



Estudio de la influencia de la información nutricional en la intención de compra del consumidor: Los efectos moderadores de la desconexión moral

Tesis presentada en satisfacción parcial de los requerimientos para obtener el grado de Maestro en Marketing por:

1705588 Renzo Raúl Herrera Fowks

1705116 Andrea Karen Juárez Guillén

1705576 Silvana Gloria Luzuriaga Villalón

1706195 Diego Alejandro Pacheco Vivanco

Programa de la Maestría en Marketing

Lima, 05 de abril de 2019

RESUMEN EJECUTIVO

Grado: Maestro en Marketing

Título de la tesis: Estudio de la influencia de la información nutricional en la intención de compra del consumidor: Los efectos moderadores de la desconexión moral

Autores: Herrera Fowks, Renzo Raúl
Juárez Guillén, Andrea Karen
Luzuriaga Villalón, Silvana Gloria
Pacheco Vivanco, Diego Alejandro

Resumen:

Las etiquetas con información nutricional colocadas en la parte frontal del envase de alimentos han surgido como una estrategia prometedora para desalentar el consumo de alimentos con alto contenido de azúcar, sal y grasas asociados con enfermedades no transmisibles como obesidad, diabetes tipo 2 y enfermedades cardiovasculares. Los objetivos de esta política son alentar a la industria alimentaria a reformular sus productos y alertar a los consumidores sobre el contenido dañino para la salud de algunos alimentos y, de esta manera, reducir el consumo de estos alimentos.

Sin embargo, no existen estudios concluyentes que afirmen que la presencia de etiquetas con información nutricional influye en una selección de alimentos más saludables. En teoría, estas etiquetas deberían activar la Preocupación por la salud en los consumidores y disminuir la intención de comprar alimentos marcados como dañinos. Los objetivos de este estudio fueron, primero, determinar si la presencia de la etiqueta con información nutricional en un alimento afecta el cambio en la Intención de compra de los consumidores. En segundo lugar, se buscó explicar si el mecanismo Distorsión de las consecuencias afecta la relación entre la Preocupación por la salud y el cambio de la Intención de compra de un alimento envasado marcado como dañino.

Se utilizaron dos tipos galletas como caso de estudio una hedónica y otra considerada funcional. Se implementó un análisis cuantitativo correlacional, en donde la variable dependiente fue la Intención de compra, la variable independiente fue la Preocupación por la salud y como variable moderadora se consideró al mecanismo Distorsión de las consecuencias. Se implementó una encuesta en línea con 336 alumnos y ex alumnos de pregrado y postgrado de Lima Metropolitana. Los participantes se dividieron al azar en dos grupos, uno de los cuales recibió el estímulo de la galleta Oreo sin etiqueta y con etiqueta ($n = 159$) y el otro recibió el estímulo de la galleta Integrackers de Miel sin etiqueta y con etiqueta ($n = 177$). Ambas galletas se seleccionaron bajo el respaldo de diversos estudios en los que se considera que el chocolate es un componente que lo categoriza como alimento hedónico y en el caso de alimentos funcionales se encontró que aquel alimento que aporta un beneficio funcional al organismo, como en nuestro caso, la fibra que contiene la galleta Integrackers de

Miel. Los datos se analizaron mediante diferencia de medias para muestras pareadas y regresión múltiple.

Los resultados mostraron que la presencia de la etiqueta con información nutricional si influye en el cambio de la Intención de compra. Este impacto se dio tanto para las galletas hedónicas como para las galletas consideradas funcionales. Además, se encontró que la Preocupación por la salud si influye en el cambio de Intención de compra para alimentos considerados funcionales pero que tienen alto contenido de un componente dañino. Para los alimentos hedónicos, se comprobó que el mecanismo Distorsión de las consecuencias afecta la relación entre la Preocupación por la salud y el cambio en la Intención de compra. Estos hallazgos proporcionan información para los encargados de formular políticas y las empresas de alimentos en los países en las que ya se implementaron o se considera implementar este tipo de etiquetado.

Resumen elaborado por los autores.