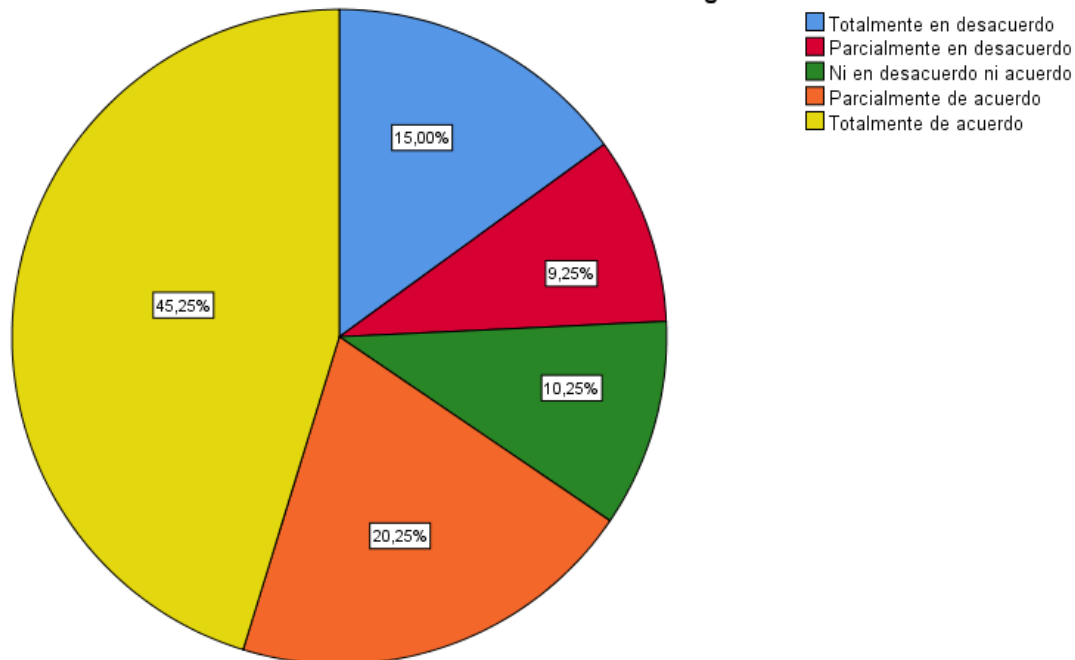


Figura 32. Conciencia de información de bebidas energizantes

Interpretación.- Se determinó que los resultados de los estudiantes encuestados se encuentran “Totalmente de acuerdo” con un 45,25% y un 20,25% en estar “Parcialmente de acuerdo” estar conscientes de los problemas de salud que pueden desarrollar el consumo de bebidas energizantes, se acepta H4.

Pregunta 25.- ¿El semáforo nutricional le está ayudando a usted a tomar decisiones saludables al consumir bebidas energizantes?

¿El semáforo nutricional le está ayudando a usted a tomar decisiones saludables al consumir bebidas energizantes?

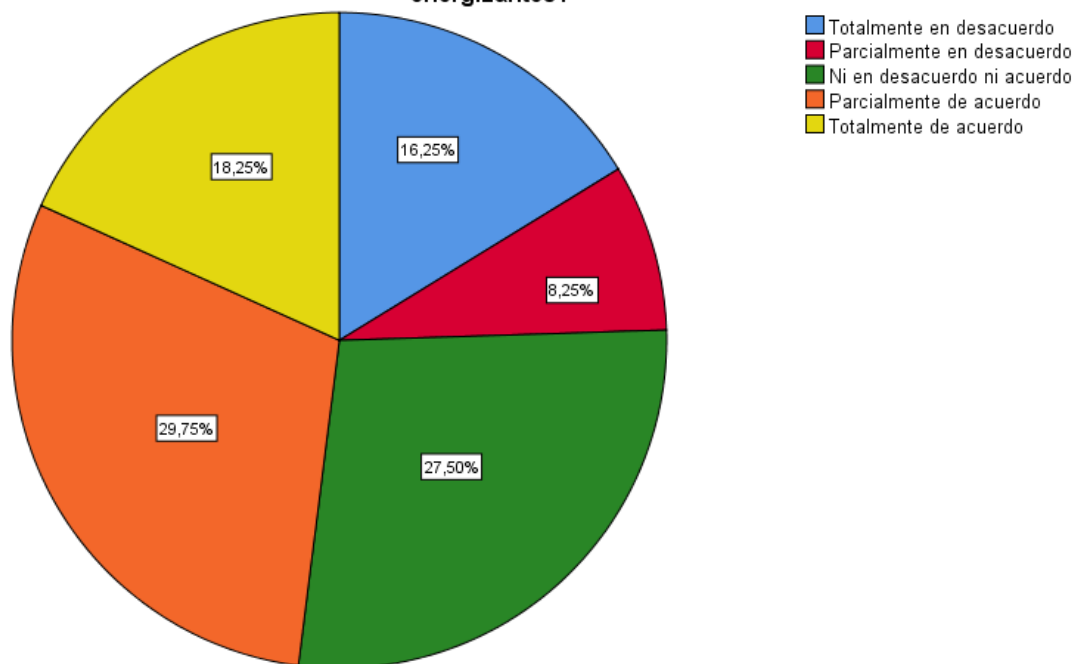


Figura 33. Toma decisiones saludables

Interpretación.- Se determinó que los estudiantes encuestados se encuentran “Parcialmente de acuerdo” con un 29,75%, seguido de “Ni en desacuerdo ni acuerdo” con un 27,50%, un 18,25% en estar “Totalmente de acuerdo”, además de un 16,25% estar “Totalmente en desacuerdo” y un 8,25% estar “Parcialmente en desacuerdo”.

Pregunta 26.- ¿Sí quisiera adquirir bebidas energizantes puedo acceder a ellos en cualquier momento sin ninguna dificultad?

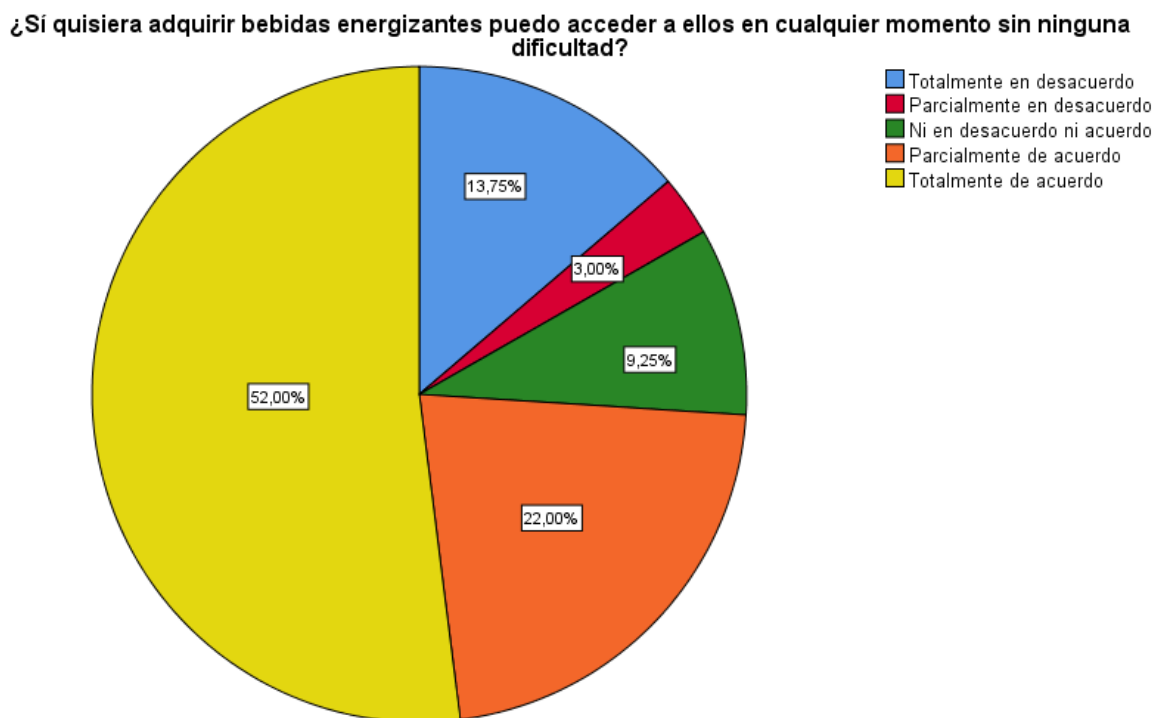


Figura 34. Adquisición de bebidas energizantes

Interpretación.- Se determinó que los estudiantes encuestados se encuentran “Totalmente de acuerdo” con un 52%, seguido de “Parcialmente de acuerdo” con un 22%, un 13.75% en estar “Totalmente en desacuerdo, un 9,25% es estar “Ni en desacuerdo ni acuerdo” y un 3% en estar “Parcialmente en desacuerdo”.

3.2.2 Análisis de Resultados Bivariado

El análisis bivariado permite determinar si las variables se relacionan con otras variables con el fin de saber si han sido influyentes o no.

3.2.2.1 Proceso de compra

La Tabla 8 muestra la relación entre las variables, el semáforo nutricional incide en su proceso de compra de bebidas energizantes y el semáforo nutricional le está ayudando a usted a tomar decisiones saludables al consumir bebidas energizantes.

Tabla 8

Proceso de compra – consumo de bebidas energizantes

| Correlaciones | | | |
|---|------------------------|---|--|
| | | ¿El semáforo nutricional incide en su proceso de compra de bebidas energizantes? | ¿El semáforo nutricional le está ayudando a usted a tomar decisiones saludables al consumir bebidas energizantes? |
| ¿El semáforo nutricional incide en su proceso de compra de bebidas energizantes? | Correlación de Pearson | 1 | ,331** |
| | Sig. (bilateral) | | ,000 |
| | N | 400 | 400 |
| ¿El semáforo nutricional le está ayudando a usted a tomar decisiones saludables al consumir bebidas energizantes? | Correlación de Pearson | ,331** | 1 |
| | Sig. (bilateral) | ,000 | |
| | N | 400 | 400 |

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

Interpretación.- La correlación que existe entre las variables es débil con un valor de 0,331. Los estudiantes no se ven influenciados por el semáforo nutricional

durante su proceso de compra, además de no generar una decisión saludable al consumir bebidas energizantes.

3.2.2.2 Incidencia del semáforo nutricional en la edad

La tabla 9 muestra la relación entre las variables, el semáforo nutricional incide en su proceso de compra de bebidas energizantes y la edad.

Tabla 9
Incidencia del semáforo nutricional - edad

| | | Correlaciones | |
|--|------------------------|---|--------|
| | | El semáforo nutricional incide en su ¿Cuál es su edad? proceso de compra de bebidas energizantes | |
| El semáforo nutricional incide en su proceso de compra de bebidas energizantes | Correlación de Pearson | 1 | ,136** |
| | Sig. (bilateral) | | ,006 |
| | N | 400 | 400 |
| ¿Cuál es su edad? | Correlación de Pearson | ,136** | 1 |
| | Sig. (bilateral) | ,006 | |
| | N | 400 | 400 |

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Interpretación.- La correlación que existe entre el semáforo nutricional incide en su proceso de compra de bebidas energizantes con la edad determinó una correlación baja con apenas de 0,136. Se rechaza la H1.

3.2.2.3 Incidencia del semáforo nutricional en el género

La tabla 10 muestra la relación entre las variables, el semáforo nutricional incide en su proceso de compra de bebidas energizantes y el género.

Tabla 10
Incidencia del semáforo nutricional – género

| | | Correlaciones | |
|--------------------------------|------------------------|---|------------------------|
| | | El semáforo nutricional incide en su proceso de compra de bebidas energizantes | ¿Indique su género? |
| El semáforo nutricional incide | Correlación de Pearson | 1 | ,007 |
| en su proceso de compra de | Sig. (bilateral) | | ,884 |
| bebidas energizantes | N | 400 | 400 |
| ¿Indique su género? | Correlación de Pearson | ,007 | 1 |
| | Sig. (bilateral) | ,884 | |
| | N | 400 | 400 |

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

Interpretación.- La correlación que existe entre el semáforo nutricional incide en su proceso de compra de bebidas energizantes con el género determinó una correlación baja con apenas de 0,07. Se rechaza la H1.

3.2.2.4 Actitud hacia la conducta

La tabla 11 muestra la relación entre las variables, el semáforo nutricional incide en su proceso de compra de bebidas energizantes y considera que el semáforo nutricional de las bebidas energizantes que usted ha seleccionado ha influido de manera positiva en sus actividades académicas.

Tabla 11
Proceso de compra – actividades académicas

| Correlaciones | | | |
|--|------------------------|--------|--------|
| ¿El semáforo nutricional incide en su proceso de compra de bebidas energizantes? | | | |
| ¿Considera que el semáforo nutricional de las bebidas energizantes que usted ha seleccionado ha influido de manera positiva en sus actividades académicas? | | | |
| ¿El semáforo nutricional incide en su proceso de compra de bebidas energizantes? | Correlación de Pearson | 1 | ,408** |
| | Sig. (bilateral) | | ,000 |
| | N | 400 | 400 |
| ¿Considera que el semáforo nutricional de las bebidas energizantes que usted ha seleccionado ha influido de manera positiva en sus actividades académicas? | Correlación de Pearson | ,408** | 1 |
| | Sig. (bilateral) | ,000 | |
| | N | 400 | 400 |

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

Interpretación.- La correlación que existe entre las variables es moderada con un valor de 0,408. Los estudiantes consideran que el semáforo nutricional de las bebidas energizantes que ha seleccionado ha influido de manera positiva en sus actividades académicas, se acepta H2.

3.2.2.5 Norma subjetiva

La tabla 12 muestra la relación entre las variables, el semáforo nutricional incide en su proceso de compra de bebidas energizantes y considera que la comunidad universitaria influye por un mayor consumo de bebidas energizantes con semáforo rojo en azúcar.

Tabla 12
Incidencia de semáforo nutricional – comunidad universitaria

| Correlaciones | | | |
|---|--|---|-----------------|
| | El semáforo nutricional incide en su proceso de compra de bebidas energizantes | Considera que la comunidad universitaria influye por un mayor consumo de bebidas energizantes con semáforo rojo en azúcar | |
| El semáforo nutricional incide en su proceso de compra de bebidas energizantes | Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N | 1 400 | ,123 400 |
| Considera que la comunidad universitaria influye por un mayor consumo de bebidas energizantes con semáforo rojo en azúcar | Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N | ,123 400 | 1 400 |

Interpretación.- La correlación que existe entre las variables es débil con un valor de 0,123. La comunidad universitaria no influye por un mayor consumo de bebidas energizantes con semáforo rojo en azúcar en su proceso de compra, se rechaza la H3.

3.2.2.6 Control percibido

La tabla 13 muestra la relación entre las variables, el semáforo nutricional incide en su proceso de compra de bebidas energizantes y a pesar de tener semáforo rojo en azúcar en su bebida energizante usted la sigue consumiendo.

Tabla 13
Incidencia del semáforo nutricional - semáforo rojo

| Correlaciones | | | |
|---|---|---|---|
| | | El semáforo nutricional incide en su proceso de compra de bebidas energizantes | A pesar de tener semáforo rojo en azúcar en su bebida energizante usted la sigue consumiendo |
| El semáforo nutricional incide en su proceso de compra de bebidas energizantes | Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N | 1 400 | ,270** 400 |
| A pesar de tener semáforo rojo en azúcar en su bebida energizante usted la sigue consumiendo | Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N | ,270** 400 | 1 400 |

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

Interpretación.- La correlación que existe entre las variables es débil con un valor de 0,270. Los estudiantes consumidores de bebidas energizantes consideran que a pesar de tener un semáforo rojo en azúcar, siguen consumiendo sin que exista la influencia del semáforo nutricional, se rechaza la H4.

CAPÍTULO IV: PROPUESTA

4.1 Antecedentes

En función de los resultados obtenidos en la investigación el expendio y comercialización de bebidas energizantes en el Distrito Metropolitano de Quito no tiene un adecuado control por parte de autoridades competentes ni entes reguladores, además de no tener una vigilia en su publicidad. Actualmente solo se rigen bajo el “Reglamento Sanitario de Etiquetado de Alimentos Procesados para el Consumo Humano”, el cual ha permitido implementar el semáforo nutricional y algunas advertencias básicas por su consumo. El reglamento sanitario carece de información respecto a los efectos secundarios que produce consumir bebidas energizantes, tal es el caso de insomnio, hiperactividad, obesidad, diabetes y problemas cardiovasculares.

Los estudiantes de Universidades Públicas del Distrito Metropolitano de Quito, consumen bebidas energizantes regularmente, siendo su tasa de consumo dos veces por semana durante sus actividades académicas. Por lo tanto es necesario implementar un manual de advertencias sanitarias en envases de bebidas energizantes, el manual se deberá cumplir y aplicar por parte de las empresas productoras de bebidas energizantes con el fin de informar a los estudiantes universitarios los efectos negativos que producen su consumo y lo perjudicial para su salud.

4.2 Beneficios a obtener

Al diseñar un manual para las empresas productoras de bebidas energizantes los principales beneficios a obtener serán:

- Educación y conocimiento de los efectos secundarios que producen el uso y abuso de bebidas energizantes en la salud del estudiante universitario.
- Disminución de consumo de bebidas energizantes a través de una alimentación balanceada antes, durante y después de sus actividades académicas.
- Brindar a los consumidores una información completa y comprensible de los efectos negativos de las bebidas energizantes que les permita realizar una elección de compra informada.

4.3 Objetivo

- Normar el diseño de las etiquetas de las bebidas energizantes incluyendo mensajes gráficos y de texto que adviertan los efectos secundarios por su consumo.

4.4 Formulación de la propuesta

La propuesta es implementar un manual de advertencias sanitarias en envases de bebidas energizantes, con el fin de que las empresas productoras de bebidas energizantes cumplan con el manual, para ello se tomara en cuenta las leyes promulgadas por el Ministerio de Salud Pública (2019).

4.5 Diseño del Manual

A continuación, se presenta la propuesta del manual de bebidas energizantes que estará compuesta por pictogramas y leyendas en los envases de bebidas energizantes en función al manual de aplicación de la octava ronda de advertencias sanitarias en envases de productos de tabaco, Ministerio de Salud Pública (2019).

Manual Final

1001-2020

Propuesta

**Manual de Aplicación de la Primera Ronda de
Advertencias Sanitarias en Envases de Bebidas
Energizantes**

Ecuador

2020

Pictogramas

Los pictogramas a utilizar en el “Manual de Aplicación de la Primera Ronda de Advertencias Sanitarias en Envases de Bebidas Energizantes” se evidencian en la figura 35.



Figura 35. Pictogramas

Fuente: Adaptado de Manual de Aplicación de la octava ronda de advertencias sanitarias en envases de productos de tabaco, Ministerio de Salud Pública (2019)

Los pictogramas A, B, C, D y E incluirán un mensaje textual relativo a los efectos secundarios por el consumo de bebidas energizantes. Los pictogramas estarán compuestos por un título del mensaje y el contenido del mensaje, los cuales se detallan a continuación:

Pictograma A

Título: CUIDA TU CORAZÓN.

Contenido: El consumo de bebidas energizantes aumenta la presión arterial, ocasionando un latido anormal del corazón que impulsa a un paro cardiaco.

El pictograma A, se basa en problemas cardiovasculares los cuales deberán ser añadidos en el etiquetado de bebidas energizantes como propuesta de la presente investigación, lo cual se evidencia en la figura 36.



Figura 36. Pictograma A

Fuente: Adaptado de Manual de Aplicación de la octava ronda de advertencias sanitarias en envases de productos de tabaco, Ministerio de Salud Pública (2019)

Pictograma B

Título: MALESTAR E INSOMNIO.

Contenido: Las bebidas energizantes por su alto contenido de azúcar y cafeína no son buenos consumirlos durante la noche puede darte energía, pero provocarían malestar e insomnio.

El pictograma B, se basa en problemas de insomnio los cuales deberan ser añadidos en el etiquetado de bebidas energizantes como prouesta de la presente investigación, lo cual se evidencia en la figura 37.

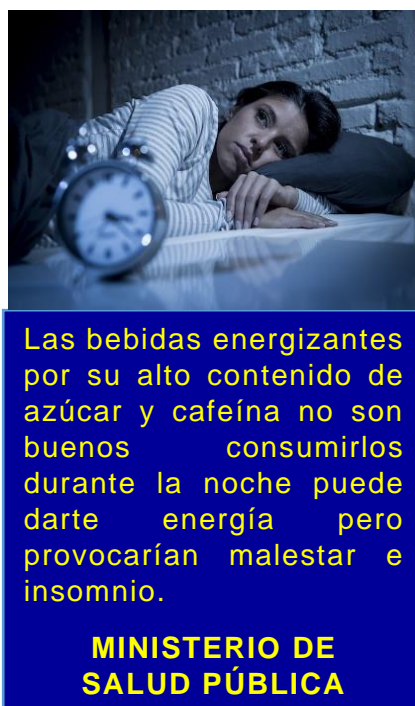


Figura 37. Pictograma B

Fuente: Adaptado de Manual de Aplicación de la octava ronda de advertencias sanitarias en envases de productos de tabaco, Ministerio de Salud Pública (2019)

Pictograma C

Título: ENFERMEDADES FUTURAS.

Contenido: Las bebidas energizantes pueden producir picos rápidos de insulina que hagan trabajar en exceso el páncreas, el consumo habitual puede provocar diabetes, obesidad o hipertensión.

El pictograma C se basa en problemas de obesidad, diabetes o hipertensión los cuales deberán ser añadidos en el etiquetado de bebidas energizantes como propuesta de la presente investigación, lo cual se evidencia en la figura 38.



Figura 38. Pictograma C

Fuente: Adaptado de Manual de Aplicación de la octava ronda de advertencias sanitarias en envases de productos de tabaco, Ministerio de Salud Pública (2019)

Pictograma D

Título: PASAJE A LA MUERTE.

Contenido: Las bebidas energizantes incrementan la frecuencia cardiaca sumado el alcohol conlleva a un enema pulmonar, insuficiencia respiratoria hasta llegar a la taquicardia ocasionado la muerte.

El pictograma D se basa en problemas taquicardios, frecuencia cardiaca, enema pulmonar, los cuales deberán ser añadidos en el etiquetado de bebidas energizantes como propuesta de la presente investigación, lo cual se evidencia en la figura 39.

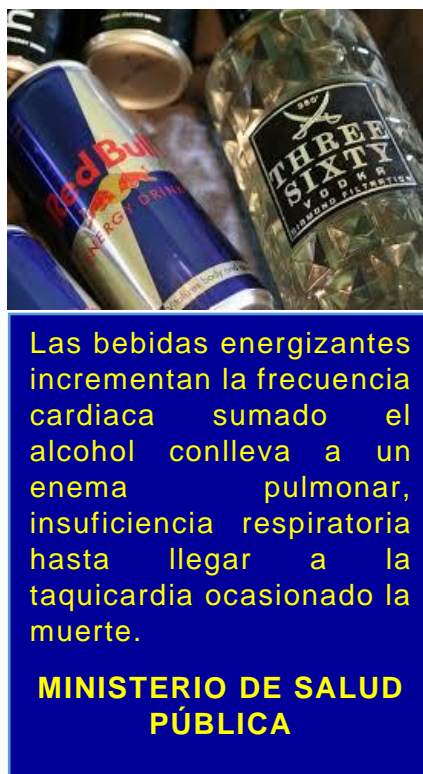


Figura 39. Pictograma D

Fuente: Adaptado de Manual de Aplicación de la octava ronda de advertencias sanitarias en envases de productos de tabaco, Ministerio de Salud Pública (2019)

Pictograma E

Título: HIPERACTIVIDAD.

Contenido: Los ingredientes no regulados en las bebidas energizantes pueden causar serios problemas de salud, sufriendo cambios de humor y del comportamiento repentinamente.

El pictograma E se basa en problemas de hiperactividad los cuales deberán ser añadidos en el etiquetado de bebidas energizantes como propuesta de la presente investigación, lo cual se evidencia en la figura 40.



Los ingredientes no regulados en las bebidas energizantes pueden causar serios problemas de salud, sufriendo cambios de humor y del comportamiento repentinamente.

**MINISTERIO DE
SALUD PÚBLICA**

Figura 40. Pictograma E

Fuente: Adaptado de Manual de Aplicación de la octava ronda de advertencias sanitarias en envases de productos de tabaco, Ministerio de Salud Pública (2019)

Información sanitaria

Las empresas productoras de bebidas energizantes incluirán información sanitaria que estará compuesta por los mensajes visuales y textuales anteriormente mencionados.

Características de la información sanitaria

Las características del nuevo etiquetado que deberán incluir los productores de bebidas energizantes serán:

El texto del mensaje del aviso se utilizará el color amarillo.



El fondo del mensaje del aviso se utilizará el color azul.



El texto del mensaje del aviso, se utilizará la fuente Arial.

El texto “MINISTERIO DE SALUD PÚBLICA” utilizará la Arial en negrilla.

A continuación se evidencia cada una de las características en la figura 41.

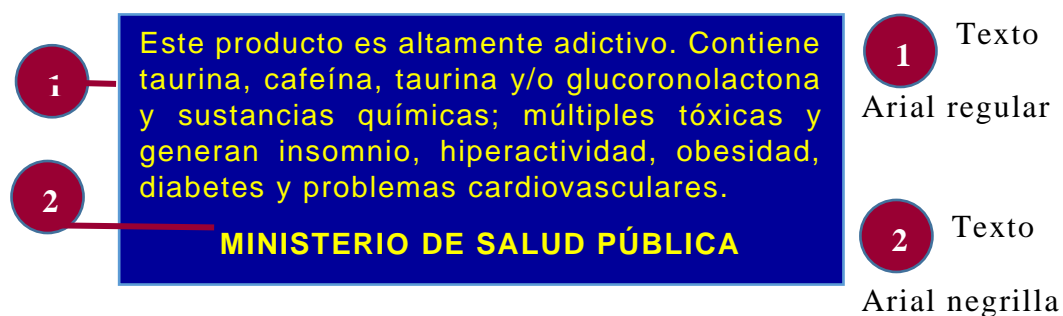


Figura 41. Información sanitaria

Fuente: Adaptado de Manual de Aplicación de la octava ronda de advertencias sanitarias en envases de productos de tabaco, Ministerio de Salud Pública (2019)

Diseño final

El diseño final del etiquetado del “Manual de Aplicación de la Primera Ronda de Advertencias Sanitarias en envases de Bebidas Energizantes”, deberá ocupar el 25% de la parte posterior lateral izquierda del envase, tal como se evidencia en la figura 42.



Semáforo Nutricional
Indicador de
Azúcar
Sal
Grasas

Pictograma
Imagen de
advertencia

Información Sanitaria
Correspondiente al
pictograma

Figura 42. Primer modelo piloto

La impresión y resolución del nuevo etiquetado cumplirá con los estándares establecidos por el Reglamento Sanitario de Etiquetado de Alimentos Procesados para el Consumo Humano (2013).

4.6 Financiamiento para la implementación de la propuesta

Una vez realizado el manual el presupuesto con el cual se llevará a cabo la propuesta tendrá un valor total de \$367,10 teniendo como recursos humanos, técnicos y materiales, lo cual se evidencia en la tabla 14.

Tabla 14
Presupuesto para la propuesta

| | Concepto | Unidad | Cantidad | Costo unitario | Costo Total |
|-----------------|---------------------|--------|----------|----------------|-------------|
| Recursos | | | | | |
| Materiales | Hojas | Resma | 1 | \$ 5,00 | \$ 5,00 |
| | Impresiones b/n | Página | 100 | \$ 0,05 | \$ 5,00 |
| | Impresiones a color | Página | 40 | \$ 0,15 | \$ 6,00 |
| | Copias | Página | 20 | \$ 0,03 | \$ 0,60 |
| | Anillados | Unidad | 1 | \$ 2,00 | \$ 2,00 |
| | Cd | Unidad | 2 | \$ 1,75 | \$ 3,50 |
| Técnicos | Internet | Mes | 3 | \$ 30,00 | \$ 90,00 |
| | Celular | Mes | 3 | \$ 20,00 | \$ 60,00 |
| Humanos | Movilización | Mes | 3 | \$ 25,00 | \$ 75,00 |
| | Alimentación | Mes | 3 | \$ 40,00 | \$ 120,00 |
| | | Total | | \$ 124,03 | \$ 367,10 |

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

- El Sistema de Etiquetado “Semáforo Nutricional” ha sido desarrollado para una mayor y mejor comprensión por parte del consumidor de bebidas energizantes frente al contenido nutricional.
- Se logró identificar que el consumo de bebidas de energizantes por parte de estudiantes de universidades públicas lo consumen dos veces por semana y 43,75% de los estudiantes encuestados lo reconoce durante sus actividades académicas, siendo la bebida de mayor consumo “V220” con el 48,75%.
- La información proporcionada por el semáforo nutricional no influye en el en el proceso de compra del estudiante, pero existen factores como la marca y el sabor que inciden en el consumo de bebidas energizantes siendo el 45% y 35% respectivamente.
- La “Edad” y “Género” no son factores que influyen en la decisión de compra de bebidas energizantes entre los niveles alto y bajo contenido de azúcar, en los estudiantes de universidades públicas del Distrito Metropolitano de Quito, obteniendo una correlación débil de apenas de 0,136 y 0,007 correspondientemente, se rechaza la H1.
- Los estudiantes consideran que el semáforo nutricional de las bebidas energizantes que ha seleccionado ha influido de manera positiva en sus actividades académicas el valor de su correlación es de 0,408, se acepta H2.

- La comunidad universitaria no influye en los estudiantes en un mayor consumo de bebidas energizantes durante las jornadas académicas, el valor de su correlación con la incidencia del semáforo nutricional es de apenas 0,123; siendo una correlación débil entre las variables, se rechaza la H3.
- El sistema de etiquetado “Semáforo Nutricional” no influye en el proceso de decisión de compra de bebidas energizantes con alto contenido de azúcar en los estudiantes de universidades públicas, obteniendo una correlación débil de 0,270, se rechaza la H4.
- El 60,50% de estudiantes universitarios consumidores de bebidas energizantes están conscientes de los problemas de salud que pueden desarrollar como hiperactividad, obesidad o diabetes, se acepta la H5.

5.2 Recomendaciones

- Promover un Manual de Aplicación de la Primera Ronda de Advertencias Sanitarias en Envases de Bebidas Energizantes que realice y garantice información respecto al consumo de Bebidas Energizantes y su incidencia negativa.
- Implementar etiquetas de advertencia similares a las cajetillas de tabacos a través de pictogramas e informaciones sanitarias respecto al consumo excesivo e indebido de Bebidas Energizantes.
- Intensificar campañas de nutrición en establecimientos educativos generando una mayor y mejor cultura alimenticia en estudiantes a través de sus docentes, con el fin de auto educar en un menor consumo de Bebidas Energizantes.

Referencias

- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). Understanding attitudes and predicting social behavior. *Englewood cliffs*.
- Albert Gómez, M. J. (2013). La investigación educativa. *Reseña*, 8(1), 1-6. Obtenido de <https://comunidad.udistrital.edu.co/geaf/files/2013/08/2013Vol8No1-006.pdf>
- Álvarez , F., Muñoz, C., & Sánchez, M. (2015). Consumo de bebidas energéticas: ¿conoce la población universitaria sus efectos adversos? *rev hisp cienc salud*, 1(2), 163.
- Ang, M., Anim, H., & Ramayah, T. (2015). Efficacy of the theory of planned behavior in the context of hiring malaysians with disabilities. *Journal of developing areas*, 49(3), 3-25. doi:10.1353/jda.2015.0160
- Arancibia, V., Strasser, K., & Herrera, P. (1997). Manual de psicología educacional. santiago de chile: edicionesc.
- Arango Calderón, E., & Zapata Arredondo, E. (2018). Factores asociados al consumo de bebidas energizantes. *Revista cies*, 9(2), 59-77. Recuperado el 24 de 01 de 2019
- Arevalo, L., Garizabal , C., & Campo , C. (2001). *Modelos del comportamiento del consumidor*. Obtenido de https://psicologiaconsumidorpres.wikispaces.com/file/view/seminario_3_doc.pdf
- Arevalo, L., Garizabal, C., & Campo, C. (2010). *Modelos del comportamiento del consumidor*.
- Bass, B. (1985). *Leadership and performance beyond expectations*. New York: thefree press.

- Behar Rivero, D. (2011). *Metodología de la investigación*. España: shalom. Obtenido de <http://rdigital.unicv.edu.cv/bitstream/123456789/106/3/libro%20metodologia%20investigacion%20este.pdf>
- Breda, J., Whiting, S., Encarnação, R., Norberg, S., Jones, R., Reinap, M., & Jewell, J. (14 de Octubre de 2014). Energy drink consumption in europe: a review of the risks, adverse health effects, and policy options to respondenergy drink consumption in europe: a review of the risks, adverse health effects, and policy options to respond. *front public health*, 2, 134.
- Casanova Jiménez, N. E. (Abril de 2015). *repositorio.espe.edu.ec*. Obtenido de <http://repositorio.espe.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/21000/10352/t-espe-048853.pdf?sequence=1&isallowed=y>
- Castellanos, R. A., Frazer, G. G., & Rossana, M. R. (2006). Efectos fisiológicos de las bebidas energizantes. *revista farmacéutica de ciencias y medicina.*, 49. recuperado el 22 de 01 de 2019, de <http://65.182.2.242/rfcm/pdf/2006/pdf/rfcmvol3-1-2006-8.pdf>
- Chiang, Salgado; Escobar , Casanueva; Gonzales Rubilar; Olate Mellado; Revello Chiang, L. (1999). Factores de riesgo cardiovascular en estudiantes chilenos. 41(6). obtenido de <http://www.scielosp.org/pdf/spm/v41n6/v41n6a01.pdf>
- Clínica universidad de navarra . (2019). *Diccionario médico clínica universidad de navarra*. obtenido de <https://www.cun.es/diccionario-medico>
- Cohen, R., & Swerdlick, M. (2001). *Pruebas y evaluación psicológicas. introducción a las pruebas y a la medición*. México: McGraw Hill.
- Corona Vazquez, G. (2012). *bibliotecasdigitales*. Obtenido de http://www.aliat.org.mx/bibliotecasdigitales/economico_administrativo/comportamiento_del_consumidor.pdf

- EduTEKA. (2018). *universidad icesi*. Obtenido de <https://eduteka.icesi.edu.co/modulos/1/3/499/1?url=1/3/499/1>
- Ekos negocios. (2013). *Ekos negocios*. Obtenido de <https://www.ekosnegocios.com/negocios/especiales/images/231/energizantes.jpg>
- Ekos Negocios. (2019). Marcas más reconocidas Ecuador. *Ekos negocios*, 228. Obtenido de <https://www.ekosnegocios.com/revista/pdf/303.pdf>
- El Comercio. (06 de 06 de 2016). *El Comercio*. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/datos/ecuador-gaseosa-leche-data-impuestos.html>
- Escuela Politécnica Nacional. (09 de 2018). *Smart data EPN*. Obtenido de <https://www.epn.edu.ec/wp-content/uploads/2018/11/estad%c3%adsticas-periodo-2018-a.pdf>
- Figueroa Cepeda, H. I., Muñoz Correa, K. E., Lozano, E. V., & Zavala Urquiza, D. F. (2018). Análisis crítico del conductismo y constructivismo, como teorías de aprendizaje en educación. *Revista órbita pedagógica*, 4(1), 01-12. Obtenido de <http://revista.isced-hbo.ed.ao/rop/index.php/rop/article/view/83>
- Freire, W., Waters, W., & Rivas-Mariño, G. (2017). Semáforo nutricional de alimentos procesados: estudio cualitativo sobre conocimientos, comprensión, actitudes y prácticas en el Ecuador. *Revista peruana de medicina experimental y salud pública*, 34(1), 11-8. doi:10.17843/rpmesp.2017.341.2762
- Fuentes, I. (04 de Agosto de 2012). *El marketing y el incremento de las ventas*. Obtenido de <http://incrementodeventas.blogspot.com/2012/08/el-proceso-de-decision-de-compra.html>
- Gallego Lorenzo, J., & Juncá, M. (2010). *Fuentes y servicios de información*. Obtenido de

http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/bitstream/10609/241/4/fuentes%20de%20informaci%c3%b3n%20i_portada.pdf

Giles , G., Mahoney, C., Brunyé, T., Gardony, A., Taylor, H., & Kanarek, R. (2012). Differential cognitive effects of energy drink ingredients: caffeine, taurine,. *pharmacology, biochemistry and behavior*, 102, 569-577. Obtenido de http://ase.tufts.edu/psychology/spacelab/pubs/giles_etal_2012.pdf

Guzmán Facundo, F. R., García Salas, B. A., Rodríguez Aguilar, L., & Alonso Castillo, M. M. (2014). Actitud, norma subjetiva y control conductual como predictores del consumo de drogas en jóvenes de zona marginal del norte de México. *Frontera norte*, 26(51), 53-74. Obtenido de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0187-73722014000100003&lng=es&tlng=es.

Hawkins, M. (2016). *Consumer behavior*. New York: McGraw Hill.

Hernández S., R., Fernández C., C., & Baptista L., P. (2010). *Metodología de la investigación* (vol. quinta edición). México: McGRAW-HILL.

Hernandez Sampieri , R., Fernandez Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. Mexico DF: Mcgraw-hill. Recuperado el 24 de 01 de 2019, de <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>

Hernandez Sampieri, R., Fernández Collado , C., & Pilar Baptista, L. (2010). *Metodología de la investigación*. México: Mc Graw Hill.

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación*. México: McGraw-Hill. Obtenido de <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>

- Kautonen , T., Gelderen , M., & Fink, M. (2015). Robustness of the theory of planned behavior in predicting entrepreneurial intentions and actions. *Entrepreneurship theory and practice*, 39(3), 655-674. doi:<https://doi.org/10.1111/etap.12056>
- Klaus G., Grunert; Josephine M., Wills. (2010). *A review of european research on consumer response to nutrition information on food labels*. Obtenido de <https://link.springer.com/content/pdf/10.1007%2Fs10389-007-0101-9.pdf>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Dirección de marketing*. Mexico: Pearson education.
- Kuskoski , E., Roseane, F., García , A., & Troncoso, A. (2010). Propiedades químicas y farmacológicas del. *vitae, revista de la facultad de química farmacéutica*, 12(2), 45-52.
- Labelling, F. (2011). Nutrition& fodd science. Obtenido de <https://doi.org/10.1108/nfs.2011.01741faa.018>
- Latorre, Rincón , & Arnal. (2010). *Bases metodológicas de la investigación educativa*. Barcelona: Ediciones experiencia.
- Ledesma, M. S. (2013). *Hipertensión arterial e inflamación*. Salamanca: Universidad de Salamanca.
- López, J. (Noviembre de 2012). *Repositorio UNAN*. Obtenido de <http://repositorio.unan.edu.ni/1715/1/14567.pdf>
- Martín, M. J., Martínez, J. M., & Daniela , R. (2011). Theory of planned behavior and risky sexual behavior in homosexual men. *rev panam salud pública*, 29(6), 433-43. Obtenido de <https://www.scielosp.org/pdf/rpsp/2011.v29n6/433-443/es>

- Medina Vázquez, G., Delgadillo Bustos, J. Y., & Hermida Urbina, K. D. (febrero de 2018). *Impacto del neuromarketing en el proceso de compra del consumidor*. Obtenido de <http://repositorio.unan.edu.ni/8582/1/18826.pdf>
- Ministerio de Salud Pública. (28 de 3 de 2013). *Nuevo formato para etiquetado de alimentos procesados*. Obtenido de <http://foodtech-ecuador.com/ministerio-de-salud-publica-propone-nuevo-formato-para-etiquetado-de-alimentos-procesados/>
- Ministerio de Salud Pública. (28 de 03 de 2019). *Ministerio de Salud Pública*. Obtenido de https://www.salud.gob.ec/wp-content/uploads/2019/07/manual_acuerdo_8varonda_2019.pdf
- Moratalla R. (2010). Neurobiología de las metilxantinas. *Trastornos Adictivos*, 10(3), 201-207. Obtenido de <https://www.elsevier.es/es-revista-trastornos-adictivos-182-articulo-neurobiologia-las-metilxantinas-13128596>
- Ochoa, C. (27 de febrero de 2015). Obtenido de netquest: <https://www.netquest.com/blog/es/blog/es/muestreo-probabilistico-o-no-probabilistico-ii>
- Paguay, G. (02 de 12 de 2014). Nuevas etiquetas están cambiando los hábitos de consumo en el país. *El comercio*.
- Paillé, P., & Boiral, O. (2013). Pro-environmental behavior at work: Construct validity and determinants. *Journal of environmental psychology*.
- Pérez Almonacid, R. (2012). El análisis conductista del pensamiento humano acta comportamentalia. *Revista latina de análisis de comportamiento*, 20(0188-8145), 49-68. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/2745/274525194015.pdf>
- Pezúa Regalado, O., Guerrero Medin, C., & Montalvo Corz, R. F. (2017). Una aplicación de la teoría del comportamiento planificado al segmento masculino

- latinoamericano de productos de cuidado personal. *Revista EAN*, 83, 141-163. doi:<https://doi.org/10.21158/01208160.n83.2017.1821>
- Quero Virla, M. (2010). Confiabilidad y coeficiente alpha de cronbach. *telos*, 12(2), 248-252.
- Ramón-Salvador, D., Cámara Flores, J., Cabral León, F., Juárez Rojop , I., & Díaz Zagoya, J. (2013). Consumo de bebidas energéticas en una población de estudiantes universitarios del estado de. *salud en tabasco*, 19(1), 10-14. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/487/48727474003.pdf>
- Regalado, O., Guerrero, C. A., & Montalvo, R. F. (2017). Una aplicación de la teoría del comportamiento. *Revista EAN*, 163. doi: <https://doi.org/10.21158/01208160.n83.2017.1821>
- Registro Oficial. (2009). *Ley Orgánica de la Soberanía Alimentaria*. Obtenido de <http://www.siise.gob.ec/siiseweb/PageWebs/SISSAN/Ley%20Soberania%20Alimentaria%202009.pdf>
- Reglamento Sanitario de Etiquetado de alimentos procesados para el consumo humano. (2013). *Ediciones legales*. Obtenido de <https://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/08/reglamento-sanitario-de-etiquetado-de-alimentos-procesados-para-el-consumo-humano-junio-2014.pdf>
- Robertson, J., & Barling, J. (2012). Greening organizations through leaders "influence on employees" pro-environmental behaviors. *Journal of organizational behavior*, 34(2).
- Rosales Picón, B. P. (diciembre de 2018). *Analisis bimensual de los principales indicadores de educacion superior, ciencia, tecnología e innovacion (senescyt)*. Obtenido de secretaria de educación superior, ciencia, tecnologia e innovacion: <https://www.educacionsuperior.gob.ec/wp->

content/uploads/downloads/2019/01/boletin_analitico_senescyt_diciembre-2018.pdf

Saifulina, N., & Carballo-Penela, A. (2016). Promoting sustainable development at an organizational level: an analysis of the drives of workplace environmentally friendly behaviour of employees. *sustainable development*.

Salud, O. M., & alimentación., O. d. (2010). *Etiquetado de los alimentos*. Obtenido de <http://www.fao.org/3/a-a1390s.pdf>

Sánchez, G., Peña, L., Varea, S., Mogrovejo, P., Goetschel, M. L., Montero-Campos, M., . . . Balnco_Metzler, A. (2012). Conocimientos, percepciones y comportamientos relacionados con el consumo de sal, la salud y el etiquetado nutricional en Argentina, Costa Rica y Ecuador. *Rev panam salud publica*, 32(4), 259-64.

Schiffman, L., & Kanuk, L. (2005). *COMPORTAMIENTO del consumidor* (8ª ed.). Mexico: Prentice-hall hispanoamericana. Recuperado el 1 de 1 de 2019, de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=wqj9hlxqw-ic&oi=fnd&pg=pr17&dq=comportamiento+del+consumidor&ots=c22xxbsgrb&sig=tvrcnoflpwiqkramh4zyl43c#v=onepage&q=comportamiento%20del%20consumidor&f=false>

Schiffman, L., & Wisenblit, J. (2015). *Comportamiento del consumidor, 11ª edición*. México: Pearson. Obtenido de https://www.academia.edu/6116556/comportamiento_del_consumidor_schiffman_10a_ed

SENESCYT. (28 de 1 de 2018). *Secretaria de educación superior, ciencia, tecnología e innovación*. Obtenido de <https://www.educacionsuperior.gob.ec>

Solomon, M. (2009). *Comportamiento del consumidor*. Mexico: Prentice Hall.

- Tamayo, C., & Silva, I. (2010). *postgradoune.edu.pe*. Obtenido de <http://www.postgradoune.edu.pe/pdf/documentos-academicos/ciencias-de-la-educacion/23.pdf>
- Torres, A. (2013). *Teorías del comportamiento del consumidor*. Obtenido de http://www.academia.edu/6109474/teorias_del_comportamiento_del_consumidor_completo
- Universidad Central del Ecuador. (2018). *Datos abierto UCE*. Obtenido de http://datosabiertos.uce.edu.ec/datasets?p_p_id=com_liferay_document_library_web_portlet_dlportlet_instance_ozdvrkqmcfn&p_p_lifecycle=0&p_p_state=normal&p_p_mode=view&_com_liferay_document_library_web_portlet_dlportlet_instance_ozdvrkqmcfn_mvcrendercomm
- Vicentin, M. E. (29 de Agosto de 2011). *El marketing y la psicología del consumidor*. Obtenido de <http://mareuvicentin.blogspot.com/2008/08/definicion-de-consumidor.html>
- Volpato, C., Zucconi, S., Adinolfi, F., Gandini, E., Gentile, E., Loi, A., & Fioriti, L. (2013). Gathering consumption data on specific consumer groups of energy drinks. *Supporting*, 190. Recuperado el 22 de 01 de 2019, de <https://efsa.onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.2903/sp.efsa.2013.en-394>
- Wesselink, R., Block, V., & Ringersma, J. (2017). Pro-environmental behaviour in the workplace and the role of managers and organisation. *Journal of cleaner production*.
- Westenhuefer, & Borgomeier. (2009). Impact of different food label formats on healthiness evaluation and food choice of consumers: a randomized controlled study. *BMV public health*, 9(1), 184.
- Zaidán, S. (2017). *El procedimiento legislativo en la asamblea nacional del Ecuador*. Obtenido de https://latinamerica.hss.de/fileadmin/user_upload/projects_hss/latin_america/

ecuador/dokumente/2017/el_procedimiento_legislativo_en_la_asamblea_nacional_del_ecuador.pdf

Zucconi, S., Volpato, C., Adinolfi, F., Gandini, E., Gentile, E., Loi, A., & Fioriti, L. (2013). Recopilación de datos de consumo sobre grupos específicos de consumidores de bebidas energéticas. *Publicaciones de apoyo*, 394.