

Universidad de Lima  
Facultad de Ciencias Empresariales y Económicas  
Carrera de Marketing



**LA GESTIÓN DE PÉRDIDAS Y  
DESPERDICIOS DE ALIMENTOS Y SU  
IMPACTO EN EL COMPORTAMIENTO Y  
ACTITUDES DE LOS CONSUMIDORES DE  
LAS PRINCIPALES CADENAS DE COMIDA  
RÁPIDA DE LA ZONA 7 DE LIMA  
METROPOLITANA**

Tesis para optar el Título Profesional de Licenciado en Marketing

**Belen Adriana Torres Martinez**

**Código 20173952**

**Melvi Marielle Vizcarra Zegarra**

**Código 20174059**

**Asesor**

**Neptalí Jesús Barnett Valdivia**

Lima – Perú

Marzo de 2025

## **DEDICATORIA**

*Belén Torres*

*Esta tesis está dedicada a mis abuelos, quienes son como padres para mí, por su amor e invaluable enseñanzas. También dedico este trabajo a mi tía, una madre para mí, por su apoyo incondicional. Este logro también es de ustedes.*

*Melvi Vizcarra*

*Esta tesis está dedicada a mis padres, por su amor, apoyo incondicional y por ser mi mayor fuente de inspiración. Este logro se lo debo a ustedes.*

**THE MANAGEMENT OF FOOD LOSS AND  
WASTE AND ITS IMPACT ON THE  
BEHAVIOR AND ATTITUDES OF  
CONSUMERS OF THE MAIN FAST FOOD  
CHAINS IN ZONE 7 OF LIMA  
METROPOLITANA**

# ÍNDICE DE CONTENIDO

<b>DEDICATORIA.....</b>	<b>ii</b>
<b>ÍNDICE DE TABLAS .....</b>	<b>vii</b>
<b>ÍNDICE DE FIGURAS .....</b>	<b>viii</b>
<b>ÍNDICE DE ANEXOS.....</b>	<b>xi</b>
<b>RESUMEN .....</b>	<b>xii</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>xiii</b>
<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>1</b>
<b>CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....</b>	<b>2</b>
1.1 Descripción de la Situación Problemática .....	2
1.1.1. Desperdicio de Alimentos.....	2
1.1.2. Servicio de comida rápida al consumidor.....	5
1.1.3 Hábitos alimentarios de la población.....	7
1.2. Formulación del problema .....	9
1.2.1 Problema general .....	9
1.2.2. Problemas específicos.....	10
1.3. Objetivos de la investigación.....	10
1.3.1. Objetivo General.....	10
1.3.2. Objetivo Específicos .....	10
1.4 Justificación de la Investigación .....	10
1.4.1 Importancia de la Investigación.....	12
1.4.2 Viabilidad de la Investigación .....	14
1.5 Limitaciones del Estudio .....	14
<b>CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>16</b>
2.1 Antecedentes de la Investigación (Estados del Arte).....	16
Journal of Environmental Management.....	29
2.2 Bases teóricas y modelos .....	33
2.3 Definiciones y conceptos claves .....	36
2.3.1 Las rutinas.....	36
2.4 Términos básicos .....	37
<b>CAPÍTULO III: MODELO CONCEPTUAL .....</b>	<b>39</b>

3.1 Modelo conceptual.....	39
3.2 Hipótesis de la investigación .....	39
3.2.1 Hipótesis general.....	39
3.2.2 Hipótesis específicas.....	39
3.3 Variables y Operacionalización de Variables.....	43
3.3.1 Variables .....	43
3.3.2 Operativización de las variables .....	50
3.4. Aspectos deontológicos de la investigación .....	54
<b>CAPÍTULO IV: METODOLOGÍA .....</b>	<b>55</b>
4.1. Diseño metodológico .....	55
4.1.1 Enfoque.....	55
4.1.2 Diseño de la investigación .....	55
4.1.3 Horizonte .....	55
4.1.4 Tipo.....	55
4.1.5 Nivel/ alcance de la investigación .....	56
4.2 Unidad de análisis.....	56
Acciones individuales para salvar el planeta .....	57
4.3 Diseño muestral .....	57
4.3.1 Protocolo de selección .....	58
4.4 Tamaño de la muestra .....	58
4.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	59
4.5.1 Diseño del instrumento .....	61
4.5.2 Resultados de la encuesta .....	63
4.5.2 Validación del instrumento.....	85
4.6. Herramientas de análisis .....	87
4.6.1 Análisis univariado .....	88
4.6.2 Análisis inferencial bivariado .....	88
4.7. Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información.....	88
<b>CAPÍTULO V: PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS.....</b>	<b>91</b>
5.1. Presentación de los resultados .....	91
5.1.1 Resultados descriptivos.....	91
5.2 Análisis estadístico y contrastación de hipótesis .....	102
5.2.1 Comprobación de hipótesis.....	102
5.3. Discusión de resultados .....	107

<b>CONCLUSIONES .....</b>	<b>111</b>
<b>RECOMENDACIONES .....</b>	<b>113</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>115</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 2.1 Artículos Científicos .....	26
Tabla 3.1 Matriz de consistencia .....	41
Tabla 3.2 Matriz de constructo – F. Abdelradi .....	43
Tabla 3.3 Constructos operativos.....	45
Tabla 3.4 Cuadro de Operacionalización de las Variables .....	50
Tabla 4.1 Selección de la población a estudiar (en miles).....	57
Tabla 4.2 Tamaño de muestra.....	59
Tabla 4.3 Matriz de diseño de instrumento.....	61
Tabla 4.4 Valores de la correlación de Pearson.....	89
Tabla 5.1 Fiabilidad “Resumen de Procesamiento de Casos” .....	91
Tabla 5.2 Fiabilidad “Alfa de Cronbach” .....	91
Tabla 5.3 Fiabilidad “Alfa de Cronbach” .....	92
Tabla 5.4 Fiabilidad “Estadísticas de total de elemento” .....	93
Tabla 5.5 Fiabilidad “Estadísticas de total de elemento” .....	94
Tabla 5.6 Frecuencia “Media, Mediana, Moda, Desviación estándar, Varianza” .....	95
Tabla 5.7 Estadísticos “Conciencia Ambiental” (variable independiente).....	96
Tabla 5.8 Estadísticos “Baremos de Conocimiento” .....	97
Tabla 5.9 Estadísticos “Valores Materialistas .....	97
Tabla 5.10 Estadísticos “Desperdicio de Alimentos” (variable dependiente) .....	98
Tabla 5.11 Estadísticos “Elección de Alimentos” .....	99
Tabla 5.12 Estadísticos “Minimización de Residuos” .....	99
Tabla 5.13 Estadísticos “Reutilización de Residuos” .....	100
Tabla 5.14 Estadísticos “Reciclaje de Residuos” .....	101
Tabla 5.15 Estadísticos “Personalidad” .....	101
Tabla 5.16 “Prueba de Kolmogorov - Smirnov para la variable gestión de pérdidas y desperdicios de alimentos” .....	103
Tabla 5.17 “Correlación entre conciencia ambiental y desperdicios de alimentos” .....	104
Tabla 5.18 “Correlación entre religión y desperdicios de alimentos” .....	105
Tabla 5.19 “Correlación entre Conocimiento y desperdicios de alimentos” .....	106
Tabla 5.20 “Correlación entre Valores materialistas y desperdicios de alimentos” .....	107

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.1 Desperdicio de alimentos versus pérdida de alimentos.....	2
Figura 1.2 Porcentaje de los desperdicios alimenticios .....	4
Figura 1.3 Desperdicio de alimentos per cápita generado por los hogares a nivel mundial en 2020, por área geográfica.....	5
Figura 1.4 Market Share de Restaurantes-Consumer Foodservice en Perú.....	7
Figura 1.5 El consumidor reconectado - índice Tetra Pak 2021, basado en un estudio global realizado por Ipsos .....	8
Figura 1.6 El consumidor reconectado - índice Tetra Pak 2021, basado en un estudio global realizado por Ipsos - Preocupación por el medio ambiente y los alimentos.....	9
Figura 2.1 Estructuración de las prácticas sociales.....	34
Figura 2.2 Modelo S O R.....	35
Figura 3.1 Modelo conceptual de la investigación .....	39
Figura 4.1 Pregunta 1: ¿Cuál es tu género? .....	63
Figura 4.2 Pregunta 2: ¿Cuál es su nivel de ingresos?.....	63
Figura 4.3 Pregunta 3: ¿Qué edad tienes?.....	64
Figura 4.4 Pregunta 4: ¿Estado Civil? .....	64
Figura 4.5 Pregunta 5: ¿Cuál es su nivel de educación?.....	65
Figura 4.6 Pregunta 6: ¿Cuál es su tamaño del hogar?.....	65
Figura 4.7 Pregunta 7: ¿En qué zona de Lima vive? .....	66
Figura 4.8 Pregunta 8: En una escala del 1 al 7 ¿Me considero consciente del problema del desperdicio de alimentos? .....	66
Figura 4.9 Pregunta 9: En una escala del 1 al 7¿Sé mucho sobre el problema del desperdicio de alimentos? .....	67
Figura 4.10 Pregunta 10: En una escala del 1 al 7 ¿Entre mis amigos me considero un experto en el problema del desperdicio de alimentos? .....	67
Figura 4.11 Pregunta 11: En una escala del 1 al 7 ¿Admiro a la gente que posee casas, coches, ropa cara? .....	68
Figura 4.12 Pregunta 12: En una escala del 1 al 7 ¿Algunos de los mayores éxitos de la vida incluyen la adquisición de bienes?.....	68

Figura 4.13 Pregunta 13: En una escala del 1 al 7 ¿Mi vida sería mejor si tuviera algunas cosas que no tengo? .....	69
Figura 4.14 Pregunta 14: En una escala del 1 al 7 ¿Sería feliz si pudiera permitirme comprar más? .....	69
Figura 4.15 Pregunta 15: En una escala del 1 al 7 ¿Una persona religiosa equilibra la comida, la bebida y sus propias necesidades? .....	70
Figura 4.16 Pregunta 16: En una escala del 1 al 7 ¿La religión promueve el consumo excesivo de alimentos? .....	70
Figura 4.17 Pregunta 17: En una escala del 1 al 7 ¿Una persona religiosa se preocupa por el medio ambiente? .....	71
Figura 4.18 Pregunta 18: En una escala del 1 al 7 ¿Una persona religiosa no consume alimentos en exceso? .....	71
Figura 4.19 Pregunta 19: En una escala del 1 al 7 ¿El precio de los alimentos es muy importante para mí al momento de la compra?.....	72
Figura 4.20 Pregunta 21: En una escala del 1 al 7 ¿Comparar siempre los precios de los productos en una compra? .....	73
Figura 4.21 Pregunta 22: En una escala del 1 al 7¿Comprar siempre ofertas en productos alimenticios? .....	73
Figura 4.22 Pregunta 23: En una escala del 1 al 7 ¿Es importante que la comida que se consuma sea rica en vitaminas y proteínas? .....	74
Figura 4.23 Pregunta 24: En una escala del 1 al 7 ¿Para mí es importante que la comida que se consuma sea baja en grasas?.....	75
Figura 4.24 Pregunta 25: En una escala del 1 al 7 ¿Para mí es importante que los alimentos que consumimos no contengan ingredientes peligrosos como dioxinas, pesticidas y desechos? .....	75
Figura 4.25 Pregunta 26: En una escala del 1 al 7 ¿Me preocupa la seguridad alimentaria?.....	76
Figura 4.26 Pregunta 27: En una escala del 1 al 7 ¿Busco envases que puedan reciclarse fácilmente?.....	76
Figura 4.27 Pregunta 28: En una escala del 1 al 7 ¿Compro frutas y verduras a granel, sin envasar?.....	77
Figura 4.28 Pregunta 29: En una escala del 1 al 7 ¿Busco productos que se puedan usar más de una vez y que no sean desechables? .....	77

Figura 4.29 Pregunta 30: En una escala del 1 al 7 ¿Intento arreglar las cosas antes de comprar otras nuevas? .....	78
Figura 4.30 Pregunta 31: En una escala del 1 al 7 ¿Reutilizo papel? .....	78
Figura 4.31 Pregunta 32: En una escala del 1 al 7 ¿Reutilizo botes y botellas de vidrio? .....	79
Figura 4.32 Pregunta 33: En una escala del 1 al 7 ¿Reutilizo envases de plástico? .....	79
Figura 4.33 Pregunta 34: En una escala del 1 al 7 ¿Con qué frecuencia reutilizas los paños/telas a través del reciclaje? .....	80
Figura 4.34 Pregunta 35: En una escala del 1 al 7 ¿Con qué frecuencia reutilizas las botellas de vidrio a través del reciclaje? .....	80
Figura 4.35 Pregunta 36: En una escala del 1 al 7 ¿Con qué frecuencia reutilizas papel a través del reciclaje?.....	81
Figura 4.36 Pregunta 37: En una escala del 1 al 7 ¿Con qué frecuencia reutilizas los envases de plástico a través del reciclaje? .....	81
Figura 4.37 Pregunta 38: En una escala del 1 al 7 ¿Te consideras confiable, autodisciplinado? .....	82
Figura 4.38 Pregunta 39: En una escala del 1 al 7 ¿Te consideras organizado y cuidadoso? .....	82
Figura 4.39 Pregunta 40: En una escala del 1 al 7 ¿Te consideras tradicional y poco imaginativo?.....	83

## ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Prueba piloto .....	119
Anexo 2: Cuestionario .....	133
Anexo 3: Matriz de consistencia.....	150
Anexo 4: Cronograma de actividades .....	160
Anexo 5: Validación de experto .....	161
Anexo 6: Confirmación insigna.....	162
Anexo 7: Turnitin.....	163

## RESUMEN

La reducción en el desperdicio de alimentos en todos los países es considerada una tarea complicada, pues el objetivo es lograr a un ambiente sostenible e implantar una cultura de responsabilidad social en el consumidor. Un tercio de todos los alimentos que son producidos son desechados. Las cadenas de comida rápida cumplen una gran labor en la economía peruana, tanto desde el punto de vista gastronómico como cultural, por lo que no es ajeno a ser un punto de acopio de los alimentos, en el cual, en el proceso de la cadena de suministros hasta el cliente final, se desperdicia gran cantidad de alimentos. El presente estudio se centra en investigar, a través de la Teoría de las Prácticas Sociales, el impacto que genera una cadena de fast food involucrada en la sostenibilidad ambiental en el consumidor peruano. Se encuestó a 385 personas de Lima Metropolitana de la zona 7 que pertenecen a la generación centennials y millennials, acerca de sus acciones al momento de comprar, consumir y reutilizar alimentos. Los resultados resaltan su interés por la sostenibilidad.

**Palabras clave:** Desperdicios de alimentos, comida rápida, hábitos de consumo, Actitudes, Gestión de pérdidas, Comportamiento del consumidor, Rutinas.

**Línea de investigación:** 5205 - 6.a6 Impacto de la comunicación de actividades de sostenibilidad en el consumidor.

## ABSTRACT

Reducing food waste in all countries is considered a very complicated task in order to reach a sustainable environment and implement a culture of social responsibility in the consumer. One third of all food that is produced is thrown away. Fast food chains play an important role in the Peruvian economy, both gastronomically and culturally, so it is no stranger to being a collection point for food, which in the process of the supply chain to the final customer, a large amount of food is wasted. This study, through the Theory of Social Practices, focuses on investigating the impact of a fastfood chain involved in environmental sustainability on the Peruvian consumer. We surveyed 385 people from Lima Metropolitan area 7 and who belong to the centennials and millennials generation, about their actions when buying, consuming and reusing food. The results highlight their interest in sustainability.

**Key words:** Food waste, fast food, consumption habits, attitudes, loss management, consumer behavior, routines.

**Investigation line:** 5205 - 6.a6 Impact of communicating sustainability activities on the consumer.

# INTRODUCCIÓN

El desperdicio de alimentos es un problema global, con una gran cantidad de alimentos desperdiciados todos los días, lo que representa aproximadamente una cuarta parte de los alimentos producidos para el consumo humano. También crea problemas para la seguridad alimentaria porque afecta no solo a la sostenibilidad, sino también a la seguridad alimentaria. Esta problemática afecta también la economía, ya que es una barrera a la escasez de capital (Grupo del Banco Mundial, 2014).

El desperdicio de alimentos y la pérdida de alimentos son dos temas diferentes. El primero está presente en los hogares, restaurantes, en la distribución y el *retail*, es decir, son los alimentos despilfarrados por nosotros. En segundo lugar, la pérdida de alimentos ocurre en los alimentos procesados, y en la agricultura, cosecha y producción.

Respecto al marco teórico, se trabajó con *papers* y tesis relacionadas con el tema. El principal *paper* fue el de F. Abdelradi / *Waste Management* 71 (2018) 485–493, *Food waste behaviour at the household level: A conceptual framework*. La tesis principal fue la de Casimiro y Delgad (2020): *Rutinas alimenticias en el hogar y el desperdicio de alimentos*.

Dentro de la investigación se trabajó con dos variables importantes: gestión y pérdida de alimentos (variable independiente) y comportamiento y actitudes (variable dependiente). La variable dependiente fue parte del *paper* de Verplanken y Orbell (2022): *Cambio de Actitudes, Hábitos y Comportamiento*.

Se realizó un cuestionario para un público específico, con el que se buscó obtener 385 respuestas. La idea era conocer qué tan concientizados están con la disminución del despilfarro de alimentos. Asimismo, se tienen resultados obtenidos vía la plataforma del *software* estadístico SPSS.

# CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

## 1.1 Descripción de la Situación Problemática

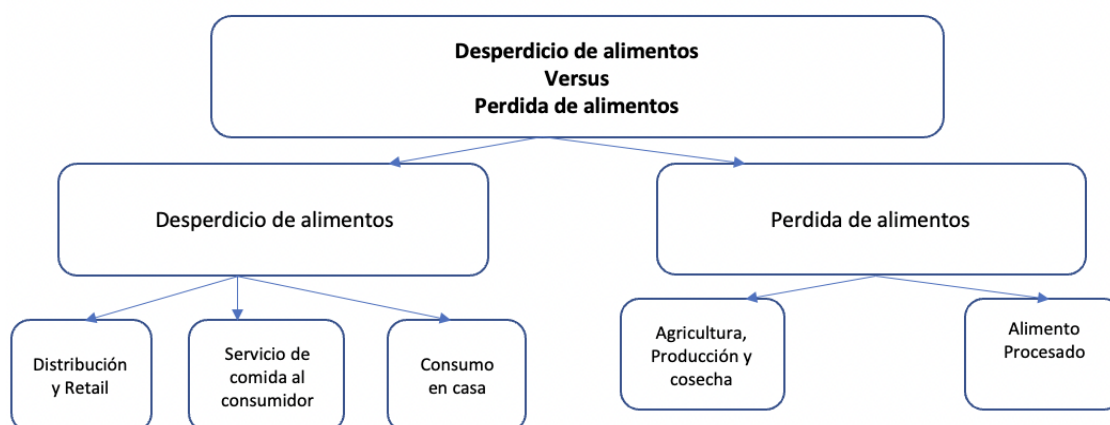
### 1.1.1. Desperdicio de Alimentos

De acuerdo a Euromonitor International (2022), el desperdicio de alimentos se da por medio de la cadena de suministro, desde el proceso de producción hasta el consumidor final. Los comestibles llegan en buenas condiciones para el consumo, pero son desechados. Este problema surge, principalmente, por los vendedores mayoristas y minoristas, ya que botan alimentos que aún tienen valor.

En otro respecto, la pérdida de alimentos ocurre cuando el comestible pierde calidad mucho antes de llegar a los consumidores finales, pues es la consecuencia de una mala cosecha, un mal secado de los cereales o granos y mala refrigeración; es decir, se da al inicio de la cadena de suministros por falta de conocimientos (Euromonitor International, 2022).

#### Figura 1.1

*Desperdicio de alimentos versus pérdida de alimentos*



*Nota.* De Euromonitor International, 2022. <https://www-portal-euromonitor-com.ezproxy.ulima.edu.pe/portal/analysis/tab#>

El desperdicio de alimentos es un problema que surge a nivel mundial, ya que todos los días se pierden grandes cantidades que representan, aproximadamente, a un cuarto de la fabricación de alimentos para el consumo humano. Asimismo, ello trae

consigo desafíos para la seguridad alimentaria, lo que afecta no solo a la sostenibilidad, sino también a la economía, ya que es un impedimento para la capital de la escasez (World Bank Group, 2014).

Además, los precios de los alimentos hacen que exista un menor desabastecimiento a nivel mundial. Por ejemplo, países como África y Asia meridional no pueden abastecerse de alimentos para satisfacer sus necesidades debido a la baja producción (World Bank Group, 2014). Los países en desarrollo son los principales en perder 56 % de toneladas de alimento a nivel mundial, debido a problemas técnicos, de refrigeración, gestión de alimentos y transporte (Food and Agriculture Organization of the United Nations [FAO], 2014). Además, las personas botan alimentos que aún pueden ser consumidos, lo que, por tanto, genera pérdidas de recursos importantes como el agua, la energía, los fertilizantes y la tierra (Kim, 2014).

La mayor cantidad de pérdidas de alimentos se da en América Latina y el Caribe, pues en esta región se desperdicia aproximadamente el 15 %. Asimismo, con los alimentos que se pierden solo a nivel de venta tanto de América Latina como del Caribe se podría alimentar a más de 30 millones de personas (FAO, 2014). Los desperdicios ocurren desde la cadena alimentaria, el consumidor (28 %), nivel de producción (28 %), distribución y mercado (17 %), almacenamiento (22 %) y procesamiento (6 %) (FAO, 2014). El 7.9 % de la población de América Latina y el Caribe sufre de una crisis alimentaria, pues cabe recalcar que esas poblaciones no sufren de hambre porque no exista suficiente alimento, sino que no cuentan con las nociones económicas para acceder a ellos. (FAO, 2014).

Asimismo, analizando los deshechos de alimentos de acuerdo al nivel de los países de América Latina y El Caribe, se tiene a *retails* en Bahama, Jamaica, Trinidad y Tobago, Belice, Colombia, Ecuador, El salvador, Surinam y Uruguay, países que desperdician toneladas de alimentos que podrían ser usadas para alimentar a más personas, y evitar, de esta forma, la hambruna. Así, San Vicente y las Granadinas, Brasil, Guyana, Honduras y Panamá son países que ya han sobrepasado el límite de hambruna, ya que desperdician muchos comestibles a nivel *retail* (FAO, 2014).

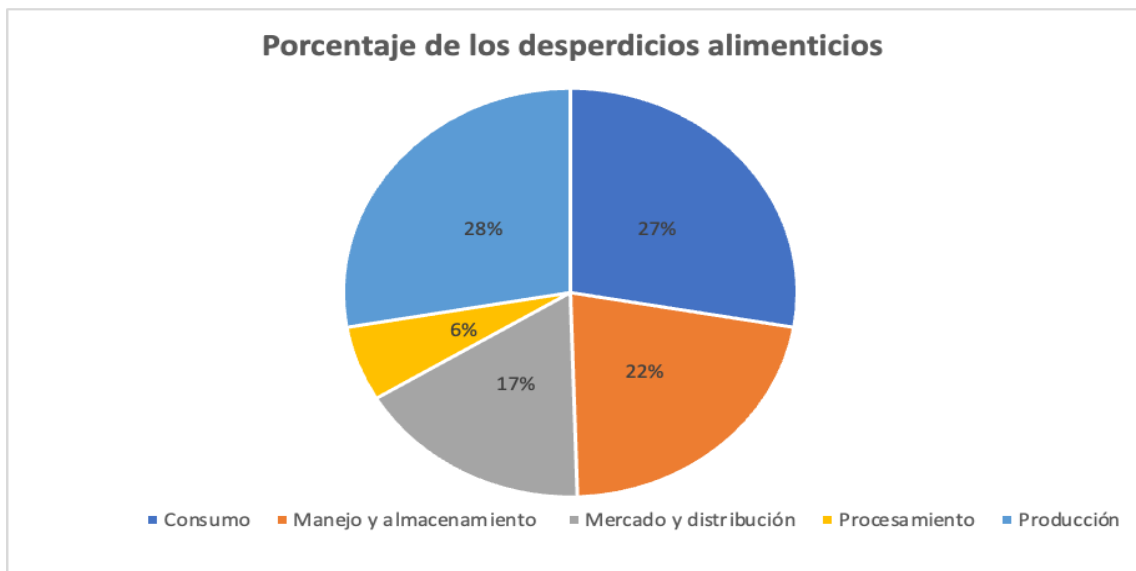
Para evitar la pérdida de alimentos se deben mejorar las cosechas, al objeto de obtener mejores alimentos y contar con un buen secado para evitar la pérdida de, por ejemplo, maíz, cereales o granos (FAO, 2014). De acuerdo a FAO, Paraguay es uno de

los países de América Latina que pierde en frutas (25 %), hortalizas, tubérculos y raíces (50 %), maíz (40 %) y legumbres (25 %) (FAO, 2014).

De acuerdo a Moran (2020), el consumo y la producción de alimentos orgánicos o sostenibles ayudan al medio ambiente, pues estimula la reducción de los desperdicios, el aumento de los recursos y la disminución de la pobreza.

### Figura 1.2

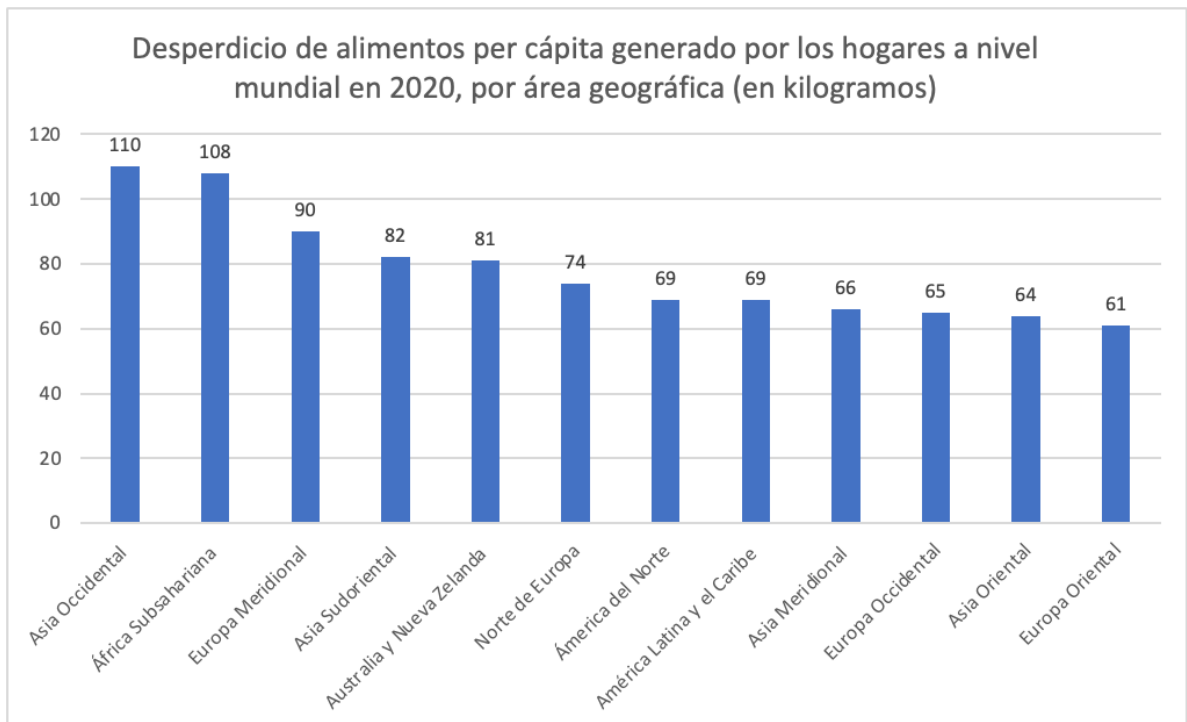
*Porcentaje de los desperdicios alimenticios*



*Nota.* Adaptado de “Food and Agriculture Organization of the United Nations”, por FAO (2014). <https://www.fao.org/americas/noticias/ver/es/c/239395/>

**Figura 1.3**

*Desperdicio de alimentos per cápita generado por los hogares a nivel mundial en 2020, por área geográfica*



*Nota.* De Statista (2020). <https://es-statista-com.ezproxy.ulima.edu.pe/estadisticas/1270068/desperdicio-de-alimentos-per-capita-en-todo-el-mundo-por-region-kilos/>

### **1.1.2. Servicio de comida rápida al consumidor**

Según Monroy (2019), la satisfacción del cliente es una variable importante para las cadenas de comida rápida, pues ello facilita que los consumidores desarrollen sentimientos de placer, felicidad, deleite y aceptación; por ende, el cliente logrará mayor lealtad con el establecimiento.

Asimismo, el análisis de satisfacción del cliente presenta tres perfiles: en primer lugar, el resultado de la satisfacción que se da por medio de la experiencia del consumo. Según Westbrook y Reilly, es una respuesta emocional a través de la experiencia adquirida por medio del servicio. Churchill y Surprenant indican que el resultado se obtiene por medio de la postcompra, mientras que Spreng y Olshavsky aseguran que el resultado depende de lo que el consumidor ha obtenido al momento de terminar de consumir el producto.

En segundo lugar, la satisfacción como un proceso cognitivo, pues se espera que el producto sea el esperado o supere las expectativas de los consumidores. En tercer lugar,

el perfil de transacción específica es la respuesta del cliente ante una transacción particular del servicio o producto (Monroy, 2019). Además, las cadenas de comida rápida tienen un factor destacado como el precio, ya que para los consumidores es una variable muy importante pues tiene un efecto positivo en las respuestas de los clientes a las decisiones que tomaron las cadenas de comida rápida. Para los autores Mattila y O'Neill (2013) el precio es una señal que se utiliza para calcular las experiencias de servicios consumidos (Monroy, 2019).

Sin embargo, Monroy (2019) indica que el precio también puede generar insatisfacción, publicidad negativa, quejas de los clientes y menor frecuencia al establecimiento, debido a que el beneficio obtenido fue malo. Los consumidores asisten a los restaurantes de comida rápida por el sabor único y diferenciado de la comida, ya que la variable diferenciadora para los establecimientos es el sabor propio. Es importante agregar el 'toque' saludable para lograr una satisfacción adicional en el cliente, y el ambiente físico debe ser considerado como atributo importante, ya que tiene una influencia muy alta en la satisfacción del consumidor. Finalmente, la particularidad de servicio de las cadenas de comida rápida es esencial, ya que sirve para aumentar el prestigio de las empresas, obtener un mayor ingreso económico y clientes más satisfechos (Monroy, 2019).

El grupo de restaurantes de comida rápida y restaurantes de café aumentó su actividad en 6.20 % debido a la mayor presencia de consumidores por las celebraciones navideñas y año nuevo. Asimismo, el incremento también se dio gracias a las promociones, las alianzas comerciales con las financieras y el servicio *delivery* (Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI], 2023). Miñano y Santos (2022) afirman que en Lima Metropolitana la industria de comida rápida genera ingresos al año de 700 millones de dólares. Además, diferentes estudios han determinado que para el año 2017 Lima Metropolitana y Callao tendrán un total de 617 establecimientos de comida rápida y habrá 199 locales en provincias.

**Figura 1.4***Market Share de Restaurantes-Consumer Foodservice en Perú*

% value	2018	2019	2020	2021	2022
Grupo Norkys	20.2	19.2	20.3	23.5	22.7
Yum! Brands Inc	13.7	14.7	15.7	16.4	16.7
NG Restaurants SA	9.5	8.6	8.9	7.6	8.2
Starbucks Corp	6.4	7.0	5.9	7.0	6.9
Servicio de Franquicia Pardo's SAC	5.6	5.6	4.9	5.6	5.6
Grupo Rocky's	8.6	8.4	8.1	5.6	5.1
Restaurant Brands International Inc	3.6	3.9	3.7	3.9	4.4
Parrilladas y Pollos Las Canastas SAC	3.1	2.6	3.0	2.8	2.8
Papa John's International Inc	2.5	2.4	3.0	2.6	2.7
McDonald's Corp	2.7	2.7	3	2.8	2.6
Negociaciones Dupont Sac	2.6	2.5	2.7	2.4	2.4
Chinawok Corp	1.5	1.4	1.5	1.6	1.6
Cinco Millas SAC	1.3	1.3	1.5	1.3	1.6
Binker International Inc	1.4	1.4	1.5	1.5	1.5
Kahala Crop	1.4	1.3	1.5	1.4	1.4
Grupo Kong	1.1	1.1	1.2	1.4	1.3
Inspire Brands Inc	-	-	1.1	1.3	1.3
Domino's Pizza Inc	0.6	0.8	1.2	1.3	1.3
Italian Food International SAC	1.0	1.2	1.1	1.2	1.3
Embarcadero 41	0.7	0.7	0.8	0.8	0.8
TGI Fridays Inc	0.5	0.6	0.6	0.6	0.7
La tratoria SA	0.7	0.7	0.6	0.7	0.6
Sociedad Suizo de Embutidos SA	0.8	0.7	0.7	0.6	0.6
Gelateria Laritza D SA	0.8	0.8	0.7	0.6	0.6
Doctor's Associates Inc	0.3	0.4	0.4	0.5	0.5
Inversiones Papi Julio SAC	0.3	0.4	0.3	0.3	0.4
Longhorn Steakhouse	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4
Delicias	0.4	0.5	0.5	0.4	0.3
Inversiones El Hornero SAC	0.3	0.4	0.2	0.3	0.3
4D Heladería	0.3	0.4	0-4	0.3	0.3
Others	7.5	7.8	4.4	3.3	3.2
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

*Nota.* Adaptado de “Consumer Foodservice en Perú”, por Euromonitor (2023).

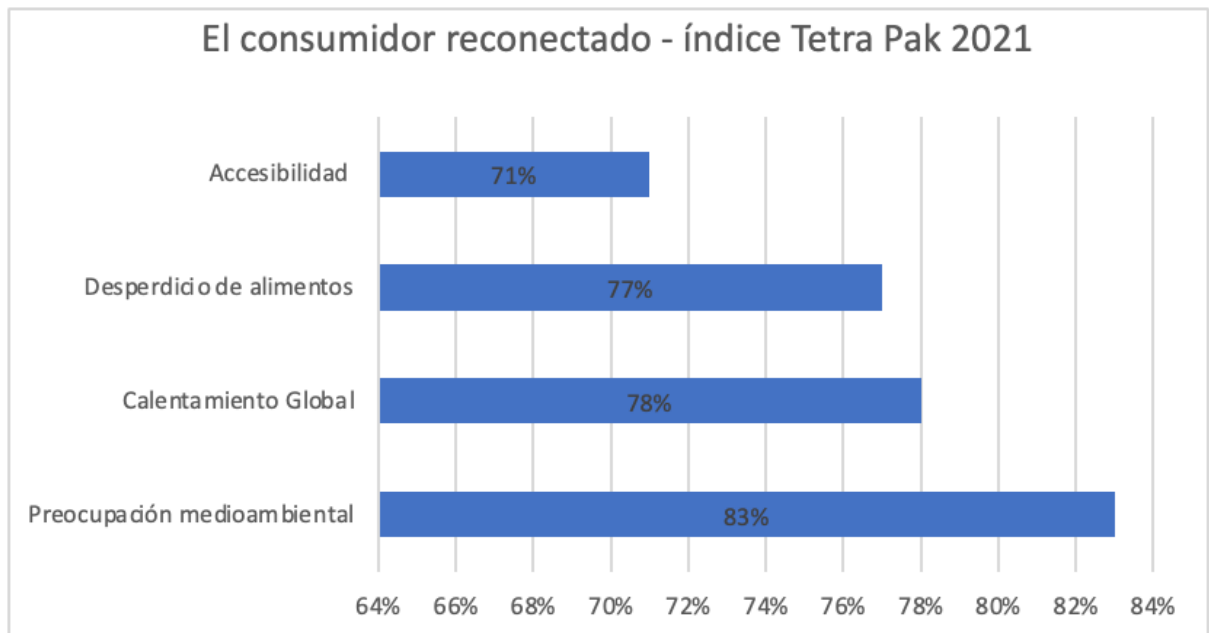
<https://www-portal-euromonitor-com.ezproxy.ulima.edu.pe/portal/analysis/tab>

**1.1.3 Hábitos alimentarios de la población**

La pandemia del COVID-19 generó que la población tenga una mayor preocupación por el medio ambiente y los alimentos, cifras que se muestran en la siguiente figura.

### Figura 1.5

*El consumidor reconectado - Índice Tetra Pak 2021, basado en un estudio global realizado por Ipsos*

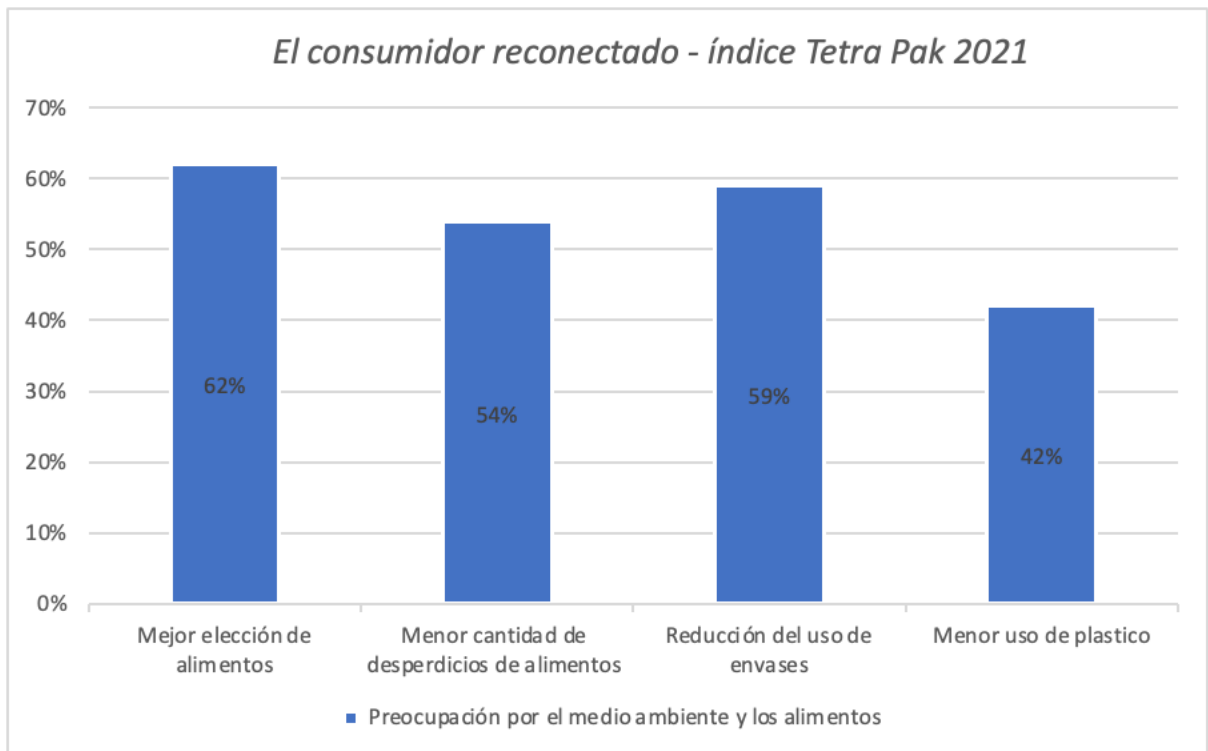


*Nota.* Adaptado de “El consumidor reconectado - Índice Tetra Pak 2021, basado en un estudio global realizado por Ipsos”, por Ipsos, 2021. <https://www.ipsos.com/es-es/el-consumidor-reconectado-indice-tetra-pak-2021-basado-en-un-estudio-global-realizado-por-ipsos>

De acuerdo a Ipsos (2021), para las personas la seguridad y la inocuidad de los alimentos son prioridades esenciales, ya que la salud es primordial, lo que conlleva a una mayor demanda de alimentos saludables, de tal modo que una gran parte de la población mundial tiene conocimiento de que sus acciones pueden afectar al medio ambiente. Por tal razón, las personas son más conscientes a la hora de hacer sus compras para su propio bienestar (elección de una buena alimentación y reciclaje), ya que tienen más cuidado con lo que comen y beben. Asimismo, desperdician menos alimentos, ya que existe una mayor planificación en las comidas para evitar el despilfarro. Otro dato importante es que esta población prefiere no usar productos con muchos envases y evitar el uso del plástico, lo que redundará en una mayor conciencia acerca del cuidado de uno mismo, el planeta y las comunidades.

## Figura 1.6

*El consumidor reconectado - Índice Tetra Pak 2021, basado en un estudio global realizado por Ipsos - preocupación por el medio ambiente y los alimentos*



*Nota.* Adaptado de “El consumidor reconectado - Índice Tetra Pak 2021, basado en un estudio global realizado por Ipsos”, por Ipsos, 2021. <https://www.ipsos.com/es-es/el-consumidor-reconectado-indice-tetra-pak-2021-basado-en-un-estudio-global-realizado-por-ipsos>

El desafío de tener un comportamiento sustentable. De acuerdo al MINEDU (2021), conocer la importancia de la conducta sostenible es necesario para el consumidor, pues le permitirá tener un mayor conocimiento y respeto hacia el medio ambiente, lo cual redundará en una mayor cultura de conservación y prevención (MINEDU, 2021).

## 1.2. Formulación del problema

### 1.2.1 Problema general

El problema a investigar se formula por medio de la siguiente pregunta:

¿Cómo la conciencia ambiental impacta en el desperdicio de alimentos en las principales cadenas de comida rápida de la zona 7 de Lima Metropolitana?

### **1.2.2. Problemas específicos**

¿Cómo los valores materialistas impactan en la adopción de prácticas de reciclaje de residuos y en la minimización de residuos en las principales cadenas de comida rápida de la zona 7 de Lima Metropolitana?

¿Cómo el conocimiento impacta sobre la reutilización de residuos y la elección de los alimentos en las principales cadenas de comida rápida de la zona 7 de Lima Metropolitana?

¿Cómo la religión impacta en la personalidad y en los comportamientos de gasto de comida de los miembros de varias comunidades religiosas en las principales cadenas de comida rápida de la zona 7 de Lima Metropolitana?

### **1.3. Objetivos de la investigación**

#### **1.3.1. Objetivo General**

Identificar y determinar cómo impacta la conciencia ambiental en el desperdicio de alimentos en las principales cadenas de comida rápida de la zona 7 de Lima Metropolitana.

#### **1.3.2. Objetivo Específicos**

Comprender cómo impactan los valores materialistas en la adopción de prácticas de reciclaje de residuos y en la minimización de residuos en las cadenas de comida rápida.

Comprender cómo impacta el conocimiento sobre el desperdicio de alimentos y la reutilización en las decisiones de compra de comida rápida.

Comprender cómo impacta la religión en la personalidad y en los comportamientos de gasto en alimentos de los miembros de varias comunidades religiosas.

### **1.4 Justificación de la Investigación**

Para Roa (2022) el desperdicio de alimentos es un problema que afecta al mundo entero, ya que la mayor parte de desperdicios de alimentos comestibles proviene de las siguientes categorías: hogares (61%), servicios de comida (26%) y venta minorista (13 %). Por tanto, es importante indicar que el desperdicio de alimentos trae consigo impactos negativos que afectan al ecosistema, y a los ámbitos social y económico.

Se sabe que América Latina y el Caribe son las principales regiones en el desperdicio de alimentos. Por ello es importante indicar que existen países latinoamericanos que buscan iniciativas para contrarrestar a los desechos de alimentos, como es el caso de Chile que implantó el “Comité Nacional para la Prevención y Reducción de Pérdida y Desperdicios de Alimentos”, con el fin de prevenir estrategias para la reducción de comestibles en los servicios de alimentos, hogares y venta al menor (ONU, 2021). Asimismo, Argentina es otro de los países que cuenta con políticas para la reducción de alimentos y protección del medio ambiente, pues ha creado la campaña “Valoremos los Alimentos”, con la finalidad de concientizar a la población (ONU, 2021). Por último, Brasil, por medio de la Mesa Brasil SESC, ha logrado proporcionar casi 2 millones de toneladas de comida a su comunidad brasileña por medio de las ONG. Cabe recalcar que esta comida ha sido preparada con alimentos que aún estaban aptos para el consumo, pero que ya estaban a punto de eliminarse. Se ha creado, también, la campaña “Sin Desperdicios”, que busca concientizar acerca de los desperdicios y pérdidas de alimentos, pues esta campaña es aliada de los siguientes organismos internacionales: FAO, IBM, Foro de Bienes de Consumo y Red Global de Bancos de Alimentos (ONU, 2021).

La innovación en la tecnología y en lo digital con la inteligencia artificial (IA) son una base importante para contribuir con la reducción de desperdicios de alimentos. La FAO es el responsable del Objetivo de Desarrollo Sostenible 12.3, que busca minimizar la pérdida y el desperdicio de comestibles antes del año 2030, pues la organización ha logrado crear la “Plataforma Técnica del G-20” que sirve para la medición y reducción de pérdidas y desperdicios de alimentos (FAO, 2021).

El Ministerio de Agricultura y Riesgo del Perú, junto a la FAO y ONU, ha creado la campaña “Cero Desperdicio de Alimentos”, con el fin de concientizar e informar sobre la importancia de la prevención y reducción de los desperdicios de comestibles a los consumidores y a los servicios de comida (MIDAGRI, 2020).

Según Oscar Ekponimo (s. f.), en Nigeria crearon un servicio *software* llamado Chowberry, para reducir el desperdicio de alimento, pues este aplicativo se encarga de enviar alertas a los puntos de ventas por medio de códigos de barras para indicar qué productos ya están por caducar, y de esta manera se realizan descuentos para una población con ingresos menores y se apoya a organizaciones sociales. Asimismo,

Chowberry buscará seguir mejorando hasta llegar a los servicios de comida para alertar sobre alimentos a punto de caducar y llegar a más establecimientos comerciales.

En Perú existió Sugo, un aplicativo que vendía vía web productos que ya estaban a punto de ser desechados; sin embargo, no tuvo la aprobación de los peruanos debido a la baja concientización de los desperdicios de alimentos y las limitaciones de la tecnología (Semana Económica 2023).

De esta manera, la investigación encuentra su justificación teórica al promover la reflexión sobre el desperdicio y el daño que causa al medio ambiente. Además, tiene el propósito de seguir conociendo los comportamientos y actitudes de los consumidores frente al consumo de servicios que ofrecen comida rápida, como también en el manejo del reciclaje. Asimismo, el presente estudio se orienta a contribuir con los establecimientos de *fast food* para una mayor educación sobre la reducción de comestibles, una de las categorías que elimina alimentos que aún están aptos para el consumo. Finalmente, se busca conocer el marketing referido a la sostenibilidad.

En el Perú aún existe una gran despreocupación por el desperdicio de alimentos. Uno de los indicadores es la salida de Sugo, una plataforma que contribuía con la mejora para el medioambiente; existen altas tasas de anemia, ingentes niveles de contaminación por parte de los servicios de comida, consumidores, empresas y hogares. En consecuencia, es necesario tocar el tema en la investigación y profundizarlo para dar a conocer la problemática con una mejor y mayor reflexión.

#### **1.4.1 Importancia de la Investigación**

La investigación consiste en conocer el comportamiento y las actitudes de los consumidores respecto al desperdicio de alimentos en las cadenas de comida rápida. Por medio del estudio se determinó que los servicios de comida son uno de los principales en producir un alto despilfarro de alimentos (ONU, 2021). Aproximadamente el 14 % de la producción mundial anual de alimentos (alrededor de \$400 mil millones de toneladas de alimentos) continúa perdiéndose después de la cosecha y antes de que llegue al comercio minorista. Del mismo modo, otro 17 % (alrededor de 931 millones de toneladas de alimentos) termina en los basureros de empresas de servicios de comida (ONU, 2022).

Por tal motivo, si se le otorga la importancia necesaria al desperdicio y a la pérdida de alimentos se logrará reducir el problema, lo que traerá consigo efectos positivos al medio ambiente, pues la pérdida y el desperdicio de alimentos generan un 10 % GEI

(inestabilidad climática y fenómenos meteorológicos como las inundaciones y sequías), afectando negativamente la cosecha, la seguridad alimentaria y la nutrición de los consumidores (ONU, 2022). La reducción de la pérdida y el desperdicio de alimentos está incluida en el Objetivo de Desarrollo Sostenible (ODS) 12.3 para el Consumo y Producción Sostenibles, y más específicamente en el Objetivo 12.3, que reduce a la mitad el desperdicio de alimentos per cápita en la venta minorista para 2030 y la reducción de las pérdidas de alimentos en las cadenas de producción y suministro. Además, incluye a la postcosecha. La FAO en el año 2019 informó sobre un indicador relacionado con el índice de desperdicio de alimentos, y en 2021, el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente informó sobre un indicador relacionado con el índice del PNUMA. Ambas organizaciones están desarrollando un método para combinar ambos parámetros en un solo indicador SDG 12 para realizar el informe sobre el objetivo 12.3 (ONU, 2022).

Las razones por las cuales se investiga se orientan a resolver un problema del mercado y los servicios, y mejorar los procesos y productos, y así reducir los costos. En primer lugar, el problema del mercado peruano es la contaminación producida por el sector de alimentos, empresas e industrias. Por medio de esta investigación se buscará concientizar a la población peruana a reducir desperdicios y a practicar el reciclaje. En segundo lugar, para mejorar los procesos y productos, cumplir con los tiempos de cosecha, un mejor transporte de alimentos para evitar su pérdida y crear un *software* que pueda indicar el tiempo de duración del producto y los cuidados necesarios. La Universidad de Lima tiene prácticas responsables que están relacionadas con la sostenibilidad y el consumo consciente. Asimismo, está vinculada con la Naciones Unidas (ONU) en los siguientes principios: propósito, método, diálogo, valores, partenariado e investigación, además de la creación de círculos de estudios relacionados con la sostenibilidad, encargados de profesores que dictan el curso de Responsabilidad Social y Ética para la carrera de Negocios (Universidad de Lima, 2018).

La investigación con la que se relaciona y desarrolla la tesis es con la codificación y sub-línea de Investigación de Marketing “5205 - 6.a4, Desperdicio de alimentos y separación de residuos sólidos en el hogar”. El desperdicio de alimentos ocurre a lo largo de la cadena de suministro, es decir, desde el proceso de producción hasta el consumidor final. Los alimentos llegan intactos y listos para el consumo, pero se tiran. El problema surge principalmente de los mayoristas y minoristas, porque los alimentos que aún tienen

valor se botan, lo mismo sucede en los hogares y en los servicios de comida (Euromonitor International, 2022).

#### **1.4.2 Viabilidad de la Investigación**

La investigación es viable, pues se trabajó con una variable medible. La viabilidad y factibilidad de la investigación se divide en los siguientes aspectos: variable de tiempo, variable de datos e información, y variable estadística.

La variable de tiempo es muy importante para la investigación, ya que por medio de ella es posible lograr el éxito de la tesis. El ámbito de referencia es Lima-Perú durante el año académico de enero-marzo 2022 y abril-julio 2022. Así, se trata de un determinado periodo de tiempo.

La variable de datos e información es importante. El uso de artículos científicos, revistas, *papers*, tesis y libros para conocer la problemática a investigar y llevar a cabo el estudio. La variable estadística es para el uso de procesadores de datos como SPSS Statistics.

#### **1.5 Limitaciones del Estudio**

Las limitaciones del estudio son los obstáculos que se podrían presentar durante la investigación.

Limitaciones de tiempo: este obstáculo es uno de los más importantes y es el que se debe manejar con mucha prudencia y responsabilidad, ya que determina el avance y la culminación de la tesis. Para ello, el periodo a tomar para realizar la investigación será de un año y medio: se empezó en el ciclo académico de verano (enero- marzo) 2022 y durante el ciclo académico de abril-julio 2022, y se espera culminar a mediados del 2024. Es importante, para la viabilidad de la investigación, que la tesis logre culminarse antes de los dos años.

Limitaciones de espacio o territorio: este es otro obstáculo a superar, pues el público objetivo se encuentra en Lima Metropolitana, cuyos miembros pertenecen a la zona 7 (Miraflores, San Isidro, San Borja, Surco, La Molina). El problema que podría surgir al momento de querer aplicar el cuestionario de manera presencial, cuando las personas se puedan negar a responder por temor o falta de confianza hacia el encuestador, debido al gran incremento de robos y secuestros. Por ello, la aplicación será vía online.

Sin embargo, el contacto personal con el encuestado sería más atractivo, pues se lograría comprender más el comportamiento de las personas frente al desperdicio de alimentos.

Limitaciones de recursos: se cuenta con los recursos financieros y económicos necesarios para culminar la tesis. La limitación geográfica está dentro de la Ciudad de Lima. Los objetivos son la generación *millennials* y *centennials*; sin embargo, se llegaría a generar un problema al determinar cuántas personas de esta población son consumidores de comida rápida. Limitaciones idiomáticas también pueden existir respecto al buen entendimiento de los términos de la investigación, es por ello que se debe conocer el mercado objetivo. Por último, limitaciones económicas pueden surgir al saber cuán dispuesto está el consumidor de pagar por un producto y/o alimento que favorezca el medio ambiente.

## CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

### 2.1 Antecedentes de la Investigación (Estados del Arte)

Hoy en día las personas cuentan con mayor conocimiento sobre el daño que causa el desperdicio de alimentos, de manera que debe evitarse y subrayar el papel de cada uno frente a esta problemática. Las prácticas de mejora en la organización de las compras de alimentos y la planificación en el uso mejorarán las estadísticas respecto de la reducción de desechos de alimentos.

Las actividades de las personas se ven influidas por una serie de pautas, como las rutinas de planificación y la compra de alimentos que influyen en la cantidad de comida que se desperdicia. Son las siguientes:

- Rutinas de compra: en esta etapa las personas suelen seguir hábitos de compra a partir de los cuales obtienen más comida de la que necesitan (Evans, 2012).
- Rutinas de planificación: se realizan verificaciones de la cantidad de inventario para que algunos consumidores logren disminuir el desperdicio del producto (Chandon & Wansink, 2006), debido a que ahora conocen qué necesitan, lo que ya tienen y lo que no consumirían en casa. Otro tipo de planificación para evitar el desperdicio es hacer listas de compras, planificar las comidas que se consumen o cocinar.

Quested et al. (2011) brindaron información acerca del comportamiento del hogar; por ejemplo, colocar las frutas y verduras en lugares visibles en la cocina para que no sean olvidadas en el fondo del refrigerador y optimizar estos alimentos.

Un referente importante en la presente investigación es el de Abdelradi (2018), con *Food waste behaviour at the household level: A conceptual framework*.

Este artículo desarrolla un marco conceptual para comprender el comportamiento respecto al desperdicio de alimentos a nivel doméstico, un aspecto clave en la gestión de pérdidas y desperdicios.

El artículo examina cómo las actitudes, normas sociales y factores contextuales influyen en las decisiones de los consumidores sobre el manejo de alimentos. El autor

analiza datos empíricos para identificar patrones de desperdicio y resalta la importancia de integrar enfoques psicológicos y sociales para abordar este problema.

Entre sus hallazgos principales se puede encontrar:

- Factores psicológicos: las actitudes hacia el desperdicio, como el impacto ambiental y económico, influyen en las decisiones de compra de los consumidores.
- Factores sociales: las normas estructuradas en factores culturales o la presión social pueden afectar la manera en la que los alimentos son desperdiciados o valorados.
- Factores contextuales: la planificación, el almacenamiento en las compras y las condiciones económicas afectan la cantidad de alimentos desperdiciados.

El estudio concluye que las intervenciones deben centrarse en cambiar las percepciones y actitudes hacia el desperdicio, fomentando prácticas sostenibles en los hogares. Este marco es una base relevante para investigaciones como la presente tesis, que busca evaluar el impacto del desperdicio en el comportamiento de consumidores en cadenas de comida rápida.

Filimonau y Gherbin (2020), en *An exploratory study of food waste management practices in the UK grocery retail sector*, buscan identificar prácticas, barreras y oportunidades para la gestión de desperdicio de alimentos en restaurantes y cadenas de comida rápida. Su metodología se basa en una revisión sistemática de estudios sobre el manejo del desperdicio en el sector de servicios de alimentos, con énfasis en estrategias tecnológicas y educativas.

La capacitación del personal es prácticamente esencial para reducir errores operativos y fomentar un manejo adecuado de los alimentos. Además, implementar tecnologías de monitoreo permite que el inventario se optimice y así previene la sobreproducción, en conjunto con la colaboración de toda la cadena de suministro, lo que ayudará a coordinar mejor los flujos de alimentos y así evitar acumulaciones innecesarias.

En conclusión, se deduce que la combinación de la educación, la tecnología y colaboración pueden transformar la sostenibilidad en la industria alimentaria. Sin embargo, las barreras económicas y culturales dificultan la implementación de estas soluciones, especialmente en pequeñas empresas o países pequeños.

Aschemann-Witzel et al. (2021), en *Convenience or price orientation? Consumer characteristics influencing food waste behaviour in the context of an emerging country and the impact on future sustainability of the global food sector*, se propusieron examinar el comportamiento respecto del desperdicio de alimentos entre jóvenes adultos en países en vías de desarrollo. Se analizaron factores que influyen en estas decisiones. Los resultados fueron obtenidos a través de entrevistas y encuestas realizadas a jóvenes adultos en las que se analizan patrones de compra, el modo de almacenamiento y el manejo de alimentos.

Sus hallazgos principales fueron:

- La falta de planificaciones en las compras es una de las principales razones que causa el desperdicio.
- Los problemas de gestión de almacenamiento, como el no consumir los alimentos antes de la fecha indicada de vencimiento, producen el desperdicio.
- Se cree que educar con campañas personalizadas puede ser efectivo para reducir el impacto en este grupo demográfico.

En conclusión, cada estrategia que se analice y quiera emplearse debe adaptarse a las realidades culturales y económicas de los países en desarrollo, y promover hábitos sostenibles y responsables en los jóvenes consumidores ayuda a la disminución de desperdicios en los alimentos.

Stancu et al. (2016), en *Determinants of consumer food waste behaviour: Two routes to food waste*, identifican qué factores determinan el comportamiento de desperdicio de alimentos en los consumidores, enfatizando la planificación y la gestión de estos. Los datos fueron obtenidos a través de encuestas realizadas a consumidores con el objetivo de analizar patrones de planificación y manejo de alimentos en el hogar.

Los hallazgos principales muestran que la falta de planificación en compras lleva a la sobre adquisición de alimentos y, posteriormente, a que estos se deterioren y se desperdicien. La gestión inadecuada como el no almacenar de manera correcta los alimentos generará que estos se echen a perder. Finalmente, las campañas de sensibilización podrían fomentar acciones de correcta planificación y almacenamiento para el adecuado uso de los alimentos sin desperdiciarlos.

Wang et al. (2021) realizaron una investigación titulada *The weight of unfinished plate: A survey based characterization of restaurant food waste in Chinese cities*. El objetivo de este estudio fue revisar las estrategias utilizadas por la industria de servicio de alimentos para reducir el impacto del desperdicio. La metodología utilizada fue revisar estudios que documenten prácticas de reducción de desperdicio en restaurantes y cadenas de comida rápida.

Los hallazgos principales muestran que la optimización de procesos reduce significativamente el desperdicio, tal como se evidencia en artículos anteriormente mencionados en los que descubren que la automatización de pedidos, almacenamiento y gestión de alimentos impacta positivamente en la reducción del desperdicio. Otro hallazgo importante muestra que la reducción de porciones en que se sirven los alimentos ayuda a minimizar la cantidad de alimentos desechados. Así, se obtiene como resultado que las estrategias de reducción no solo benefician al medio ambiente, sino que también pueden mejorar la rentabilidad empresarial de las cadenas de comida rápida.

Betz et al. (2021) realizaron una investigación titulada *Food waste in the Swiss food service industry – Magnitude and potential for reduction*. Los autores analizan el desperdicio de alimentos en la industria de comida rápida, centrándose en las principales fuentes de desperdicio, como la preparación excesiva de alimentos, las porciones grandes y el manejo inadecuado de los productos. Identifican que las prácticas ineficientes en la gestión de inventarios y la falta de conciencia sobre el desperdicio contribuyen significativamente al problema.

Los hallazgos principales muestran que se necesita una gestión eficiente de recursos con una buena planificación de la demanda y el uso de tecnologías para prever cantidades necesarias y evitar así el desperdicio. Asimismo, se proponen medidas para mejorar el control de inventarios, reducción de porciones y reutilización de alimentos no vendidos en otras preparaciones.

Schanes et al. (2018) realizaron una investigación titulada *Food Waste Matters—A Systematic Review of Household Food Waste Practices and Their Policy Implications*. Esta revisión sistemática explora las percepciones de los consumidores sobre el desperdicio de alimentos, examinando estudios previos sobre cómo los consumidores entienden y se relacionan con el desperdicio de alimentos. El artículo identifica diversos

factores, como la educación, las creencias culturales y las normas sociales que influyen en las actitudes y comportamientos de los consumidores.

Los principales hallazgos muestran que los consumidores normalmente suelen subestimar la cantidad de alimentos que desperdician a menudo, debido a la falta de conciencia sobre el desperdicio y lo que impacta en términos económicos y ambientales. Asimismo, las expectativas sobre las fechas de caducidad y la frescura de alimentos son factores clave que afectan el desperdicio. En conclusión, el artículo enfatiza la importancia de diseñar políticas y campañas de sensibilización que aborden esta falta de conciencia, y fomentar así cambios en el comportamiento del consumidor promedio.

Principato et al. (2019): *Reducing food waste: An investigation on the behavior of Italian youths*. Este artículo analiza los principales impulsores del desperdicio de alimentos, como las prácticas ineficientes de compra y almacenamiento, la sobreproducción y las expectativas de los consumidores. Se discuten las implicaciones de estos factores para el desarrollo de políticas sostenibles que aborden el desperdicio de alimentos en todos los niveles de la cadena de suministro.

Entre sus principales hallazgos se identifican diversos factores tanto individuales (consumidores) como organizacionales (prácticas de las empresas). Asimismo, los autores proponen un enfoque integrado entre los consumidores, las empresas, los legisladores y las organizaciones no gubernamentales. Por ello se cree que la creación de políticas públicas más claras y la implementación de incentivos para reducir el desperdicio de alimentos son pilares fundamentales para el cambio efectivo.

Pirani y Arafat (2014) realizaron la investigación *Solid Waste Management in the Hospitality Industry: A Review*. Esta revisión de la literatura aborda el desperdicio de alimentos en la industria de la hospitalidad, con un enfoque especial en los restaurantes de comida rápida. El artículo examina las principales causas del desperdicio, como la sobreproducción de alimentos, las expectativas de los consumidores y las prácticas ineficientes de almacenamiento y preparación. Además, se discuten los impactos ambientales, sociales y económicos del desperdicio de alimentos, así como las posibles soluciones para mitigar este problema.

Los principales hallazgos muestran que la sobreproducción, el mal manejo de almacenamiento y la mala gestión del inventario de los alimentos producen desperdicio, el mismo que tiene un impacto negativo en el medio ambiente debido al uso innecesario

de recursos y la generación de residuos. Por ello, se proponen soluciones como la mejora en la planificación de menús, la reducción de porciones, la donación de alimentos no vendidos y la implementación de tecnologías para optimizar la gestión de alimentos.

Richter y Bokelmann (2016) realizaron un estudio titulado *Approaches of the German food industry for addressing the issue of food losses*. El artículo aborda las pérdidas de alimentos en la industria alimentaria, un tema crucial para la eficiencia de los recursos y el equilibrio económico en la cadena de suministro. El dilema principal radica en cómo las empresas, especialmente en sectores como la confitería, carnes y pescados, gestionan estas pérdidas y cómo podrían comunicar sus esfuerzos de reducción de pérdidas a los consumidores para mejorar su competitividad.

Como principales hallazgos se muestra que en la industria alimentaria alemana el tema de desperdicios de alimentos es relevante y se espera que en los próximos años sea más importante aún. Asimismo, la mayoría de empresas no comunica a los consumidores las medidas que está tomando para reducir las pérdidas de alimentos. Esto es importante, puesto que así se educa al consumidor sobre estas prácticas sociales que impactan positivamente en el medio ambiente.

Por ende, las empresas alimentarias son afectadas al no comunicar a los consumidores las medidas que están tomando para reducir las pérdidas de alimentos. Tener una comunicación adecuada sobre los esfuerzos para reducir las pérdidas podría proporcionar ventajas competitivas y ayudar a las empresas a diferenciarse de sus competidores.

Franco y Ercilia (2016) realizaron una investigación que titularon *The waste of food: a perspective from the students of Business Administration of UPS Guayaquil*. El artículo busca analizar las causas y percepciones del desperdicio de alimentos que generan estudiantes universitarios en Ecuador. A pesar de que el país cuenta con una gran riqueza de recursos naturales, como verduras y frutas, la falta de conciencia sobre las repercusiones ambientales del desperdicio genera un despilfarro significativo. La publicidad de marcas que promueven el consumo excesivo de productos industriales contribuye a una cultura de derroche, afectando negativamente al medio ambiente.

Los resultados muestran que los estudiantes universitarios, en su mayoría, no son conscientes del impacto ambiental que conlleva el desperdicio de alimentos. Este comportamiento está vinculado a hábitos de consumo, como la compra impulsiva de

productos y la preparación excesiva de alimentos, además de la falta de una planificación adecuada en las compras. En conclusión, es importante generar una mayor conciencia entre los consumidores, especialmente en los jóvenes, sobre los efectos negativos que el desperdicio de alimentos tiene en el medio ambiente. Es necesario implementar programas educativos que promuevan la sostenibilidad y estrategias para reducir el desperdicio, ya que esto ayudará a cultivar hábitos más responsables y conscientes en las nuevas generaciones.

En la misma línea de investigación, Hernández-Rodríguez y Francisco (2020) realizaron una investigación titulada *Food waste and time available for domestic chores. Are they correlated? Exploratory study in an urban context*. El artículo examina la relación entre el tiempo disponible de los consumidores con las tareas domésticas y la relación con el desperdicio de alimentos en los hogares urbanos en México. En muchas familias, las inmensas jornadas laborales limitan el tiempo destinado a la planificación y preparación de comidas, lo que lleva a consumir más en establecimientos de comida rápida. Como resultado, los alimentos almacenados en la despensa suelen desperdiciarse y ser desechados.

Entre los principales hallazgos se observa que la falta de tiempo disponible lleva a que muchas personas opten por consumir alimentos fuera de casa. En un país como México, donde las jornadas laborales suelen ser extensas, esta dinámica limita el tiempo dedicado a la planificación y preparación de comidas en el hogar. Por ende, los alimentos almacenados en la despensa tienden a dañarse, incrementando significativamente el nivel de desechos alimentarios. En conclusión, el estudio indica que se deben implementar estrategias de educación y gestión del tiempo. Es una iniciativa clave para poder reducir este problema y concientizar el uso de los alimentos en el hogar y promover hábitos sostenibles.

Vega y Gómez (2022) realizaron una investigación titulada *Analysis of Food Loss and Waste Behavior in Three Food Sectors in Costa Rica*. El artículo estudia el análisis de las prácticas y comportamientos relacionados con el desperdicio de alimentos en Costa Rica, especialmente en los sectores agrícola, industrial y de consumo. El estudio muestra cómo estos sectores contribuyen al problema del desperdicio de alimentos, afectando tanto a la producción como al consumo de alimentos.

Los principales hallazgos resaltan la falta de coordinación en la cadena de suministro y la carencia de educación en el consumidor, pues estos son factores que juegan un papel importante en el agravamiento de las pérdidas y desperdicios de alimentos. La desconexión entre los distintos eslabones de la cadena alimentaria y la falta de conciencia sobre el impacto ambiental y económico del desperdicio, hacen que esta problemática en el país se prolongue. En conclusión, es necesario implementar estrategias que involucren a todos los actores de la cadena alimentaria para poder lograr mejorías, desde los productores hasta los consumidores. Solo a través de un enfoque colaborativo y educativo se podrán reducir de manera efectiva las pérdidas y desperdicios de alimentos, contribuyendo a una mayor sostenibilidad y un mejor manejo de los recursos alimentarios.

Santos y Oliveira (2022) realizaron la investigación *Desperdicio de alimentos: evidências de um refeitório universitário no Brasil*. El artículo aborda el desperdicio de alimentos en una cafetería universitaria de Brasil. El objetivo es comprender las percepciones de los consumidores sobre los alimentos servidos y comprender por qué no los consumen completamente. Para ello, se aplicó un cuestionario que ayude a comprender a las personas, y se utilizó la correlación de Spearman para analizar la relación entre las percepciones y el desperdicio de alimentos. Los hallazgos principales muestran que aquellos que suelen consumir en bandeja desperdician más que los que suelen consumir en un plato. Asimismo, el desperdicio promedio fue de 68 g/persona. En conclusión, se recomienda implementar estrategias educativas en el centro universitario para reducir el desperdicio de alimentos, promoviendo información sobre cómo evitar servirse una cantidad de comida mayor a la que realmente se puede consumir.

Silva (2023) realizó la investigación titulada *La percepción de los consumidores sobre las prácticas sostenibles de reducción de residuos en los restaurantes ecológicos de Lima*. El artículo busca sensibilizar a los consumidores sobre la gran cantidad de desperdicios generados anualmente en Perú, tanto por los establecimientos como por los propios consumidores. Además, analiza cómo los restaurantes ecológicos trabajan para implementar prácticas sostenibles que logren reducir un porcentaje significativo de dichos residuos. El estudio destaca la importancia de comprender y valorar estas iniciativas para fomentar un cambio positivo en el comportamiento y la percepción de los consumidores respecto a la sostenibilidad. Como hallazgos principales se muestra que los consumidores valoran positivamente las prácticas sostenibles, pero no todos suelen

modificar su comportamiento de compra y de consumo. Es por ello que la comunicación efectiva de estas prácticas mejora la percepción del cliente. En conclusión, los restaurantes deben fortalecer la comunicación de las iniciativas sostenibles que tomen para que influya en las decisiones de los consumidores y promueva una mejor gestión de residuos.

Casa et al. (2021) realizaron una investigación titulada *El comportamiento del consumidor. Escenarios futuros en el subsector restaurantes de comida rápida en Lima Metropolitana, 2020-2023*. El artículo analiza cómo afecta el comportamiento del consumidor en el desempeño de los restaurantes de comida rápida en Lima Metropolitana.

Los hallazgos principales muestran que los consumidores valoran cada vez más la sostenibilidad debido a la creciente conciencia sobre el impacto ambiental, aunque muchos continúan priorizando el precio y la conveniencia. Además, las cadenas que adoptan políticas de gestión de desperdicios tienen una mejor aceptación de parte del público. En conclusión, para que logren influir en el comportamiento del consumidor, las cadenas de comida rápida deben encontrar un equilibrio entre sostenibilidad, precio y accesibilidad.

Veliz (2020) realizó un estudio titulado *Logística inversa como herramienta para disminuir los residuos de alimentos en supermercados de Lima Metropolitana*. El artículo analiza el impacto de la logística inversa como herramienta para disminuir los residuos de alimentos en supermercados de Lima Metropolitana. Esta estrategia se presenta como una solución efectiva para reducir desperdicios generados tanto en los supermercados como por los consumidores. Los principales hallazgos muestran que los supermercados que están implementando la logística inversa han reducido muchísimo sus desperdicios, lo cual se da por medio de donaciones y reciclaje. Sin embargo, uno de los mayores retos identificados es la falta de capacitación del personal, lo que limita su efectividad.

En conclusión, la logística inversa es una estrategia prometedora que permite gestionar de manera sostenible los residuos alimentarios. Para lograr maximizar su potencial, es importante contar con mayor capacitación del personal y mejorar la coordinación entre supermercados y proveedores.

Jurado (2023) realizó una investigación titulada *Factores socioculturales del consumo en la generación de desperdicios de alimentos en Lima Metropolitana 2022*, en

la que explora cómo los factores socioculturales influyen en el consumo de alimentos y en la formación del desperdicio alimentario. El autor destaca que el aumento de la inseguridad alimentaria está relacionado con el cambio climático, el crecimiento poblacional y los hábitos de compra impulsados por la comodidad y las fluctuaciones en los precios de los alimentos.

Entre los principales hallazgos se identificó que las tradiciones familiares y los hábitos adquiridos desde la infancia influyen significativamente en la forma de consumir y desperdiciar alimentos. Asimismo, la búsqueda de comodidad y el valor asignado al tiempo llevan a realizar compras excesivas, lo que incrementa el desperdicio.

En conclusión, el estudio indica que es muy importante desarrollar programas de educación y de concientización que aborden los factores socioculturales para reducir el desperdicio de alimentos en Lima Metropolitana, lo que promoverá mejores prácticas de consumo responsable.

Miñano (2021) realizó una investigación titulada *¿Cómo mejorar la eficacia comercial de los restaurantes de comida rápida en Lima Metropolitana? Universidad de Lima*. El artículo aborda estrategias clave para mejorar la eficacia comercial de los restaurantes de comida rápida en Lima Metropolitana, enfatizando la importancia de una correcta gestión de recursos, incluida la reducción de desperdicios de alimentos. El estudio destaca que una adecuada gestión de inventarios y la capacitación del personal en el manejo eficiente de alimentos son factores cruciales para disminuir el desperdicio y mejorar la rentabilidad del negocio. Los hallazgos más relevantes muestran que la implementación de tecnologías para el seguimiento de insumos permite optimizar los procesos operativos y reducir pérdidas. Esta estrategia no solo mejora la eficacia comercial, sino que también contribuye a una operación más sostenible y rentable.

En conclusión, para que los restaurantes de comida rápida en Lima Metropolitana aumenten su eficacia comercial deben centrarse en la optimización de recursos, incluida la reducción de desperdicios, lo que puede fortalecer tanto la percepción del cliente como la sostenibilidad del negocio a largo plazo.

Huiman (2024) realizó una investigación titulada *Evaluación del desperdicio de alimentos: normas y acciones para fomentar la circularidad en Perú*. El artículo aborda cómo las normativas actuales en Perú fomentan la gestión circular de alimentos y disminuyen los desperdicios alimenticios. Entre los hallazgos principales se observó que

la implementación de políticas de gestión circular en las cadenas de comida rápida es aún limitada. Además, se destacó un creciente interés por parte de los consumidores a empezar prácticas sostenibles que promuevan una gestión más responsable de los recursos alimentarios. En conclusión, la implementación de políticas precisas y la cooperación entre el sector público y privado resultan fundamentales para reducir el desperdicio de alimento. Asimismo, promover prácticas que fortalezcan la sostenibilidad del sistema alimentario será fundamental.

**Tabla 2.1**

*Artículos Científicos*

<b>Autor</b>	<b>Revista</b>	<b>Título</b>	<b>A parte a la investigación</b>
Abdelradi, F. (2018)	Waste Management	Food waste behaviour at the household level: A conceptual framework.	Propone analizar el comportamiento de desperdicio de alimentos en los hogares, considerando factores psicológicos, sociales y económicos que influyen en las decisiones de compra, almacenamiento y descarte de alimentos.
Filimonau, V., & Gherbin, A. (2020)	Journal of Cleaner Production	An exploratory study of food waste management practices in the UK grocery retail sector	Investigan prácticas de gestión de residuos alimentarios en el sector minorista del Reino Unido, destacando desafíos y estrategias para reducir el desperdicio en la cadena de suministro.
Aschmann-Witzel, J., Giménez, A., & Ares, G. (2021)	Global Environmental Change	Convenience or price orientation? Consumer characteristics influencing food waste behaviour in the context of an emerging country and the impact on future sustainability of the global food sector.	Analizan cómo la orientación hacia la conveniencia o el precio influye en el comportamiento de desperdicio de alimentos en un país emergente, resaltando su impacto en la sostenibilidad del sector alimentario global.
Stancu, V., Haugaard, P., & Lähteenmäki, L. (2016).	Appetite	Determinants of consumer food waste behaviour: Two routes to food waste.	Identifican dos vías principales que conducen al desperdicio de alimentos por parte de los consumidores: la planificación inadecuada y las actitudes hacia el manejo de los alimentos.

<b>Autor</b>	<b>Revista</b>	<b>Título</b>	<b>A parte a la investigación</b>
Wang, L., Liu, G., Liu, X., & Cheng, S. (2021)	Waste Management	The weight of unfinished plate: A survey based characterization of restaurant food waste in Chinese cities.	Caracterizan el desperdicio de alimentos en restaurantes de ciudades chinas, destacando las causas y patrones asociados a los platos no terminados.
Betz, A., Buchli, J., Göbel, C., & Müller, C. (2021)	Waste Management	Food waste in the Swiss food service industry – Magnitude and potential for reduction.	Analizan la magnitud del desperdicio de alimentos en la industria de servicios alimentarios en Suiza y exploran su potencial de reducción.
Schanes, K., Dobernig, K., & Gözet, B. (2018)	Journal of Cleaner Production	Food Waste Matters—A Systematic Review of Household Food Waste Practices and Their Policy Implications.	El artículo analiza las prácticas de desperdicio de alimentos en hogares y propone políticas para reducirlo, combinando cambios en el comportamiento y enfoques sistémicos.

---

Principato, L., Secondi, L., & Pratesi, C. A. (2019).	British Food	Reducing food waste: An investigation on the behavior of Italian youths.	El artículo analiza el comportamiento de los jóvenes italianos respecto al desperdicio de alimentos, buscando estrategias para reducirlo.
--	--------------	--	---

---

<b>Autor</b>	<b>Revista</b>	<b>Título</b>	<b>A parte a la investigación</b>
Pirani, S.I. and Arafat, H.A. (2014)	Journal of Environmental Management	Solid Waste Management in the Hospitality Industry: A Review.	Analiza cómo la industria hotelera maneja los residuos sólidos y propone estrategias sostenibles para su reducción.
Richter, B., & Bokelmann, W. (2016)	Waste Management	Approaches of the German food industry for addressing the issue of food losses.	El artículo explora las estrategias de la industria alimentaria alemana para enfrentar las pérdidas de alimentos, destacando enfoques prácticos y soluciones adoptadas en el sector.
Franco Cedeño, Ercilia (2016)	Revistas UPS	The waste of food: a perspective from the students of Business Administration of UPS Guayaquil.	El artículo busca analizar las causas y percepciones del desperdicio de alimentos que generan estudiantes universitarios en Ecuador.

---

<p>Hernández- Rodríguez, C., &amp; Francisco, J. L (2020).</p>	<p>Scielo México</p>	<p>Food waste and time available for domestic chores. Are they correlated? Exploratory study in an urban context.</p>	<p>Examina la relación entre el tiempo disponible de los consumidores para las tareas domésticas y el desperdicio de alimentos en hogares urbanos de la Ciudad de México.</p>
--	--------------------------	---	---

---

Autor	Revista	Título	A parte a la investigación
Vega, M. M., & Gómez, I. S. (2022).	Revista Rivar	Analysis of Food Loss and Waste Behavior in Three Food Sectors in Costa Rica.	El estudio analizó prácticas y comportamientos relacionados con el desperdicio de alimentos en Costa Rica.
Santos, R. T., & Oliveira, R. M. (2021)	Scielo Brasil	Desperdício de alimentos: evidências de um refeitório universitário no Brasil. Revista de Administração de Empresas.	El artículo aborda sobre el desperdicio de alimentos en una cafetería universitaria de Brasil
Silva Alcalde, A. P. (2023)	Repositorio USIL	La percepción de los consumidores sobre las prácticas sostenibles de reducción de residuos en los restaurantes ecológicos de Lima	Busca sensibilizar a los consumidores sobre la cantidad de desperdicios generados anualmente en Perú, tanto por los establecimientos como por los propios consumidores

<b>Autor</b>	<b>Revista</b>	<b>Título</b>	<b>A parte a la investigación</b>
Casas Reyes, F. L., Palomino Martel, R. P., & López Doroteo, G. D. (2021)	Repositorio PUCP	El comportamiento del consumidor: Escenarios futuros en el subsector restaurantes de comida rápida en Lima Metropolitana 2020-2023	Analiza cómo afecta el comportamiento del consumidor en el desempeño de los restaurantes de comida rápida en Lima Metropolitana.
Veliz Jara, E. Y. (2020)	Repositorio USIL	Logística inversa como herramienta para disminuir los residuos de alimentos en supermercados de Lima Metropolitana.	Analiza el impacto de la logística inversa como herramienta para disminuir los residuos de alimentos en supermercados de Lima Metropolitana
Jurado F., E. (2023).	Alternativa Financiera	Factores socioculturales del consumo en la generación de desperdicios de alimentos en Lima Metropolitana 2022.	Explora cómo los factores socioculturales influyen en el consumo de alimentos y en la formación del desperdicio alimentario.
Miñano Santos, J. (2021)	Repositorio Universidad de Lima	¿Cómo mejorar la eficacia comercial de los restaurantes de comida rápida en Lima Metropolitana?	Aborda estrategias clave para mejorar la eficacia comercial de los restaurantes de comida rápida en Lima Metropolitana,

<b>Autor</b>	<b>Revista</b>	<b>Título</b>	<b>A parte a la investigación</b>
Huiman Cruz, A. (2024)	Revistas PUCP	Evaluación del desperdicio de alimentos: normas y acciones para fomentar la circularidad en Perú. Kawsaypacha: Sociedad y Medio Ambiente.	Aborda cómo las normativas actuales en Perú fomentan la gestión circular de alimentos y disminuyen los desperdicios alimenticios.

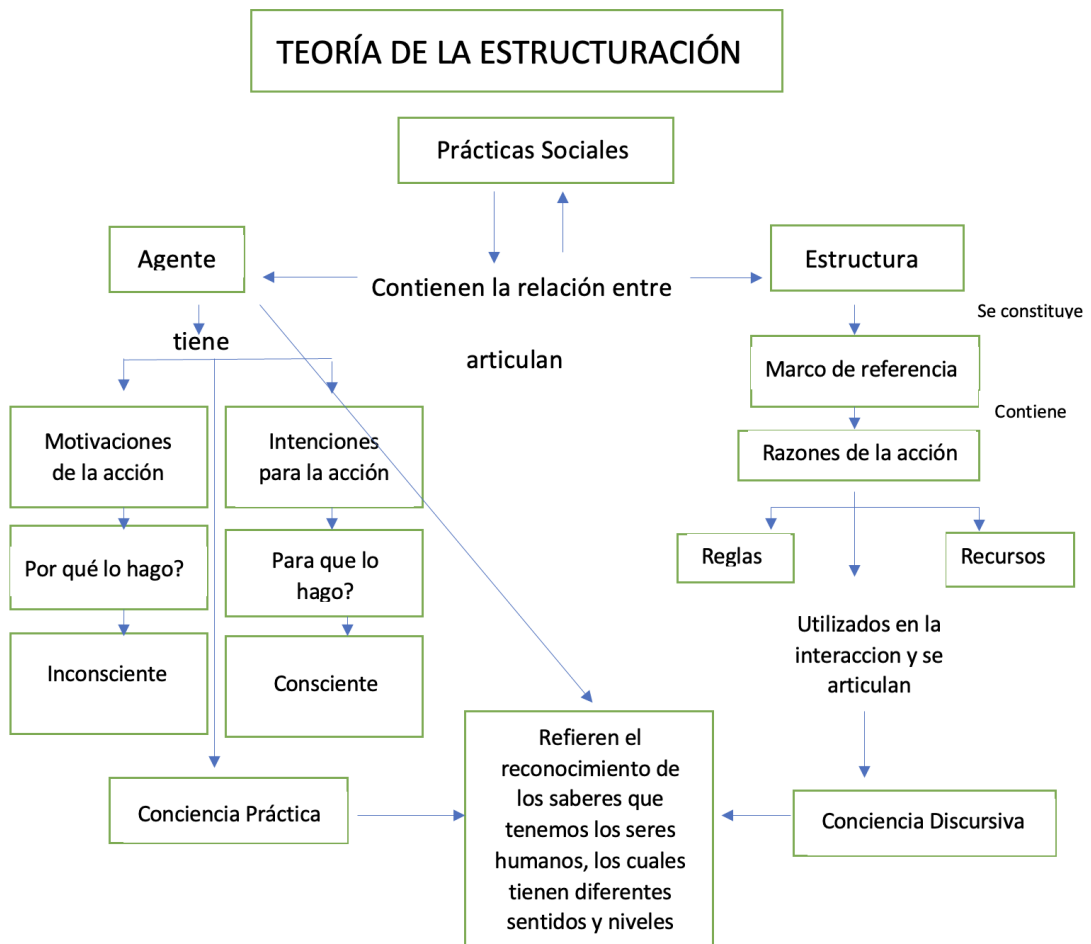
## **2.2 Bases teóricas y modelos**

El desperdicio de alimentos se ha examinado desde varios ángulos, desde la teoría de las prácticas sociales y el modelo SOR (estímulo, organismo y respuesta). Además, autores tales como Wells et al. (2013) y Envoltura (2011) demostraron que el desperdicio de alimentos y la pérdida de estos no solo son considerados problemas alimenticios, sino que también están incluidos diversos factores tales como el materialismo, la conciencia ambiental, la elección de la dieta, el comportamiento de la compra, la prevención y el reciclaje de desechos.

En la teoría de las prácticas sociales se constituyen durante un periodo de tiempo, y son también influenciadas por diversos factores como la familia o los amigos. La diversidad de las prácticas sociales se debe a que cada sociedad posee prácticas distintas, cuyos miembros responden a ellas (Ariztía, 2017).

**Figura 2.1**

*Estructuración de las prácticas sociales*



*Nota.* Adaptado de Giddens (2003).

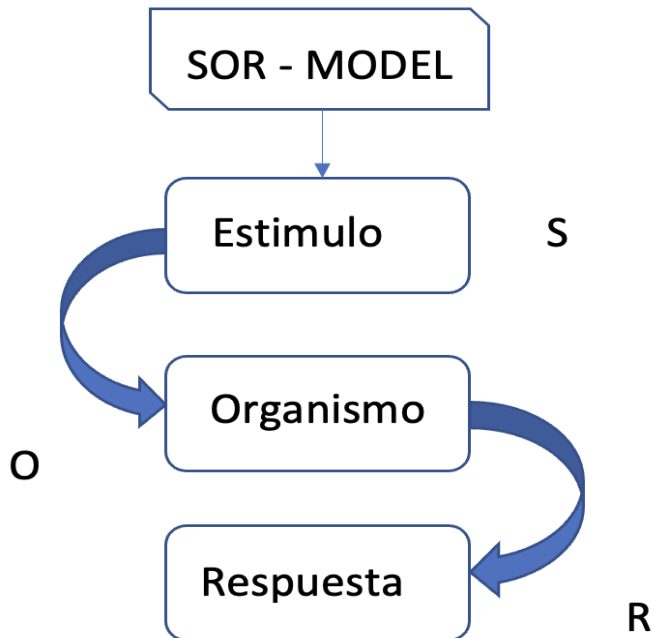
Según Giddens (1984), la teoría de las prácticas sociales fue denominada inicialmente como la “Teoría de la Estructuración”, hasta que Reckwitz (2022) la definió como la “Teoría de la Práctica Social”. Como una secuencia constante de acciones prácticas, estas actividades habituales juntan a las personas en grupos llamados sistemas sociales que se propagan con el pasar del tiempo a través de la interacción continua.

también se hace referencia al desperdicio de alimentos en el hogar y las rutinas que los individuos incorporan en el proceso de compra, como es la adquisición de los alimentos, el almacenamiento, el procedimiento de la cocción y la preparación de estos, además de cómo se gestiona al utilizar o eliminar los alimentos que no se utilizaron el proceso. Estas acciones son competencias para la teoría de la práctica social (Evans,

2012), y es desde ahí desde donde las rutinas de los alimentos en el hogar se despliegan (Stefan et al., 2013).

**Figura 2.2**

*Modelo S O R*



Con respecto al modelo S-O-R, el concepto (estímulo, organismo, respuesta), propuesto por Woodworth (1929) planteó este modelo como una amplitud o extensión de la teoría clásica de Pavlov (2010) de modo estímulo-respuesta, dado que esta fue la investigación inicial y el método utilizado para determinar las causas que subyacen a las acciones de los compradores durante el proceso de compra. Se considera que el propio comprador está influenciado por los estímulos externos y del marketing en su entorno. De acuerdo a los entornos es que las personas reaccionan a diversos estímulos. Kotler (1973) sostuvo que el entorno o ambiente en el que el servicio ha sido consumido en mayor proporción al mismo producto influye en el comportamiento del individuo y del consumidor mismo. De igual manera, el precitado autor afirmaba que el ambiente en los puntos de venta afecta el comportamiento de compra basado en la cadena causal.

Estas tres estructuras de este modelo determinan el efecto de las conductas de un evento. Se considera que la variación imprevista en el entorno es lo que influenciará la estabilidad emocional y psicológica de una persona, lo que fomentará la alteración en su

comportamiento. Asimismo, la estructura del estímulo se caracteriza por contribuir en un individuo. Además, esta fuerza, considerada como externa, es la que altera el estado mental de la persona (Fu et al., 2021).

## **2.3 Definiciones y conceptos claves**

### **2.3.1 Las rutinas**

Las rutinas son consideradas como una acción realizada de manera automática que indica actos monótonos incorporados a la vida cotidiana, los cuales también son considerados patrones que direccionan de manera efectiva y duradera, lo que en la toma de decisiones alternativas llevan a ser improbables.

Las rutinas son las secuencias repetitivas de actos (Gram-Hanssen, 2008). Sin embargo, las disciplinas varían según las distintas percepciones y las prácticas sociales. Southerton propone que las rutinas son formas de accionar frente a una situación, pero de manera constante.

La FAO, en su iniciativa “Huella del despilfarro de alimentos. Contabilidad ambiental de las pérdidas y desperdicio de alimentos”, define las pérdidas de alimentos como la pérdida de masa alimentaria comestible a lo largo de la cadena alimentaria durante las fases de producción, postcosecha, elaboración y reducción. También existen las siguientes categorías de residuos durante la fase de consumo:

- Desechos evitables: se consideran los alimentos que, a pesar de que estén en buen estado, son eliminados. Estos pueden ser vegetales o frutas cuyos estándares estéticos no son cumplidos y por ende son descartados; igualmente, los alimentos que son dejados por diversos motivos como su capacidad de saciedad o que no resultó agradable.
- Desechos potencialmente evitables: se consideran alimentos y bebidas que, aunque son comestibles, están en perfecto estado y aptos para el consumo, son consumidos por unas personas y no por otras debido a las diferentes formas de preparación.
- Desechos inevitables: se trata de residuos de alimentos o bebidas que no son comestibles en habituales circunstancias, como huesos, cáscaras, pieles de animales, etc. Sin embargo, es necesario explorarlos antes de su eliminación final.

## **2.4 Términos básicos**

Se incluyen términos básicos con la finalidad de entender las variables utilizadas en la presente investigación. Según Hernández - Sampieri (2018), la interpretación y comprensión de términos básicos posee respaldo académico validado por la comunidad científica o profesional.

### **Desperdicios de alimentos**

Según la FAO (2013), es el “descarte o uso alternativo (no alimentario) de alimentos que son seguros y nutritivos para el consumo humano”.

Además, la organización que busca reducir de manera significativa el desperdicio de los alimentos, Food Use for Social Innovation by Optimising Waste Prevention Strategies (FUSIONS), propone la definición de la FAO: la pérdida de alimentos por la disminución del peso o valor nutricional de estos, que en un principio serían destinados al consumo humano.

### **Gestión de pérdidas**

Estrategias para optimizar recursos y reducir pérdidas en la cadena de suministro F. Abdelradi / Waste Management 71 (2018) 487–493).

### **Hábitos de consumo**

Basado en Stefan et al. (2013), se puede concluir que los hábitos de planificar y comprar son la mayor explicación del desperdicio de alimentos. Estos hábitos tienen una gran influencia en el resultado del proceso de los alimentos consumidos y no consumidos. Las personas que compran alimentos que nunca han consumido antes, que compran en grandes cantidades o que compran y no los utilizan, incrementan el desperdicio de alimentos.

Los hábitos son acciones inconscientes a través de las cuales las personas reaccionan ante una situación de manera automática. Estas tendencias son el resultado de asociaciones de señales y efectos de la misma memoria que fueron adquiridas al momento de actuar de cierta forma, pero de manera repetitiva (Verplanken, 2018). Asimismo, los comportamientos habitados tienen como cualidades la insensibilidad y persistencia a la nueva información y nuevas opciones como alternativas, lo que hace más difícil seleccionar alternativas diferentes a lo habitado (Verplanken et al. 1998).

## **FAO (Organización de Naciones Unidas para la Agricultura y Alimentación)**

La FAO es una agencia especializada de las Naciones Unidas que dirige y lidera los esfuerzos internacionales para combatir el hambre, promueve la agricultura de forma sostenible y fomenta la mejora de la seguridad alimentaria con el objetivo de maximizar los recursos alimentarios (FAO, s.f.).

Además, se puede concluir que su objetivo principal es conseguir la seguridad alimentaria para la totalidad de las personas, que todos tengan acceso a alimentos nutritivos, de manera suficiente y segura. Esta organización se dedica, con el apoyo de diferentes organizaciones, individuos y gobiernos, a desplegar políticas con programas y proyectos que planteen el hambre y, sobre todo, promuevan prácticas agrícolas sostenibles.

### **Actitudes**

Eagly y Chaiken (1993), en *The Psychology of Attitudes*, definieron la actitud como “una tendencia psicológica que se expresa al evaluar una entidad particular con algún grado de agrado o desagrado”, por lo que se plantea que las actitudes se desarrollan mediante procesos cognitivos o conductuales que se expresan mediante respuestas ante situaciones diversas.

### **Comportamientos del consumidor**

Los comportamientos son conductas, acciones o respuestas de un individuo frente a situaciones determinadas. Estas acciones llegan a ser verbales y no verbales, son influenciables dependiendo de ciertos factores internos como las creencias, la personalidad o los valores, y factores externos como el contexto social o la situación en la que se encuentre el sujeto.

### **Fast Food**

Se define el término *fast food* en español como: comida rápida, una forma de servicio de alimentos donde la preparación es rápida y el consumo inmediato. Está caracterizado por la estandarización de los productos; se enfatiza la eficiencia en el servicio, la velocidad y la disponibilidad para llevarse la comida al hogar (Majabadi et al., 2016).

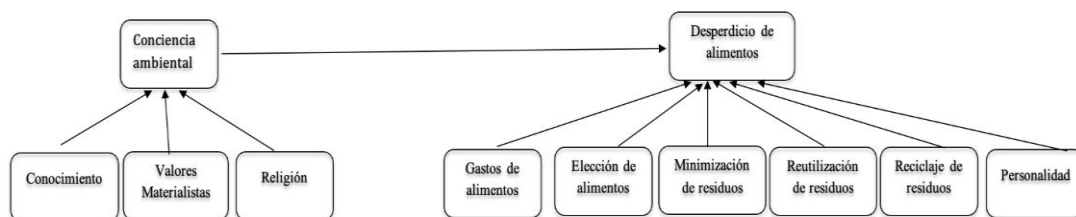
# CAPÍTULO III: MODELO CONCEPTUAL

## 3.1 Modelo conceptual

En el capítulo tres se realizó la **presentación de dimensiones** y cada una cuenta con sus propias variables. La conciencia ambiental es la variable principal que impacta la siguiente variable: desperdicios de alimentos. Cada una cuenta con su propia dimensión.

**Figura 3.1**

*Modelo conceptual de la investigación*



*Nota.* Adaptado de “Food waste behaviour at the household level: A conceptual framework”, por Fadi Abdelradi.

## 3.2 Hipótesis de la investigación

Luego de establecer los constructos de la investigación, se desarrollarán las siguientes hipótesis:

### 3.2.1 Hipótesis general

La conciencia ambiental impacta positivamente en la reducción del desperdicio de alimentos en los consumidores del sector de alimentos en la zona 7 de Lima Metropolitana.

### 3.2.2 Hipótesis específicas

**H1:** Se espera que los encuestados que están más preocupados por los gastos en comida produzcan menos desperdicios de alimentos.

**H2:** Se espera que los encuestados que están más preocupados por la elección de alimentos saludables y seguros produzcan más desperdicios de alimentos.

**H3:** Se espera que los encuestados que muestran un comportamiento positivo de minimización de residuos produzcan menos residuos de alimentos.

**H4:** Se espera que los encuestados que muestran un comportamiento positivo de reutilización de residuos produzcan menos desperdicio de alimentos.

**H5:** Se espera que los encuestados que muestran un comportamiento positivo de reciclaje de residuos produzcan menos desperdicio de alimentos.

**H6:** Se espera que los encuestados que muestran mayor conciencia ambiental produzcan menos desperdicio de alimentos.

**H7:** Se espera que los encuestados que muestran altos valores materialistas tengan una menor conciencia ambiental.

**H8:** Se espera que las creencias religiosas muestren un efecto positivo en la conciencia ambiental.

**H9:** Se espera que el rasgo de personalidad conocido como escrupulosidad, o conciencia, se asocie negativamente con la producción de desperdicio de alimentos. A mayor conciencia, se producirá menos desperdicio de alimentos.

**Tabla 3.1***Matriz de consistencia*

<b>Hipótesis</b>	<b>Pregunta de investigación</b>	<b>Hipótesis</b>	<b>Objetivos</b>
<b>H1</b>	¿Las personas que gastan más en comida se preocupan por producir menos desperdicios?	Se espera que los encuestados que están más preocupados por los gastos en comida produzcan menos desperdicios de alimentos.	Comprobar que las personas que gastan más en comida produzcan menos desperdicios de alimentos.
<b>H2</b>	¿Las personas que eligen alimentos saludables y seguros se preocupan por que se produzcan más desperdicios de alimentos?	Se espera que los encuestados que están más preocupados en la elección de alimentos saludables y seguros produzcan más desperdicios de alimentos.	Comprobar que las personas que eligen alimentos saludables y seguros produzcan más desperdicios de alimentos.
<b>H3</b>	¿Las personas que muestran un comportamiento positivo de minimización de residuos producen menos desperdicios?	Se espera que los encuestados que muestran un comportamiento positivo de minimización de residuos produzcan menos residuos de alimentos.	Comprobar que las personas que muestren un comportamiento positivo de minimización produzcan menos desperdicios de alimentos.
<b>H4</b>	¿Las personas que muestran un comportamiento positivo de reutilización de residuos producen menos desperdicios?	Se espera que los encuestados que muestran un comportamiento positivo de reutilización de residuos produzcan menos desperdicio de alimentos.	Comprobar que las personas que muestran un comportamiento positivo de reutilización de residuos produzcan menos desperdicios de alimentos.
<b>H5</b>	¿Las personas que muestran un comportamiento positivo de reciclaje de residuos producen menos desperdicios?	Se espera que los encuestados que muestran un comportamiento positivo de reciclaje de residuos produzcan menos desperdicio de alimentos.	Comprobar que las personas que muestran un comportamiento positivo de reciclaje produzcan menos desperdicios de alimentos.
<b>H6</b>	¿Las personas que muestran una mayor conciencia ambiental producen menos	Se espera que los encuestados que muestran mayor conciencia ambiental produzcan menos	Comprobar que las personas que muestran una mayor conciencia ambiental produzcan

	desperdicios de alimentos?	desperdicio de alimentos.	menos desperdicio de alimentos.
<b>H7</b>	¿Las personas que muestran altos valores materialistas tienen una menor conciencia ambiental?	Se espera que los encuestados que muestran altos valores materialistas tengan una menor conciencia ambiental.	Comprobar que las personas que muestran altos valores materialistas tengan una menor conciencia ambiental.
<b>H8</b>	¿Las personas que muestran creencias religiosas tienen un efecto positivo en la conciencia ambiental?	Se espera que las creencias religiosas muestren un efecto positivo en la conciencia ambiental.	Comprobar que las personas que muestren creencias religiosas tengan un efecto positivo en la conciencia ambiental.
<b>H9</b>	¿Las personas que muestran rasgos de personalidad o conciencia tienden a producir menos desperdicios de alimentos?	Se espera que el rasgo de personalidad conocido como escrupulosidad, o conciencia, se asocie negativamente con la producción de desperdicio de alimentos. A mayor conciencia, se producirá menos desperdicio de alimentos.	Comprobar que las personas que muestren rasgos de personalidad tengan mayor conciencia en producir menos desperdicios de alimentos.

*Nota.* Adaptado de “Food waste behaviour at the household level: A conceptual framework”, por Fadi Abdelradi.

### 3.3 Variables y Operacionalización de Variables

#### 3.3.1 Variables

- Variable independiente: conciencia ambiental.
- Variable dependiente: desperdicio de alimentos.

**Tabla 3.2**

*Matriz de constructo – F. Abdelradi*

<b>Constructo</b>	<b>Definición</b>	<b>Tipo de variable</b>	<b>Autores</b>
<b>Gastos de comida</b>	Consumo o desembolso de productos alimenticios.	Dependiente	F. Abdelradi / Waste Management 71 (2018) 485–493
<b>Elección de alimentos</b>	Selección de diferentes alimentos para el consumo.	Dependiente	F. Abdelradi / Waste Management 71 (2018) 485–493
<b>Minimización de residuos</b>	Reducir las sobras de algo consistente en específico.	Dependiente	F. Abdelradi / Waste Management 71 (2018) 485–493
<b>Reutilización de residuos</b>	Volver a utilizar algún producto o bien con la finalidad de darle un segundo uso.	Dependiente	F. Abdelradi / Waste Management 71 (2018) 485–493
<b>Reciclaje de residuos</b>	Recolección y transformación de cierto producto.	Dependiente	F. Abdelradi / Waste Management 71 (2018) 485–493
<b>Conocimiento</b>	Comprensión y habilidades adquiridas a través del estudio y la experiencia.	Independiente	F. Abdelradi / Waste Management 71 (2018) 487–493

<b>Valores materialistas</b>	Enfoque en la adquisición y posesión de bienes materiales.	Independiente	F. Abdelradi / Waste Management 71 (2018) 487–493
<b>Religión</b>	Creencias que pueden influir en prácticas de cuidado del medio ambiente.	Independiente	F. Abdelradi / Waste Management 71 (2018) 487–493
<b>Personalidad</b>	Rasgos individuales de una persona que influyen en su comportamiento.	Dependiente	F. Abdelradi / Waste Management 71 (2018) 487–493

*Nota.* Adaptado de “Food waste behaviour at the household level: A conceptual framework”, por Fadi Abdelradi.

**Tabla 3.3**

*Constructos operativos*

Constructo	Escala psicométrica (ítems)	Adoptado de
<b>Gastos de comida</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· El precio de los alimentos es muy importante para mí al momento de la compra. (<i>The price of food is very important to me at the time of purchase</i>)</li> <li>· Para mí es importante que los alimentos que consumimos sean económicos. (<i>It is important to me that the food we eat is cheap</i>)</li> <li>· Comparar siempre los precios de los productos en una compra. (<i>Always compare the prices of the products in a purchase</i>)</li> <li>· Comprar siempre ofertas en productos alimenticios. (<i>Always buy offers on food products</i>)</li> </ul>	F. Abdelradi / Waste Management 71 (2018) 485–493
<b>Elección de alimentos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Es importante que la comida que se consuma sea rica en vitaminas y proteínas. (<i>It is important that the food consumed is rich in vitamins and proteins</i>)</li> <li>· Para mí es importante que la comida que se consuma sea baja en grasas. (<i>It is important to me that the food eaten is low in fat</i>)</li> <li>· Para mí es importante que los alimentos que consumimos no contengan ingredientes peligrosos como dioxinas, pesticidas y desechos. (<i>It is important to me that the food we eat does not contain dangerous ingredients such as dioxins, pesticides, and waste</i>)</li> <li>· Me preocupa la seguridad alimentaria. (<i>I am concerned about food safety</i>)</li> </ul>	F. Abdelradi / Waste Management 71 (2018) 485–493

<p><b>Minimización de residuos</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Busque envases que puedan reciclarse fácilmente. (<i>Look for packaging that can be easily recycled</i>)</li> <li>· Compre frutas y verduras a granel, sin envasar. (<i>Buy fruits and vegetables in bulk, not packaged</i>)</li> <li>· Busco productos que se puedan usar más de una vez y que no sean desechables. (<i>I look for products that can be used more than once and are not disposable</i>)</li> <li>· Intento arreglar las cosas antes de comprar otras nuevas. (<i>I try to fix things before buying new ones</i>)</li> </ul>	<p>F. Abdelradi / Waste Management 71 (2018) 485–493</p>
<p><b>Reutilización de residuos</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Reutilizando papel. (<i>Reusing paper</i>)</li> <li>· Reutilización de botes y botellas de vidrio. (<i>Reuse of jars and glass bottles</i>)</li> <li>· Reutilización de envases de plástico. (<i>Reuse of plastic containers</i>)</li> </ul>	<p>F. Abdelradi / Waste Management 71 (2018) 485–493</p>
<p><b>Reciclaje de residuos</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Paño/Tela de reciclaje. (<i>Recycling cloth</i>)</li> <li>· Reciclaje de botellas de vidrio. (<i>Recycling of glass bottles</i>)</li> <li>· Reciclaje de papel. (<i>Paper recycling</i>)</li> <li>· Reciclaje de envases de plástico. (<i>Recycling of plastic containers</i>)</li> </ul>	<p>F. Abdelradi / Waste Management 71 (2018) 485–493</p>

*Nota.* Adaptado de “Food waste behaviour at the household level: A conceptual framework”, por Fadi Abdelradi.



		- Religión	Creencias que pueden influir en tus propias decisiones.	<p>P1. ¿Una persona religiosa equilibra la comida, la bebida y sus propias necesidades?</p> <p>P2. ¿La religión no promueve el consumo excesivo de alimentos?</p> <p>P3. ¿Una persona religiosa se preocupa por el medio ambiente?</p> <p>P4. ¿Una persona religiosa no consume alimentos en exceso?</p>
<p><u>Variable Dependiente</u></p> <p>Desperdicios de alimentos</p>	<p>Describe el desempeño para la gestión de los residuos sólidos de alimentos. Los resultados actuales muestran que actualmente el sistema tiene un impacto ambiental importante, por ello se requieren mejoras.</p> <p>F. Abdelradi / Waste Management 71 (2018)</p>	<p>- Gastos de alimentos</p> <p>- Elección de alimentos</p>	<p>- Consumo de alimentos</p> <p>- Selección de productos alimenticios</p>	<p>P1. ¿El precio de los alimentos es muy importante para mí al momento de la compra?</p> <p>P2. ¿Para mí es importante que los alimentos que consumimos sean económicos?</p> <p>P3. ¿Comparas siempre los precios de los productos en una compra?</p> <p>P4. ¿Compras siempre ofertas en productos alimenticios?</p> <p>P1. ¿Es importante que la comida que se consuma sea rica en vitaminas y proteínas?</p>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Minimización de residuos</li>   <li>- Reutilización de residuos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Reducción de sobras de algo consistente</li>   <li>- Utilizar nuevamente el producto, darle un nuevo uso</li> </ul>	<p>P2. ¿Para mí es importante que la comida que se consuma sea baja en grasas?</p> <p>P3. ¿Para mí es importante que los alimentos que consumimos no contengan ingredientes peligrosos como dioxinas, pesticidas y desechos?</p> <p>P4. ¿Me preocupa la seguridad alimentaria?</p> <p>P1 ¿Busco envases que puedan reciclarse fácilmente?</p> <p>P2 ¿Compro frutas y verduras a granel, sin envasar?</p> <p>P3 ¿Busco productos que se puedan usar más de una vez y que no sean desechables?</p> <p>P4 ¿Intentó arreglar las cosas antes de comprar otras nuevas?</p> <p>P1 ¿Reutilizo papel?</p> <p>P2 ¿Reutilizo botes y botellas de vidrio?</p> <p>P3 ¿Reutilizo envases de plástico?</p>
--	--	---	--	--

		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Reciclaje de residuos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Recolección de ciertos productos</li> </ul>	<p>P1 ¿Con qué frecuencia reutilizas los paños/telas a través del reciclaje?</p> <p>P2 ¿Con qué frecuencia reutilizas las botellas de vidrio a través del reciclaje?</p> <p>P3 ¿Con qué frecuencia reutilizas papel a través del reciclaje?</p> <p>P4 ¿Con qué frecuencia reutilizas los envases de plástico a través del reciclaje?</p>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Personalidad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Rasgos individuales que influyen el comportamiento</li> </ul>	<p>P1 ¿Te consideras confiable, autodisciplinado?</p> <p>P2 ¿Te consideras organizado y cuidadoso?</p> <p>P3 ¿Te consideras tradicional y poco imaginativo?</p>

### **3.4. Aspectos deontológicos de la investigación**

El presente trabajo de investigación se ha elaborado mediante el cumplimiento normativo y de reglas institucionales de la ética y la moral que un alumno de la Facultad de Ciencias Empresariales y Económicas de la Universidad de Lima debe representar.

Asimismo, la presente tesis ha sido elaborada de manera responsable, pues se respetan los aportes de los autores mencionados para el desarrollo del estudio: las diversas fuentes consultadas fueron citadas de acuerdo con la norma de propiedad intelectual y el estilo de presentación internacional APA (American Psychological Association) séptima edición.

De igual manera, se busca alcanzar resultados verídicos de manera que contribuyan con el medio ambiente. Además, las empresas del sector de alimentos aportan conocimiento tanto teórico como práctico mediante una cultura de reciclaje en el consumidor de Lima Metropolitana.

Asimismo, el instrumento de investigación se aplicó con preguntas cerradas a encuestados de Lima Metropolitana, priorizando el manejo de información verídica para la obtención de resultados del trabajo de campo.

La presente tesis ha pasado por un *software* turnitin y ha obtenido un 4 % en la validación de su contenido. El trabajo ha sido validado por dos expertos que han aportado conocimientos y asesoramiento a través de los cursos de seminario de investigación I y II.

## **CAPÍTULO IV: METODOLOGÍA**

### **4.1. Diseño metodológico**

Según Hernández (2014), la investigación tiene el encuadre cuantitativo, ya que es secuencial y probatorio, pues se necesita de la organización. Asimismo, el proceso cuantitativo comprende la idea, planteamiento del problema, revisión bibliográfica y marco teórico, visualización del alcance del estudio, estructuración de hipótesis, desarrollo del diseño de investigación, definición y selección de la muestra, recopilación de datos, análisis de datos y, finalmente, elaboración del informe de los resultados.

#### **4.1.1 Enfoque**

En efecto, la investigación cuantitativa se encarga de evaluar la importancia de los fenómenos a estudiar para luego realizar el planteamiento del problema y, de esa manera, determinar las hipótesis que son como las “creencias” que han sido establecidas antes de recolectar los datos, para después realizar la medición de las variables que son analizadas por métodos estadísticos. Además, se sabe que tiene que ser lo más objetivo posible, ya que esta investigación busca confirmar y demostrar el fenómeno estudiado brindando validez a los datos (Hernández, 2014).

#### **4.1.2 Diseño de la investigación**

La investigación no experimental consta de la observación de fenómenos tal y como ocurren en su contexto natural, es decir, se observan situaciones que ya existen y las variables independientes acontecen y no son manipuladas (Hernández, 2014).

#### **4.1.3 Horizonte**

La presente investigación será transeccional o también conocida como transversal, pues se han recolectado los datos de la población en una sola ocasión, es decir, se llevará a cabo en un determinado periodo de tiempo (Hernández, 2014).

#### **4.1.4 Tipo**

La investigación es de tipo aplicada, ya que tiene como objetivo demostrar un problema concreto con soluciones específicas, es decir, quiere demostrar la problemática con

soluciones reales y que sean parte de la realidad por medio de teorías que den respuestas claras a una necesidad requerida (Hernández, 2014). El objetivo del tipo aplicado es encontrar soluciones concretas y reconocibles para poder resolver el problema identificado (Hernández, 2014).

#### **4.1.5 Nivel/ alcance de la investigación**

La investigación es de alcance descriptivo-correlacional. Esta relación es permitida, ya que no existen contradicciones entre ambos términos.

El alcance descriptivo tiene como propósito identificar los atributos, características o perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos u otros sucesos que requieren análisis; es decir, se propone medir o recopilar información sobre los conceptos y variables a los que hace referencia, de forma colectiva o individual. Además, no pretende mostrar cómo se relacionan (Hernández, 2014).

El alcance correlacional tiene como objetivo estudiar y comprender el contexto existente, la relación entre dos o más variables en una muestra particular. Primero se mide cada variable, luego se analiza para evaluar el grado de asociación entre dos o más variables, ya que se busca comprender el comportamiento de una variable mediante la comprensión del comportamiento de otras variables relacionadas (Hernández, 2014).

#### **4.2 Unidad de análisis**

Para la unidad de análisis se tuvo en cuenta las variables de segmentación geográfica, demográfica, psicográfica y conductual. En primer lugar, el tamaño de muestra está enfocado en los distritos que pertenecen a la Zona 7 de Lima Metropolitana. Asimismo, se enfatizan mujeres y hombres de la generación *millennials – centennials*, de 18 años a 55 años, que pertenecen al NSE A/B y que son estudiantes o trabajadores a tiempo completo.

En segundo lugar, son modernos, se preocupan por su bienestar, por su salud, por la reducción de desperdicios y desean contribuir más con el medio ambiente. Finalmente, respecto a la variable conductual, son las personas que tienen un mayor conocimiento respecto de los perjuicios que sus acciones pueden traer y quieren mejorar sus hábitos alimenticios para contribuir con el medio ambiente.

**Tabla 4.1***Selección de la población a estudiar (en miles)*

<b>Criterio de segmentación</b>	<b>Variable</b>	<b>Segmento</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Cita referencial</b>
<b>Geográfico</b>	Población de Lima Metropolitana	Zona 7 de Lima Moderna		1.530.251	IPSOS 2023
<b>Demográfico</b>	NSE	A y B		$[(28.31 + 45.60) / 100] * 1.530.251 = 1.131.009$	IPSOS 2023
	Género	Hombres y mujeres	100%	1.131.009	IPSOS 2023
	Rango de edad	18 - 55 años	$5.750.749 / 11.107.882 = 51.76\%$	585.390.66	IPSOS 2023
<b>Psicográfico</b>	Estilo de vida	(Moderno)	35%	20.488.673	Arellano Marketing
<b>Conductual</b>	Acciones individuales para salvar el planeta	Cambios en el comportamiento de compra motivados por la preocupación sobre el cambio climático.	84%	17.210.485	IPSOS 2020

Por lo tanto, la población de 17, 210,485, hombres y mujeres de 18 años a 55 años en la zona 7 de Lima Metropolitana, tienen una mayor conciencia de que sus acciones pueden perjudicar el planeta.

### **4.3 Diseño muestral**

Según Malhotra (2008), el estudio empleará un muestreo no probabilístico, el cual se basa en criterios subjetivos en lugar de una selección aleatoria. Dentro de este enfoque, se utilizará el muestreo por juicio, mediante el cual los participantes serán seleccionados con base en características específicas que cumplen con los objetivos de la investigación.

Este método permite elegir a los encuestados de acuerdo con el conocimiento y criterio del investigador, asegurando que pertenezcan al público objetivo.

Adicionalmente, se complementará con el muestreo por bola de nieve, que consiste en identificar a un primer grupo de participantes clave, quienes posteriormente referirán a otros posibles encuestados con características similares. Esta técnica es útil cuando la población objetivo no es fácilmente identificable o accesible, permitiendo ampliar la muestra de manera progresiva (Malhotra, 2008).

#### **4.3.1 Protocolo de selección**

En primer lugar, el contacto con los posibles participantes fue por medio de WhatsApp, se les comentó sobre la investigación, para obtener lo que buscamos. Asimismo, por medio de encuestas en Instagram, el resultado fue mínimo, pero significativo.

Los participantes que se seleccionaron son personas que buscan reducir el desperdicio alimentario, se preocupan por una alimentación más sustentable y orgánica, ya que buscan dar a su organismo más calidad que cantidad. Asimismo, se preocupan por alimentos que aún pueden ser consumidos, pero que son botados sin darles una oportunidad en la cocina, les importa mucho el medio ambiente y la reducción de la contaminación.

Podemos detallar que el cuestionario se realizó en Google Forms, al grupo que se había elegido, pasaron por un filtro, ya que solo se requieren personas que se preocupen por el desperdicio y la pérdida de alimentos. Se estudió cada respuesta para determinar qué tan viable era y si las habían respondido a conciencia. Cabe recalcar, que no se realizó ningún tipo de sorteo.

#### **4.4 Tamaño de la muestra**

Número propuesto de participantes: 384 personas.

De acuerdo con Malhotra (2008), para el cálculo del tamaño de muestra se usará la fórmula que corresponde al tamaño de una población infinita, es decir, a menos de 100,000 elementos, ya que por esta fórmula se obtendrá el número de personas que se deben encuestar. El nivel de confianza es 95 % (Z), su valor estadístico 1.96, y el margen de error 5 %. La probabilidad del éxito esperado (P) de 0.50 y la probabilidad del fracaso esperado (Q) 0.50. Finalmente, para el universo (N) son 17.210.485 aquellos que conforman el público objetivo.

$$n = \frac{p \times q}{(e^2 / Z^2) + (p \times q / N)} = 384$$

*Nota.* Fórmula de Malhotra

**Tabla 4.2**

*Tamaño de muestra*

VARIABLE	VALOR
P (probabilidad del éxito esperada)	0.50
Q (probabilidad del fracaso) esperado	0.50
Z (nivel de confianza) al 95%	1.96
E (error)	5%
N (universo)	17.210.485

*Nota.* Fórmula de Malhotra.

#### 4.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

##### Cuestionarios

Malhotra (2008) indica que en el cuestionario lo más importante es el contenido y la buena redacción de las preguntas, pues estas interrogantes se deben plantear bien y ser concisas. Además, deben ser fáciles de entender para que el encuestado comprenda mejor y tenga una mayor facilidad de responder.

##### Encuestas

La encuesta de gran escala es parte de la recopilación que se realiza del cuestionario. Está la encuesta piloto, menos estructurada, ya que el tamaño de muestra es pequeño, y la mayoría de preguntas son cerradas (Malhotra, 2008).

Existen distintos métodos de encuestas como encuestas telefónicas que se realizan por llamadas y que tienen que durar menos de cinco minutos para no aburrir al encuestado. Las encuestas personales son *face to face*, es decir, son interactivas, y muchas veces el encuestador tiene que ser divertido, saber qué debe preguntar para evitar el aburrimiento del encuestado. Otra forma es la encuesta por correo, a partir de la cual se recopila información. Por último, las encuestas online se realizan en algún sitio web para luego ser enviadas a nuestro público (Malhotra, 2008).

## Formularios

Comúnmente, los estudios aplican la técnica de la encuesta para brindar respuestas a los problemas, recogiendo información sistemática. Esta técnica es utilizada para describir propósitos de estudio, establecer patrones y relaciones de algún evento específico. Es recomendable tomar como referencia libros sobre estudios de mercado (Malhotra, 2008).

Para realizar los formularios se utilizó la herramienta Google Forms, que permite establecer y compartir la información para tener un mayor alcance, de manera rápida y actualizada. Además, esta herramienta permite visualizar los resultados mediante gráficas. Para la presente investigación se aplicó la encuesta a 384 personas, quienes cumplían con algunos de los requisitos propuestos. De acuerdo a ello, se analizaron las respuestas con los gráficos brindados, y gracias a ello se pudo obtener una vista más amplia de los resultados de los participantes, quienes muestran interés por la concientización del desperdicio de alimentos en las principales cadenas de comida rápida.

Se utilizaron preguntas cerradas para saber con exactitud las decisiones de nuestros participantes. Se optó por utilizar opciones para conocer un poco más sobre ellos: su género, edad, nivel de ingresos, etc. Además, las preguntas de cada constructo se plantearon con escala de likert de siete puntos, para medir el grado de acuerdo o desacuerdo del encuestado respecto de su conciencia ambiental. Aquí se encuentran los constructos de religión, conocimiento y valores materialistas, y la segunda variable de desperdicio de alimentos con los constructos de reciclaje de residuos, reutilización de residuos, minimización de residuos, elección de alimentos, gastos de comida y personalidad.

#### 4.5.1 Diseño del instrumento

**Tabla 4.3**

*Matriz de diseño de instrumento*

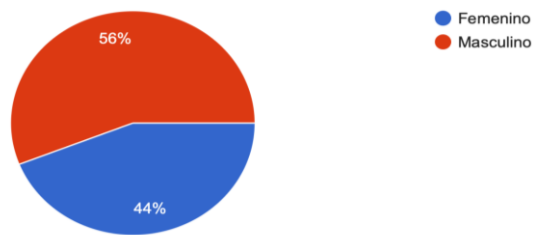
<i>Sección</i>	<i>Preguntas</i>	<i>Cita</i>
<i>Perfil socio demográfico</i>	<p>¿Cuál es su género?</p> <p>¿Cuál es su nivel de ingresos?</p> <p>¿Qué edad tiene?</p> <p>¿Estado civil?</p> <p>¿Cuál es su nivel de educación?</p> <p>¿Tamaño del hogar?</p> <p>¿En qué zona de Lima vive?</p>	Abdelradi et al. (2017)
<i>Constructo 1</i>	<p><b>P1.</b> ¿Me considero consciente del problema del desperdicio de alimentos?</p> <p><b>P2.</b> ¿Sé mucho sobre el problema del desperdicio de alimentos?</p> <p><b>P3.</b> ¿Entre mis amigos me considero un experto en el problema del desperdicio de alimentos?</p>	Abdelradi et al. (2017)
<i>Constructo 2</i>	<p><b>P1.</b> ¿Admiro a la gente que posee casas, coches, ropa cara?</p> <p><b>P2.</b> ¿Algunos de los mayores éxitos de la vida incluyen la adquisición de bienes?</p> <p><b>P3.</b> ¿Mi vida sería mejor si tuviera algunas cosas que no tengo?</p> <p><b>P4.</b> ¿Sería feliz si pudiera permitirme comprar más?</p>	Abdelradi et al. (2017)
<i>Constructo 3</i>	<p><b>P1.</b> ¿Una persona religiosa equilibra la comida, la bebida y sus propias necesidades?</p> <p><b>P2.</b> ¿La religión promueve el consumo excesivo de alimentos?</p> <p><b>P3.</b> ¿Una persona religiosa se preocupa por el medio ambiente?</p> <p><b>P4.</b> ¿Una persona religiosa no consume alimentos en exceso?</p>	Abdelradi et al. (2017)
<i>Constructo 4</i>	<p><b>P1.</b> ¿El precio de los alimentos es muy importante para mí al momento de la compra?</p>	

	<p><b>P2.</b> ¿Para mí es importante que los alimentos que consumimos sean económicos?</p> <p><b>P3.</b> ¿Comparar siempre los precios de los productos en una compra?</p> <p><b>P4.</b> ¿Comprar siempre ofertas en productos alimenticios?</p>	Abdelradi et al. (2017)
<i>Constructo 5</i>	<p><b>P1.</b> ¿Es importante que la comida que se consuma sea rica en vitaminas y proteínas?</p> <p><b>P2.</b> ¿Para mí es importante que la comida que se consuma sea baja en grasas?</p> <p><b>P3.</b> ¿Para mí es importante que los alimentos que consumimos no contengan ingredientes peligrosos como dioxinas, pesticidas y desechos?</p> <p><b>P4.</b> ¿Me preocupa la seguridad alimentaria?</p>	Abdelradi et al. (2017)
<i>Constructo 6</i>	<p><b>P1</b> ¿Busco envases que puedan reciclarse fácilmente?</p> <p><b>P2</b> ¿Compro frutas y verduras a granel, sin envasar?</p> <p><b>P3</b> ¿Busco productos que se puedan usar más de una vez y que no sean desechables?</p> <p><b>P4</b> ¿Intento arreglar las cosas antes de comprar otras nuevas?</p>	Abdelradi et al. (2017)
<i>Constructo 7</i>	<p><b>P1</b> ¿Reutilizo papel?</p> <p><b>P2</b> ¿Reutilizo botes y botellas de vidrio?</p> <p><b>P3</b> ¿Reutilizo envases de plástico?</p>	Abdelradi et al. (2017)
<i>Constructo 8</i>	<p><b>P1</b> ¿Con qué frecuencia reutiliza los paños/telas a través del reciclaje?</p> <p><b>P2</b> ¿Con qué frecuencia reutiliza las botellas de vidrio a través del reciclaje?</p> <p><b>P3</b> ¿Con qué frecuencia reutiliza papel a través del reciclaje?</p> <p><b>P4</b> ¿Con qué frecuencia reutiliza los envases de plástico a través del reciclaje?</p>	Abdelradi et al. (2017)
<i>Constructo 9</i>	<p><b>P1</b> ¿Se considera confiable, autodisciplinado?</p> <p><b>P2</b> ¿Se considera organizado y cuidadoso?</p> <p><b>P3</b> ¿Se considera tradicional y poco imaginativo?</p>	Abdelradi et al. (2017)

## 4.5.2 Resultados de la encuesta

**Figura 4.1**

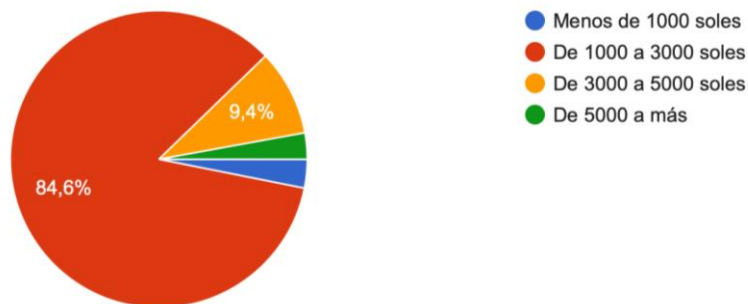
*Pregunta 1: ¿Cuál es tu género?*



Esta encuesta fue respondida por 384 personas, la mayoría del género masculino (56 %). Esta composición permite analizar las tendencias de consumo responsable en una muestra representativa, destacando cómo los factores de género pueden influir en comportamientos relacionados con la sostenibilidad y el cuidado ambiental.

**Figura 4.2**

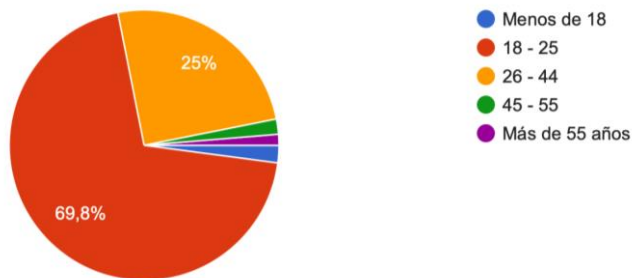
*Pregunta 2: ¿Cuál es su nivel de ingresos?*



El 84,6 % de los encuestados tiene ingresos entre 1000 y 3000 soles mensuales, lo cual proporciona una perspectiva sobre las preferencias de consumo responsable en personas de ingresos medios. Esta información es relevante para adaptar estrategias de marketing que se alineen con el poder adquisitivo y las prioridades de sostenibilidad de este segmento.

### Figura 4.3

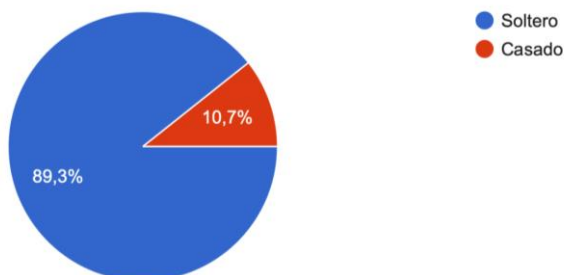
Pregunta 3: ¿Qué edad tiene?



El 69,8 % de los encuestados tiene entre 18 y 25 años, lo cual indica que la mayoría pertenece a una generación joven. Este dato es crucial, ya que los consumidores jóvenes suelen estar más interesados en temas de sostenibilidad y responsabilidad social, lo que aporta una valiosa visión para adaptar estrategias de marketing a sus valores y expectativas de consumo.

### Figura 4.4

Pregunta 4: ¿Estado Civil?



El 89,3 % de los participantes son solteros, lo que refleja un perfil demográfico predominantemente joven y sin compromisos familiares. Este aspecto es relevante para analizar patrones de consumo y preferencias, considerando que las personas solteras pueden tener mayor flexibilidad para adoptar comportamientos sostenibles y opciones de consumo responsable.

### Figura 4.5

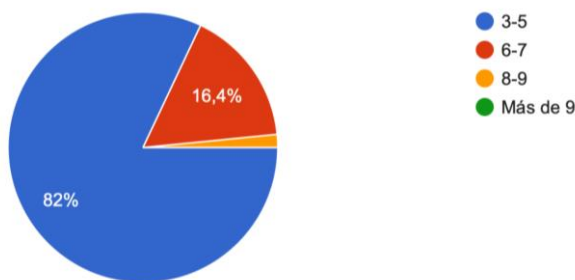
Pregunta 5: ¿Cuál es su nivel de educación?



De los 384 encuestados se considera que un 54,2 % se encuentra en un nivel educativo intermedio, es decir, cuentan con estudios secundarios completos, formación técnica o aún están cursando sus estudios universitarios. Esto permite observar cómo el nivel educativo puede influir en las actitudes y prácticas relacionadas con el consumo responsable y la sostenibilidad.

### Figura 4.6

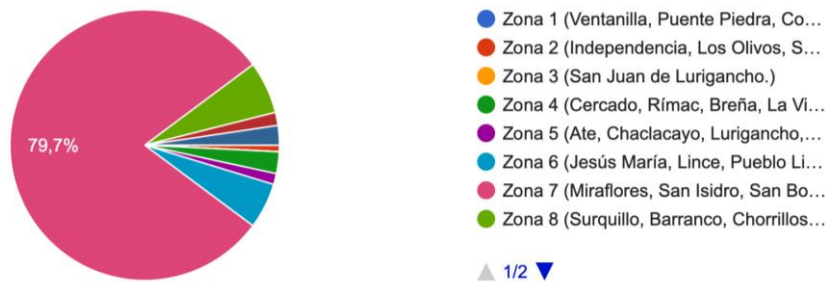
Pregunta 6: ¿Cuál es su tamaño del hogar?



Según los datos de la encuesta, el 82 % de los encuestados, es decir, 315 personas, viven en hogares con tres a cinco integrantes. Este contexto familiar puede influir en las prácticas de consumo, ya que el tamaño del hogar puede estar relacionado con la gestión de recursos y la adopción de hábitos sostenibles.

**Figura 4.7**

*Pregunta 7: ¿En qué zona de Lima vive?*

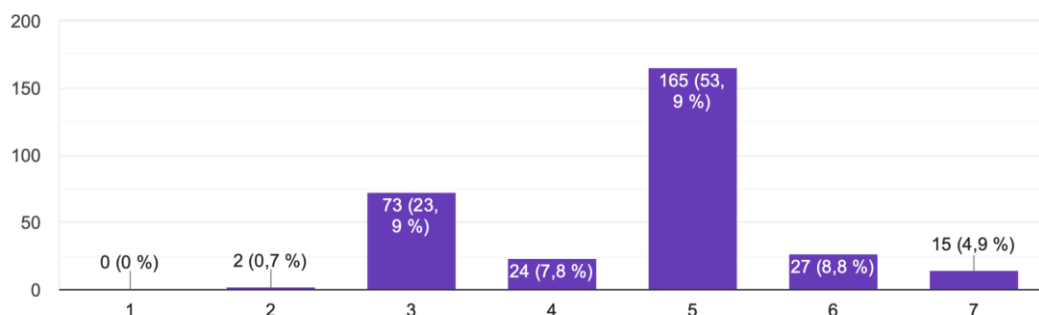


El 79.7 % de los encuestados reside en la zona 7, que incluye los distritos de Miraflores, San Isidro, San Borja, Surco y La Molina. Esta pregunta actuó como un filtro, de manera que quienes residían en otras zonas no continuaban con la encuesta. Esta delimitación geográfica permitió centrar el estudio en un grupo homogéneo en cuanto a ubicación, lo cual facilita el análisis de patrones de consumo y comportamientos específicos en esta área urbana. Además, al enfocarse en una zona particular, los resultados pueden reflejar mejor las preferencias y actitudes de los residentes de estos distritos, caracterizados generalmente por un nivel socioeconómico medio-alto, lo cual es relevante para el análisis de consumo responsable en el contexto de la investigación.

### **Constructo 1: Conocimiento**

**Figura 4.8**

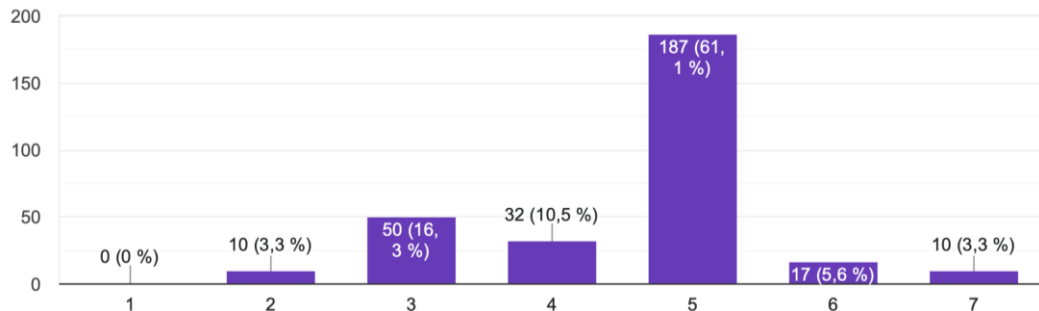
*Pregunta 8: En una escala del 1 al 7, ¿me considero consciente del problema del desperdicio de alimentos?*



El 53.9 % de los encuestados eligió la opción 5 en una escala de 1 a 7, donde 1 es "totalmente en desacuerdo" y 7 es "totalmente de acuerdo". Esto sugiere que, aunque la mayoría se considera moderadamente consciente del desperdicio de alimentos, este tema no alcanza un nivel de máxima prioridad en su percepción, indicando una conciencia presente, pero no particularmente elevada o comprometida.

### Figura 4.9

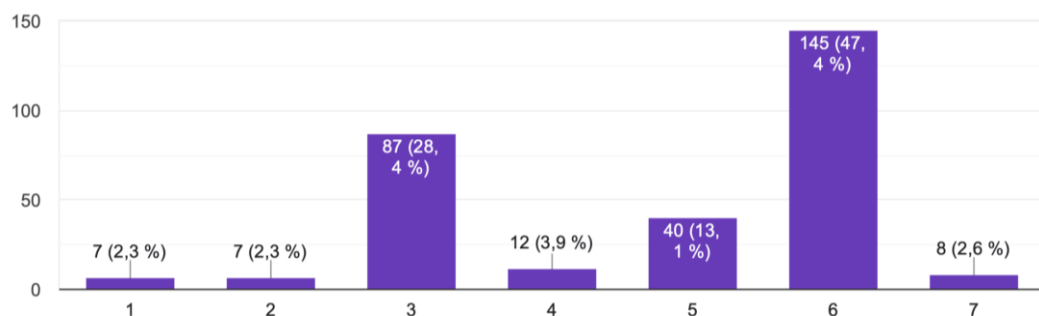
*Pregunta 9: En una escala del 1 al 7, ¿sé mucho sobre el problema del desperdicio de alimentos?*



El 61.1 % de los encuestados seleccionó la opción 5 en una escala de 1 a 7. Esto indica que, si bien una mayoría tiene cierto conocimiento sobre el tema, este conocimiento no es profundo ni destaca como un área de dominio completo para ellos.

### Figura 4.10

*Pregunta 10: En una escala del 1 al 7, ¿entre mis amigos me considero un experto en el problema del desperdicio de alimentos?*

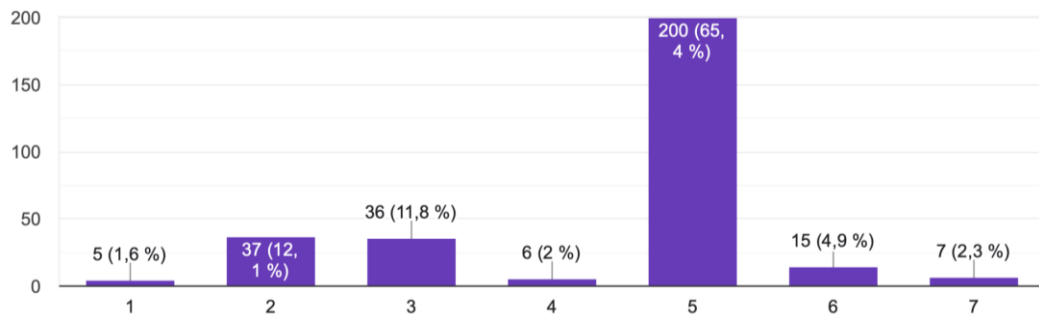


Un 47.4 % de los encuestados, equivalente a 145 personas, seleccionó la opción 6 en una escala del 1 al 7, lo que sugiere que se consideran bien informados sobre el problema del desperdicio de alimentos en comparación con sus amigos. Este resultado refleja que, dentro de su círculo social, casi la mitad de los participantes se perciben con un nivel de conocimiento notable en este tema.

## Constructo 2: Valores materialistas

**Figura 4.11**

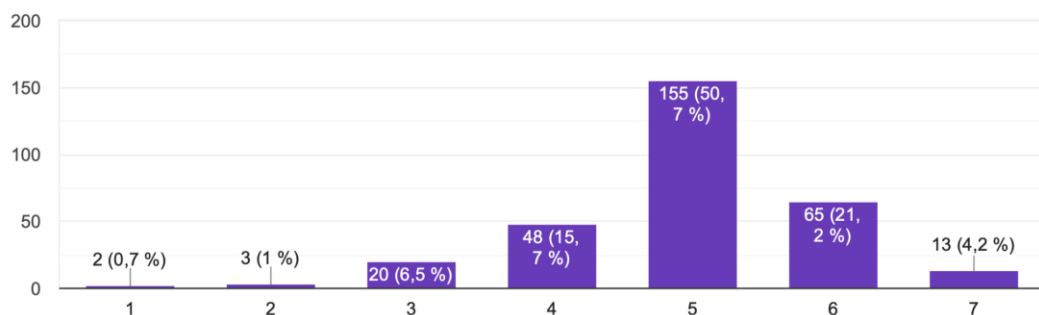
*Pregunta 11: En una escala del 1 al 7, ¿admiro a la gente que posee casas, coches, ropa cara?*



En una escala de 1 a 7, donde 1 representa "totalmente en desacuerdo" y 7 "totalmente de acuerdo," el 65.4 % de los encuestados seleccionó la opción 5 en cuanto a su admiración por personas que poseen bienes materiales como casas, automóviles o ropa de alto valor. Esta elección indica una valoración moderadamente positiva hacia el éxito material. Aunque muestran respeto y cierta aprobación por quienes alcanzan estos logros, la respuesta sugiere que no necesariamente lo consideran como un aspecto de máxima relevancia o inspiración para sus valores personales.

**Figura 4.12**

*Pregunta 12: En una escala del 1 al 7, ¿algunos de los mayores éxitos de la vida incluyen la adquisición de bienes?*

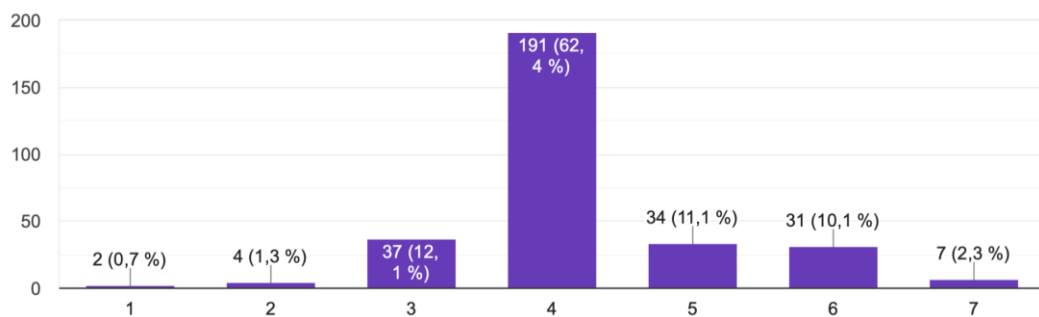


En una escala de 1 a 7, donde 1 es "totalmente en desacuerdo" y 7 es "totalmente de acuerdo", el 50.7 % de los encuestados eligió la opción 5 al responder si consideran que algunos de los mayores éxitos en la vida incluyen la adquisición de bienes. Esta selección indica una postura moderadamente favorable hacia la idea de que el logro de ciertos

bienes materiales es un indicador de éxito, aunque no sea percibido como el máximo ideal o la única forma de medir el éxito en la vida.

#### Figura 4.13

*Pregunta 13: En una escala del 1 al 7, ¿mi vida sería mejor si tuviera algunas cosas que no tengo?*



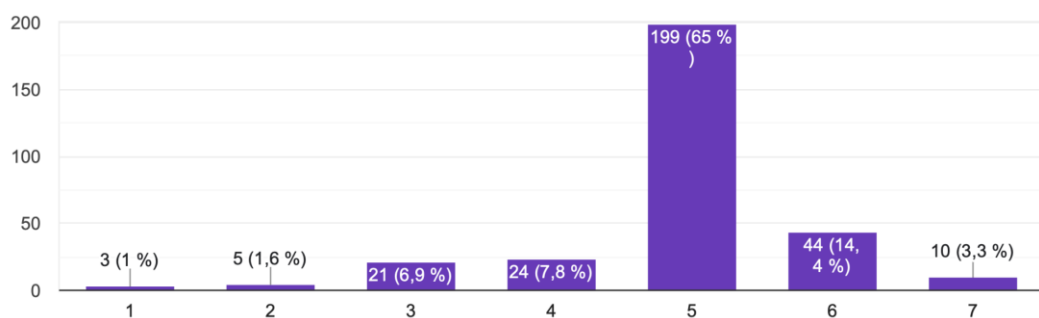
La respuesta sugiere que el 62.4 % de las personas eligieron la opción 4 en relación con la pregunta de si su vida mejoraría teniendo cosas que actualmente no poseen. Sin embargo, este tipo de resultados puede interpretarse en diferentes contextos. Por ejemplo, algunas personas podrían pensar que ciertos bienes materiales o experiencias mejorarían su calidad de vida, mientras que otros consideran que la satisfacción no depende exclusivamente de lo que se posee.

#### Figura 4.14

*Pregunta 14: En una escala del 1 al 7, ¿sería feliz si pudiera permitirme comprar más?*

¿Sería feliz si pudiera permitirme comprar más?

306 respuestas

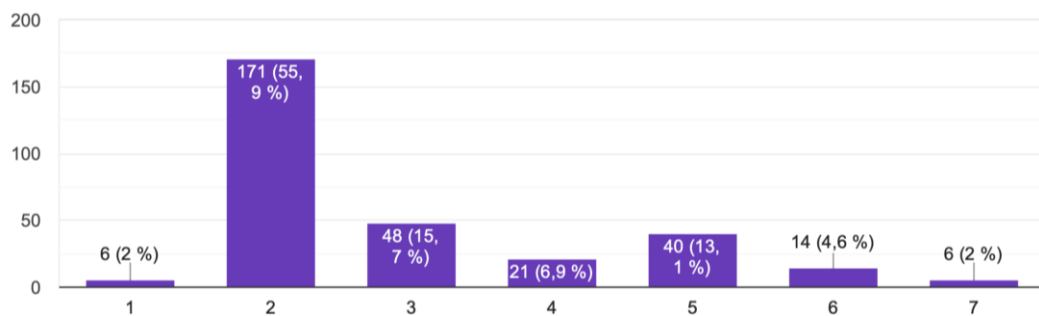


El 65 % de los encuestados seleccionó la opción 5 al considerar si serían más felices al poder permitirse comprar más. Esto sugiere que una mayoría tiene una postura moderadamente favorable hacia la idea de que una mayor capacidad adquisitiva podría contribuir a su felicidad, aunque no lo ven como un factor absolutamente determinante.

### Construto 3: Religión

**Figura 4.15**

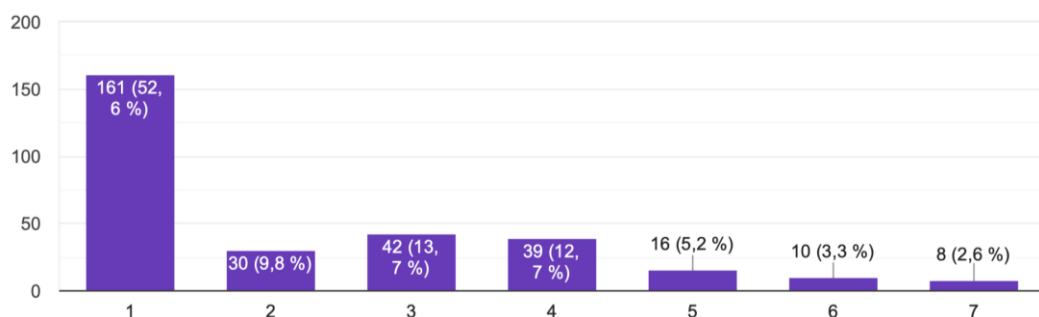
*Pregunta 15: En una escala del 1 al 7, ¿una persona religiosa equilibra la comida, la bebida y sus propias necesidades?*



El 55.9 % de los encuestados seleccionó la opción 2 al considerar si una persona religiosa equilibra la comida, la bebida y sus propias necesidades. Este resultado indica una opinión generalmente en desacuerdo con la idea de que la religiosidad influya significativamente en la moderación o equilibrio en estos aspectos del consumo personal.

**Figura 4.16**

*Pregunta 16: En una escala del 1 al 7, ¿la religión promueve el consumo excesivo de alimentos?*

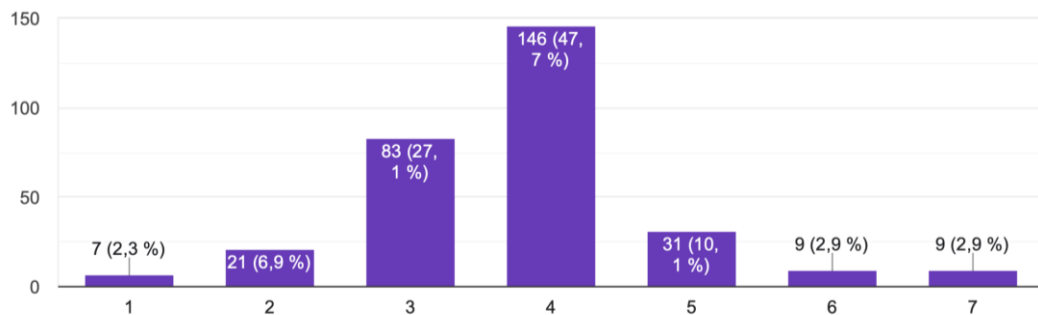


El 52.6 % de los encuestados eligió la opción 1, indicando su desacuerdo con la afirmación de que la religión fomenta el consumo excesivo de alimentos. Este resultado sugiere que, para la mayoría de los participantes, la religión no se asocia con prácticas de

consumo desmedido en cuanto a la alimentación, sino posiblemente con un enfoque más moderado y consciente en el manejo de los recursos alimentarios.

**Figura 4.17**

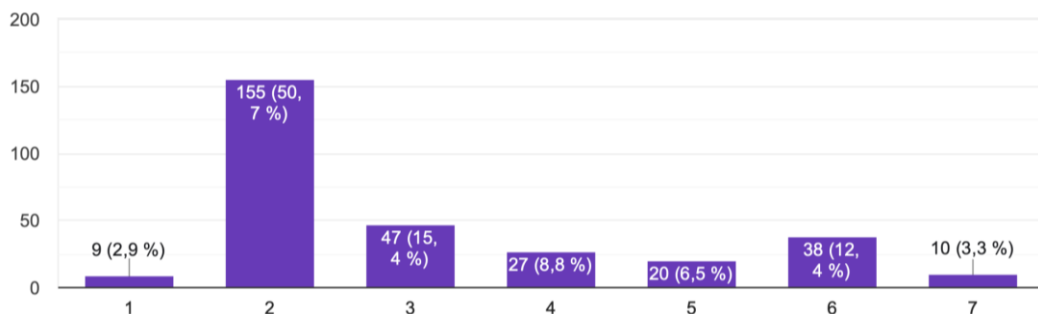
*Pregunta 17: En una escala del 1 al 7, ¿una persona religiosa se preocupa por el medio ambiente?*



Un 47.7 % de los encuestados eligió la opción 4 en una escala de 1 a 7, donde 1 es "totalmente en desacuerdo" y 7 es "totalmente de acuerdo", al considerar si una persona religiosa se preocupa por el medio ambiente. Esta respuesta refleja una postura neutral o moderadamente favorable, sugiriendo que los participantes perciben cierta afinidad entre la religiosidad y la preocupación ambiental, aunque sin una asociación particularmente fuerte o destacada.

**Figura 4.18**

*Pregunta 18: En una escala del 1 al 7, ¿una persona religiosa no consume alimentos en exceso?*



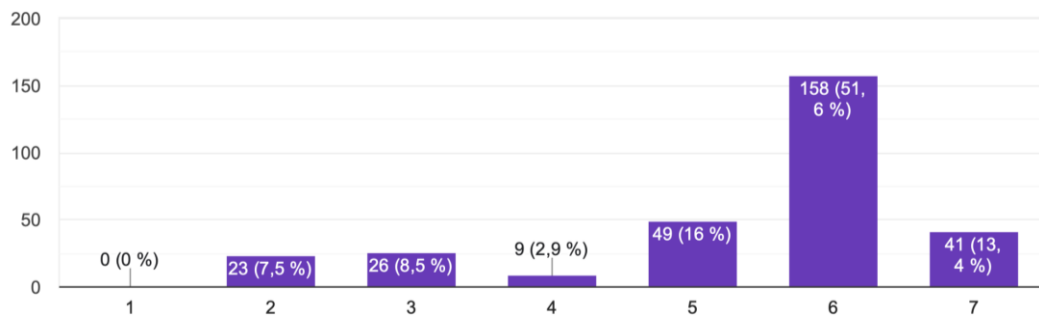
El 50.7 % de los encuestados seleccionó la opción 2, en una escala donde 1 representa "totalmente en desacuerdo" y 7 "totalmente de acuerdo," al considerar si una persona religiosa no consume alimentos en exceso. Este resultado sugiere que una porción significativa de los participantes no asocia fuertemente la religiosidad con la moderación

en el consumo de alimentos. Aunque no ven a las personas religiosas como excesivas en su consumo, tampoco consideran que la religión imponga una restricción clara en este aspecto.

#### **Constructo 4: Gastos de alimentos**

##### **Figura 4.19**

*Pregunta 19: en una escala del 1 al 7, ¿el precio de los alimentos es muy importante para mí al momento de la compra?*



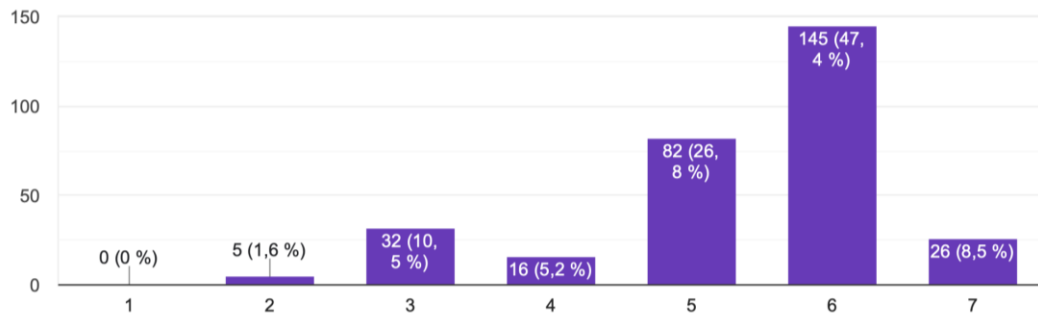
Un 51.6 % de los encuestados seleccionó la opción 6, lo que indica una inclinación fuerte hacia considerar el precio de los alimentos como un factor importante al momento de la compra. Esto sugiere que, para la mayoría de los participantes, el precio juega un papel crucial en sus decisiones de compra, probablemente debido a la necesidad de ajustar el gasto en alimentación a sus ingresos o presupuesto personal. Esta respuesta podría reflejar una preferencia por opciones más económicas, una estrategia de ahorro, o una atención particular al valor que ofrecen los productos en relación con su costo.

##### **Pregunta 20: En una escala del 1 al 7, ¿para mí es importante que los alimentos que consumo sean económicos?**

Un 50.3 % de los encuestados seleccionó la opción 5 en relación con la importancia de que los alimentos sean económicos, lo que indica una postura moderadamente favorable hacia el precio accesible en sus decisiones de compra. Esto sugiere que, si bien valoran los alimentos a buen precio, no es el único criterio al que le otorgan importancia, sino que parte de una combinación de factores que consideran al elegir productos alimenticios. La respuesta refleja una tendencia a equilibrar la economía con otros aspectos como la calidad, la nutrición o las preferencias personales.

**Figura 4.20**

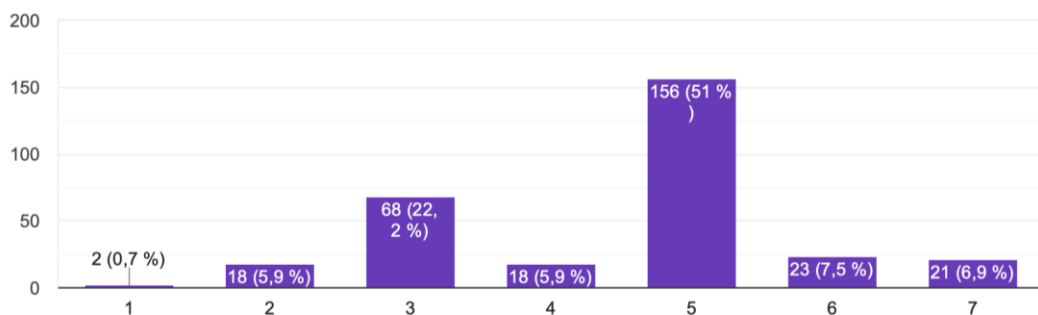
*Pregunta 21: En una escala del 1 al 7, ¿comparar siempre los precios de los productos en una compra?*



Un 47.4 % de los encuestados eligió la opción 6 en una escala de 1 a 7, donde 1 es "totalmente en desacuerdo" y 7 es "totalmente de acuerdo," respecto a la práctica de comparar siempre los precios de los productos al realizar una compra. Este resultado indica que casi la mitad de los participantes tiene una inclinación fuerte hacia comparar precios, mostrando una actitud de cuidado y optimización del presupuesto. La comparación de precios es, para este grupo, una práctica importante para tomar decisiones de compra informadas y maximizar el valor obtenido.

**Figura 4.21**

*Pregunta 22: En una escala del 1 al 7, ¿comprar siempre ofertas en productos alimenticios?*



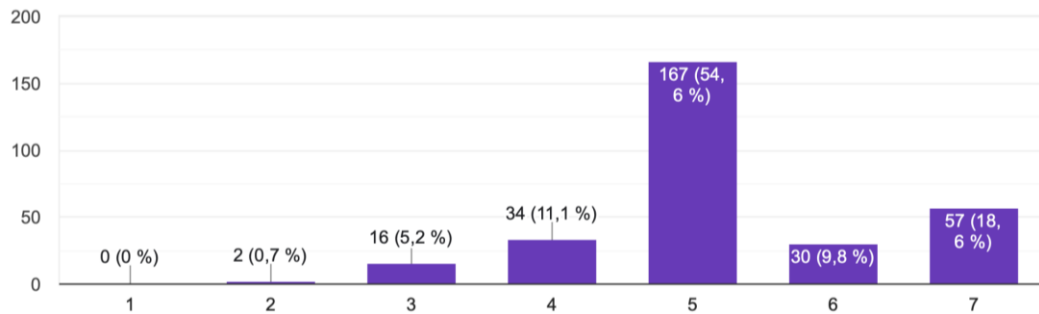
Un 51% de los encuestados seleccionó la opción 5 en una escala de 1 a 7, donde 1 es "totalmente en desacuerdo" y 7 es "totalmente de acuerdo," en relación con la importancia de comprar siempre productos alimenticios en oferta. Este resultado sugiere que la mayoría de los participantes considera atractiva la compra de alimentos en promoción, aunque no de manera absoluta. La preferencia por ofertas indica un interés en ahorrar o

aprovechar descuentos, pero sin ser necesariamente el criterio dominante en sus decisiones de compra.

### **Constructo 5: Elección de alimentos**

**Figura 4.22**

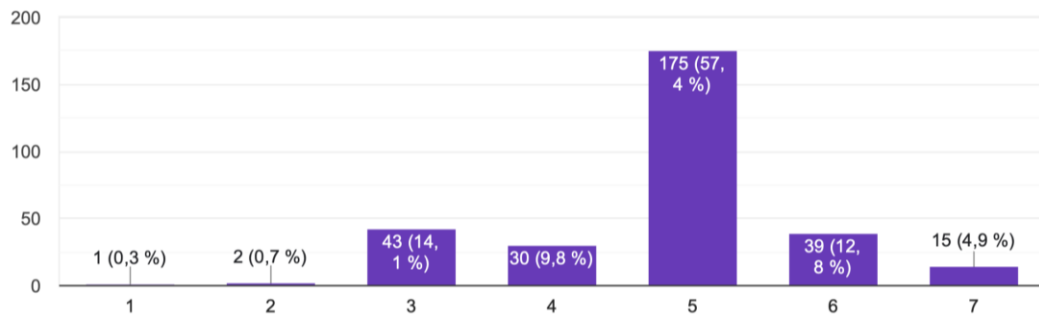
*Pregunta 23: En una escala del 1 al 7, ¿es importante que la comida que se consuma sea rica en vitaminas y proteínas?*



En una escala del 1 al 7, donde 1 es "totalmente en desacuerdo" y 7 es "totalmente de acuerdo", el 54.6 % de los encuestados seleccionó la opción 5 al considerar la importancia de consumir alimentos ricos en vitaminas y proteínas. Esto sugiere que, para más de la mitad de los participantes, el valor nutricional de los alimentos es un aspecto relevante en su consumo, aunque no una prioridad absoluta. La preferencia por alimentos con beneficios nutricionales moderados refleja una actitud favorable hacia una alimentación saludable, aunque posiblemente en equilibrio con otros factores como el costo o la accesibilidad.

**Figura 4.23**

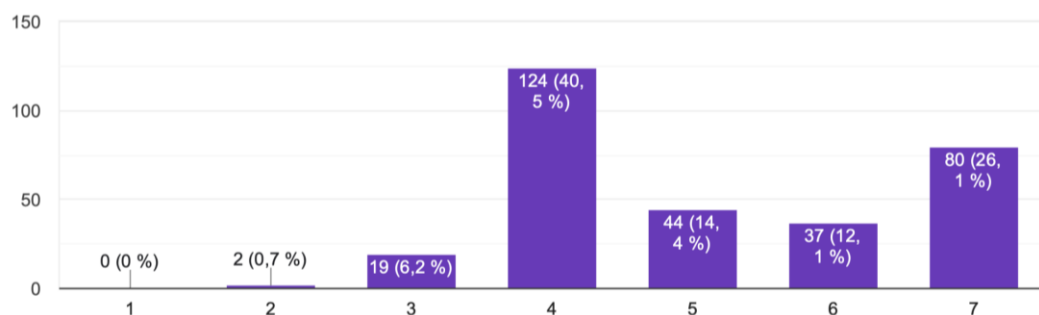
*Pregunta 24: En una escala del 1 al 7, ¿para mí es importante que la comida que se consume sea baja en grasas?*



Este resultado sugiere que una mayoría moderada de los participantes considera relevante la reducción de grasas en su alimentación, aunque sin situarlo como un criterio esencial. Esta tendencia refleja una preferencia por opciones más saludables, lo que indica una cierta conciencia hacia el control de la ingesta de grasas, posiblemente vinculada a preocupaciones de salud y bienestar personal.

**Figura 4.24**

*Pregunta 25: En una escala del 1 al 7, ¿para mí es importante que los alimentos que consumimos no contengan ingredientes peligrosos como dioxinas, pesticidas y desechos?*

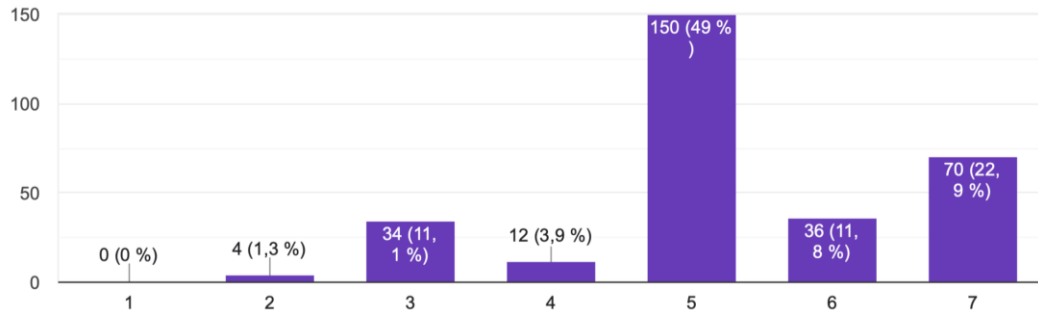


Este resultado indica una postura neutral o ligeramente favorable respecto a la preocupación por la seguridad alimentaria en relación con sustancias potencialmente nocivas. Aunque existe una tendencia a considerar la salud y la seguridad en el consumo

de alimentos, esta preocupación no parece ser absolutamente prioritaria para la mayoría de los encuestados.

#### Figura 4.25

Pregunta 26: En una escala del 1 al 7, ¿me preocupa la seguridad alimentaria?

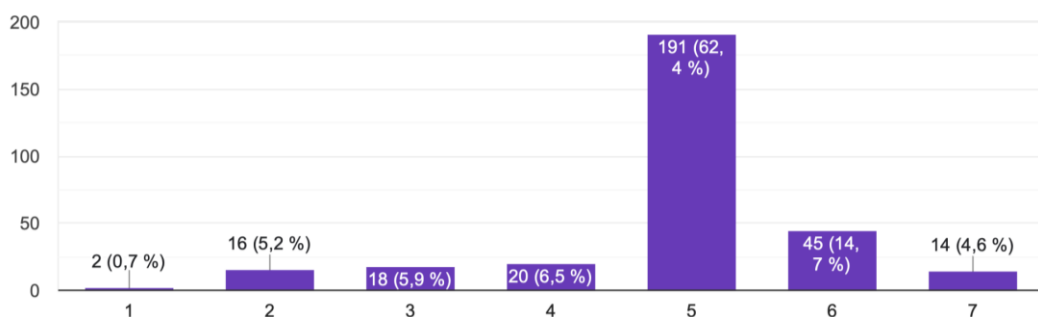


Esto indica que cerca de la mitad de los participantes muestra un nivel moderado de inquietud en relación con la calidad y seguridad de los alimentos que consume. La respuesta refleja una conciencia notable hacia el tema, sugiriendo que la seguridad alimentaria es relevante para muchos, aunque no necesariamente el criterio más decisivo en sus elecciones alimentarias.

#### Constructo 6: Minimización de residuos

#### Figura 4.26

Pregunta 27: En una escala del 1 al 7, ¿busco envases que puedan reciclarse fácilmente?

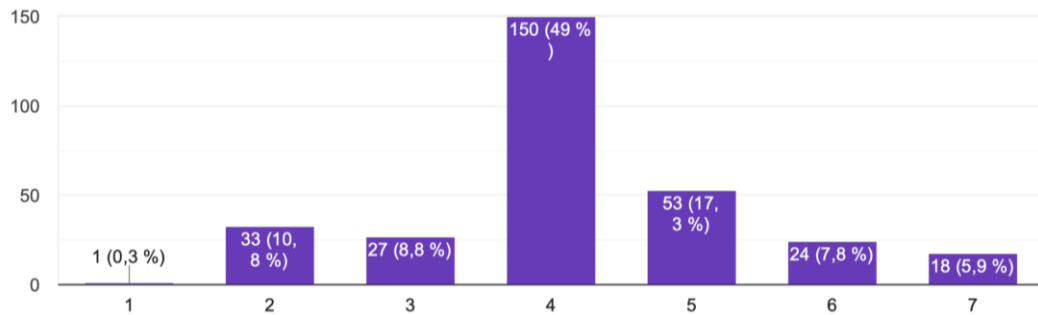


Esto muestra que la mayoría de los participantes tiene una inclinación moderadamente favorable hacia el uso de envases sostenibles, lo cual refleja una conciencia ambiental significativa en sus decisiones de compra. La preferencia por envases reciclables sugiere

una disposición hacia prácticas de consumo responsables, aunque posiblemente en equilibrio con otros factores como el precio o la conveniencia.

**Figura 4.27**

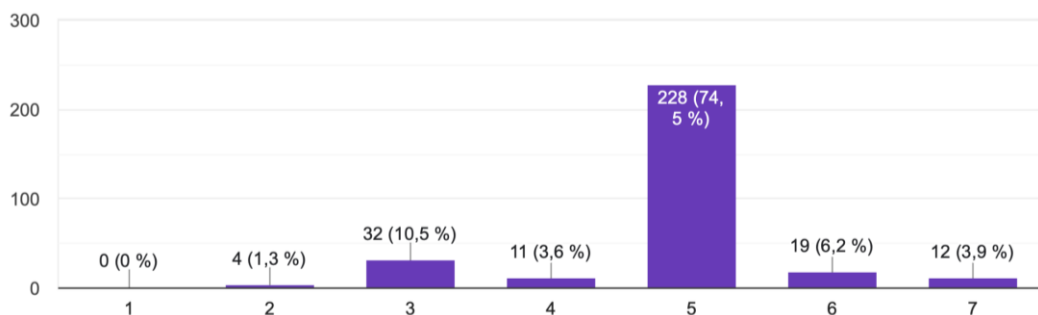
*Pregunta 28: En una escala del 1 al 7, ¿compro frutas y verduras a granel, sin envasar?*



Este resultado indica una postura neutral o levemente favorable hacia la compra de productos frescos sin empaque, lo que sugiere que, aunque existe cierta consideración por reducir el uso de envases, no es necesariamente una prioridad destacada para casi la mitad de los participantes. Esta preferencia puede reflejar un equilibrio entre conveniencia, costo y conciencia ambiental en sus decisiones de compra.

**Figura 4.28**

*Pregunta 29: En una escala del 1 al 7, ¿busco productos que se puedan usar más de una vez y que no sean desechables?*

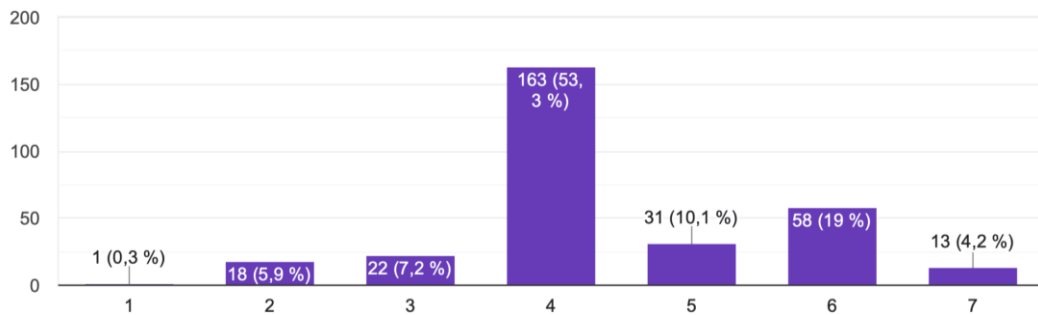


Este alto porcentaje refleja una inclinación considerable hacia prácticas de consumo más sostenibles, lo que sugiere que la mayoría de los participantes muestra un interés significativo en reducir el uso de productos de un solo uso. La preferencia por productos

reutilizables indica una conciencia ambiental firme, con un compromiso por adoptar opciones que minimicen el desperdicio.

#### Figura 4.29

Pregunta 30: En una escala del 1 al 7, ¿intento arreglar las cosas antes de comprar otras nuevas?

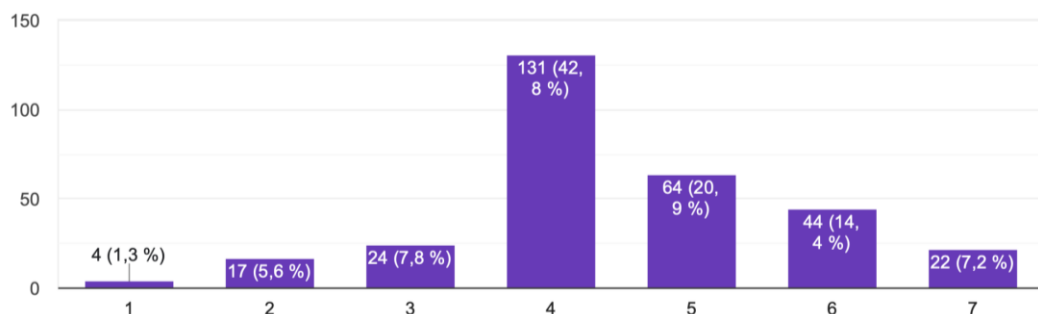


Este resultado sugiere una postura neutra o ligeramente favorable hacia la reparación en lugar de la reposición inmediata, lo cual puede reflejar una moderada conciencia sobre el consumo responsable. Aunque la tendencia muestra cierta preferencia por extender la vida útil de los productos, la reparación no parece ser una prioridad decisiva para la mayoría de los participantes.

#### Constructo 7: Reutilización de residuos

#### Figura 4.30

Pregunta 31: En una escala del 1 al 7, ¿reutilizo papel?

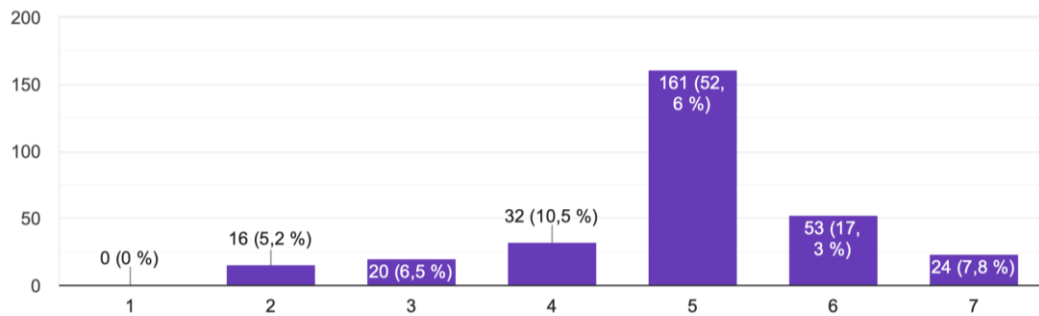


Este porcentaje indica una postura algo neutra hacia la práctica de reutilizar papel, lo que sugiere que, aunque hay cierta disposición hacia prácticas de reducción de residuos, no es una prioridad importante para muchos de los participantes. Esto podría reflejar una

conciencia ambiental moderada en cuanto al uso de recursos, pero sin un compromiso firme hacia la reutilización del papel.

#### Figura 4.31

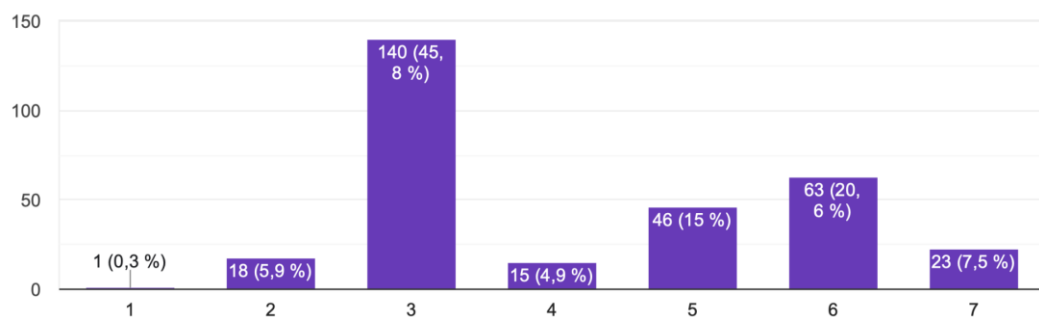
Pregunta 32: En una escala del 1 al 7, ¿reutilizo botes y botellas de vidrio?



Este resultado indica una inclinación moderadamente positiva hacia la reutilización de envases de vidrio, lo que refleja una práctica de consumo sostenible que es valorada por más de la mitad de los participantes. La reutilización de este tipo de envases sugiere una mayor conciencia ambiental y un compromiso con la reducción de residuos, particularmente entre aquellos que ven el vidrio como un recurso reutilizable.

#### Figura 4.32

Pregunta 33: En una escala del 1 al 7, ¿reutilizo envases de plástico?

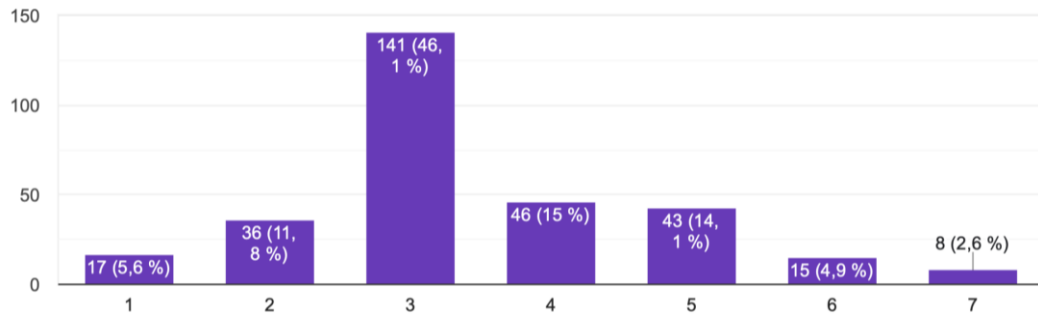


Este resultado indica una postura neutral o ligeramente negativa hacia la práctica de reutilizar envases plásticos. Aunque no es una postura completamente en desacuerdo, sugiere que la reutilización de plásticos no es una prioridad destacada para los participantes, lo que podría reflejar limitaciones en cuanto a la viabilidad o preferencia por este tipo de envases frente a alternativas más sostenibles.

## Construto 8: Minimizar de residuos

**Figura 4.33**

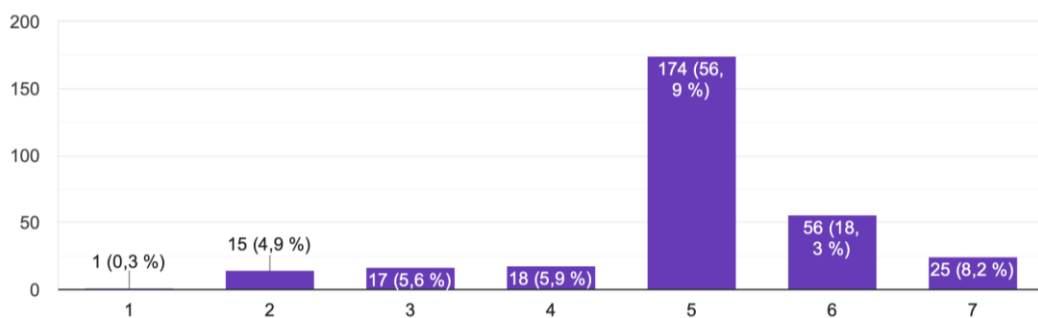
*Pregunta 34: En una escala del 1 al 7, ¿con qué frecuencia reutiliza los paños/telas a través del reciclaje?*



Este resultado sugiere una postura neutral o levemente negativa hacia la práctica de reutilizar estos materiales. La moderada tendencia hacia la opción 3 podría indicar que, aunque algunos participantes están dispuestos a reciclar o reutilizar, no lo consideran una acción habitual o prioritaria en su comportamiento diario.

**Figura 4.34**

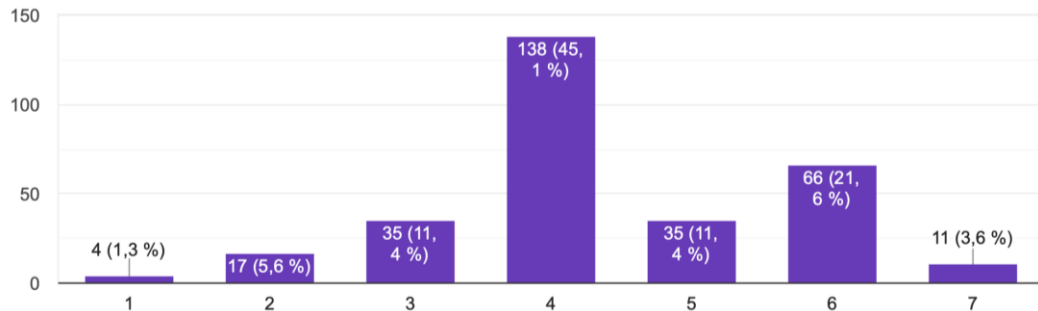
*Pregunta 35: En una escala del 1 al 7, ¿con qué frecuencia reutiliza las botellas de vidrio a través del reciclaje?*



Este resultado sugiere que más de la mitad de los participantes tiene una actitud favorable hacia la reutilización y reciclaje de botellas de vidrio, lo que refleja un compromiso moderado con prácticas sostenibles. La tendencia indica una disposición significativa hacia el reciclaje de vidrio, aunque no necesariamente de forma constante o como una acción prioritaria en su día a día.

**Figura 4.35**

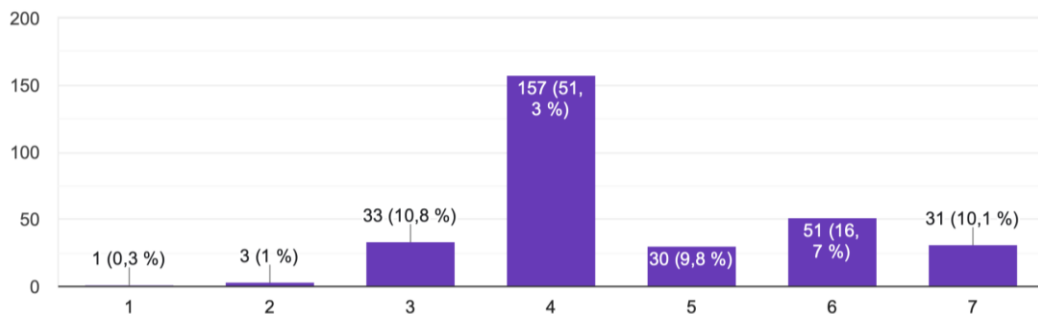
*Pregunta 36: En una escala del 1 al 7, ¿con qué frecuencia reutiliza papel a través del reciclaje?*



Este resultado indica una postura neutral hacia el reciclaje de papel. Aunque existe una disposición moderada para reutilizarlo, no parece ser una práctica constante o prioritaria para la mayoría de los participantes. Esto podría reflejar una conciencia ambiental moderada, pero sin un fuerte impulso hacia la acción regular de reciclaje de papel.

**Figura 4.36**

*Pregunta 37: En una escala del 1 al 7, ¿con qué frecuencia reutiliza los envases de plástico a través del reciclaje?*

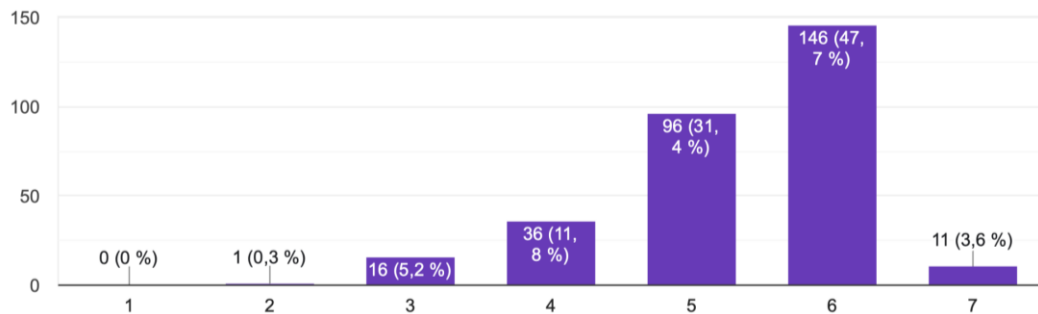


Esto sugiere una postura neutral o ligeramente favorable hacia el reciclaje de plástico. La respuesta indica que, aunque más de la mitad de los participantes muestran cierta disposición a reutilizar plásticos, no la consideran una acción consistente o prioritaria en su comportamiento diario. Es probable que la reutilización de plásticos no sea una práctica habitual o muy arraigada en estos encuestados.

## Constructo 8: Personalidad

**Figura 4.37**

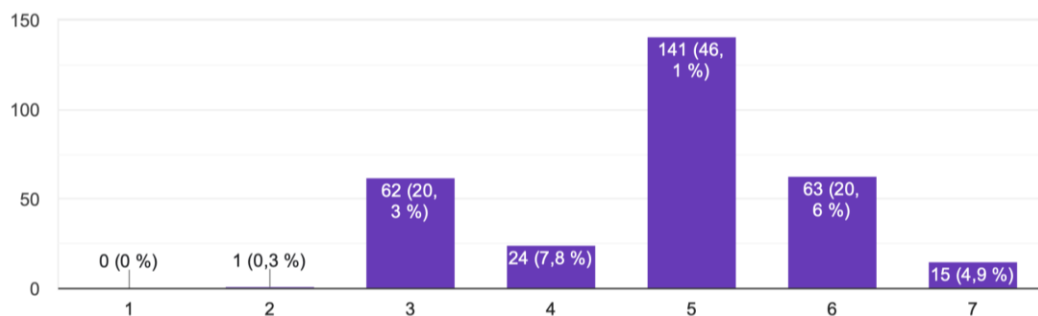
*Pregunta 38: En una escala del 1 al 7, ¿se considera confiable, autodisciplinado?*



Este alto nivel de acuerdo sugiere que casi la mitad de los participantes se perciben a sí mismos como personas responsables y con un buen grado de autodisciplina, lo que podría reflejar una autovaloración positiva en términos de confiabilidad y control personal en su vida cotidiana.

**Figura 4.38**

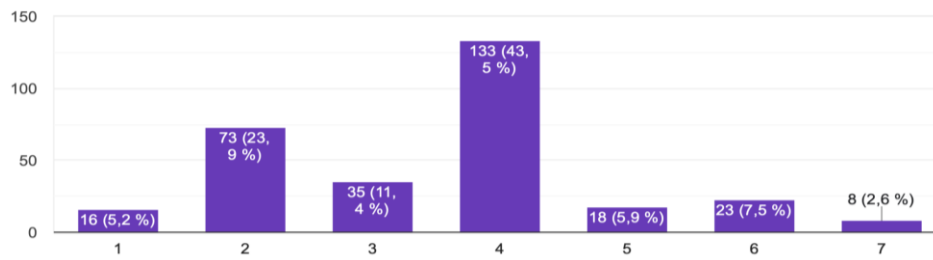
*Pregunta 39: En una escala del 1 al 7, ¿se considera organizado y cuidadoso?*



Este resultado indica que casi la mitad de los participantes se ven a sí mismos como personas relativamente ordenadas y detallistas, aunque no en un grado extremadamente alto. La elección de esta opción sugiere un nivel de acuerdo moderado hacia estos rasgos, señalando que los encuestados valoran la organización y el cuidado en su vida cotidiana, pero sin considerarlos como sus principales características.

**Figura 4.39**

*Pregunta 40: En una escala del 1 al 7, ¿se considera tradicional y poco imaginativo?*



Esta respuesta intermedia sugiere que los participantes tienen una percepción equilibrada sobre su tendencia hacia la tradición y la creatividad, sin identificarse completamente como conservadores ni como innovadores. La opción 4 refleja una visión moderada, donde probablemente los encuestados se ven con una mezcla de rasgos tanto tradicionales como abiertos a nuevas ideas, sin inclinarse fuertemente hacia ninguno de los dos extremos.

La primera sección del perfil socio-demográfico da una visión ampliada de los encuestados y su clasificación como su edad, estado civil, nivel de ingreso, género, nivel de educación, tamaño del hogar y zona de residencia, este último factor se consideró importante para la encuesta, pues la investigación se centra en personas que residan en la zona 7 de Lima Metropolitana, cuyos distritos incluyen Miraflores, San Isidro, San Borja, Surco, La Molina. Esto permite agrupar a las personas que se necesitan para la encuesta en un grupo y seguir con las siguientes secciones de preguntas de acuerdo a sus respuestas.

Se continuó con la sección por cada constructo analizado anteriormente en el capítulo 3. Se analizaron nueve variables. El primer constructo es de “conocimiento” mediante el cual la comprensión es adquirida a través del estudio y experiencia, cuenta con 3 ítems para poder comprender si las personas son conscientes de los problemas de desperdicios de alimentos. Cuenta con las siguientes preguntas: *¿me considero consciente del problema del desperdicio de alimentos? ¿Sé mucho sobre el problema del desperdicio de alimentos? ¿Entre mis amigos, me considero un experto en el problema del desperdicio de alimentos?*

El segundo constructo analiza los “valores materialistas”. Este constructo se basa en cuatro ítems importantes para lograr entender qué tanta importancia da a lo material.

Cuenta con las siguientes preguntas: *¿Admiro a la gente que posee casas, coches, ropa cara? ¿Algunos de los mayores éxitos de la vida incluyen la adquisición de bienes? ¿Mi vida sería mejor si tuviera algunas cosas que no tengo? ¿Sería feliz si pudiera permitirme comprar más?*

El tercer constructo es la “Religión”, variable muy interesante, ya que la actitud que vaya a tomar la persona muchas veces se basa en su ideología. La variable consta de cuatro ítems. Cuenta con las siguientes preguntas: *¿Una persona religiosa equilibra la comida, la bebida y sus propias necesidades? ¿La religión promueve el consumo excesivo de alimentos? ¿Una persona religiosa se preocupa por el medio ambiente? ¿Una persona religiosa no consume alimentos en exceso?*

El cuarto constructo es el de “gastos de comida”. Se analiza que para los individuos es importante que los alimentos que van a consumir sean económicos, que se comparen los precios en el proceso de elección de un producto, o que se compre siempre cuando algún producto esté en oferta. Lo que se puede rescatar es que se interpone el precio ante una decisión de compra y esto influye en el proceso. A raíz de ello, se generaron 4 ítems, los cuales fueron: *¿El precio de los alimentos es muy importante para mí al momento de la compra? ¿Para mí es importante que los alimentos que consumimos sean económicos? ¿Comparar siempre los precios de los productos en una compra? ¿Comprar siempre ofertas en productos alimenticios?* Esto indica que las personas pueden tener diferentes actitudes al momento de la compra, dependiendo su presupuesto, mentalidad o si realizan las actividades de compra con alguien que pueda guiar las decisiones de compra.

Para el quinto constructo se analizó la “elección de los alimentos”. Los cuatro ítems que se consideraron son: *¿Es importante que la comida que se consuma sea rica en vitaminas y proteínas? ¿Para mí es importante que la comida que consuma sea baja en grasas? ¿Para mí es importante que los alimentos que consumimos no contengan ingredientes peligrosos como dioxinas, pesticidas y desechos? ¿Me preocupa la seguridad alimentaria?* Se evalúan factores de salud y seguridad que influyen en la decisión de consumo, considerando la importancia de los alimentos, que tengan nutrientes, bajos en grasas, libres de ingredientes peligrosos y seguros para la salud en general.

Acerca del sexto constructo sobre “la minimización de residuos”, los ítems importantes extraídos del artículo de *Abdelradi* fueron: *¿Busco envases que puedan*

*reciclarse fácilmente? ¿Compro frutas y verduras a granel, sin envasar? ¿Busco productos que se puedan usar más de una vez y que no sean desechables? ¿Intento arreglar las cosas antes de comprar otras nuevas?* Los ítems considerados destacan la preferencia por envases reciclables, la compra de productos sin envasar, la elección de artículos reutilizables y el intento de reparar objetos antes de reemplazarlos, lo cual refleja un enfoque en la reducción del desperdicio y el impacto ambiental.

Acerca del séptimo constructo, “la reutilización de residuos”, sus ítems son: *¿Reutilizo papel? ¿Reutilizo botes y botellas de vidrio? ¿Reutilizo envases de plástico?* Este constructo aborda la práctica de dar nuevos usos a materiales que normalmente serían desechados, con el fin de reducir el impacto ambiental y promover un consumo más sostenible.

Siguiendo con el octavo constructo, “reciclaje de residuos”, las preguntas fueron: *¿Con qué frecuencia reutiliza los paños/telas a través del reciclaje? ¿Con qué frecuencia reutiliza las botellas de vidrio a través del reciclaje? ¿Con qué frecuencia reutiliza papel a través del reciclaje? ¿Con qué frecuencia reutiliza los envases de plástico a través del reciclaje?* Ítems importantes para actos que promueven el cuidado del ambiente y evitan el desperdicio de los alimentos al darles un segundo uso a los envases.

Finalmente, el noveno constructo aborda la “personalidad”. Esta variable se refiere a la conciencia que tiene una persona respecto al desperdicio de alimentos. A mayor conciencia, menor será el desperdicio de alimentos. Cuenta con las siguientes preguntas: *¿Se considera confiable, autodisciplinado? ¿Se considera organizado y cuidadoso? ¿Se considera tradicional y poco imaginativo?*

#### **4.5.2 Validación del instrumento**

Existen diferentes formas de validación de instrumentos:

##### **Validación por fuente indexada**

Para el capítulo uno, Planteamiento del Problema, se utilizaron las fuentes de FAO, F. Abdelradi, Banco Mundial, Ipsos, Statista, Euromonitor para el uso de gráficos. En el capítulo dos, Marco Teórico, se utilizó a más autores de libros como Evans (2012), Stefan et al. (2013), Woodworth (1919), Kotler (1973), Romaní, y el artículo de la FAO, pues en este capítulo se buscó detallar con más claridad las rutinas, los hábitos y los antecedentes. En el capítulo tres, Modelo Conceptual, solo se utilizó al autor del artículo

de F. Abdelradi. Finalmente, en el capítulo cuatro, Metodología, se utilizó a los autores Hernández-Sampieri, R. (2014) y Metodología De La Investigación (6.<sup>a</sup> ed.) de Malhotra, N. K.

Se mencionan las siguientes fuentes para la obtención de la información requerida para la investigación:

- Ariztía, T. (2017). La teoría de las prácticas sociales: particularidades, posibilidades y límites. *Cinta De Moebio*, 59, 221–234.
- Chandon, P., & Wansink, B. (2006). How biased household inventory estimates distort shopping and storage decisions. *Journal of Marketing*, 70(4), 118–135.
- Euromonitor International. (2022, febrero). The fight against food waste.
- Evans, D. (2012). Beyond the throwaway society: Ordinary domestic practice and a sociological approach to household food waste. *Sociology*, 46(1), 41–56.
- F. Abdelradi / Waste Management.
- Food and Agriculture Organization of the United Nations [FAO]. (2014, 16 julio). América Latina y el Caribe podría erradicar el hambre sólo con los alimentos que pierde y desperdicia.
- Fu, S., Chen, X., & Zheng, H. (2021). Exploring an adverse impact of smartphone overuse on academic performance via health issues: a stimulus-organism-response perspective. *Behaviour & Information Technology*, 40(7), 663–675.
- Giddens, A. (1984). *The Constitution of Society*. Cambridge: Polity.
- Giddens, A. (2003). *La constitución de la sociedad*. Buenos Aires: Amorrortu Haz tu parte, reduce tu huella alimentaria. (n.d.).
- Hernández-Sampieri, R. (2014, 26 agosto). *Metodología De La Investigación* (6.<sup>a</sup> ed.). McGraw Hill.
- Hoolohan, C., McLachlan, C., & Mander, S. (2018). Food related routines and energy policy: A focus group study examining potential for change in the United Kingdom. *Energy Research & Social Science*, 39, 93–102.
- Ipsos. (2021, octubre 20). El consumidor reconectado - Índice Tetra Pak 2021, basado en un estudio global realizado por Ipsos.
- Kim, J. Y. (2014, 21 marzo). Desperdicio de alimentos: Un problema más grande de lo que piensa. *Blogs del Banco Mundial*.
- Malhotra, N. K. (2008). *Investigación de Mercados*. Quinta Edición.

- Ministerio de Educación (MINEDU). (2021). Educación Ambiental.
- Morán, M. (2020, 17 de junio). Consumo y producción sostenibles.
- Quested, TE, Marsh, E., Stunell, D., Parry, AD, 2013. Sopa de espagueti: el complejo mundo de los comportamientos de desperdicio de alimentos. Res. Contraste. 79, 43–51.
- Quested, TE, Parry, AD, Eastal, S., Swannell, R., 2011. Desechos de alimentos y bebidas en los hogares en el Reino Unido. Tuerca. Toro. 36, 460–467.
- The Inter-American Institute for Cooperation on Agriculture. (2016, 21 septiembre). Un tercio de los alimentos producidos en el mundo se desperdicia.
- UNEP. (4 de marzo de 2021). Desperdicio de alimentos doméstico anual estimado producido per cápita en todo el mundo a partir de 2020, por región (en kilogramos per cápita)
- Verplanken, B., Aarts, H., Knippenberg, A., & Moonen, A. (1998). Habit versus planned behaviour: A field experiment. British Journal of Social.
- World Bank Group. (2014, 26 febrero). Food Loss and Waste a Barrier to Poverty Reduction. World Bank.

### **Validación de expertos**

Para la validación de expertos del tema, se contó con la participación de dos asesores durante las etapas de Seminario de Investigación I y Seminario de Investigación II, así como en la etapa posterior a la culminación de pregrado. En Seminario de Investigación I, el asesor Christiam Ismael Méndez Lazarte propuso el tema de la tesis y aprobó tanto el tema como el uso de *papers* académicos para el desarrollo de la investigación. Durante el Seminario de Investigación II y en la etapa posterior, se eligió nuevamente al profesor Neptalí Jesús Barnett Valdivia como asesor, quien trabajó con nosotras realizando ajustes en el título y tema de la tesis, y nos brindó su apoyo para la culminación de la investigación.

### **4.6. Herramientas de análisis**

La investigación realiza dos tipos de análisis: descriptivo e inferencial.

**El análisis descriptivo** busca obtener información por medio de gráficas, en este caso de los gráficos obtenidos por medio del cuestionario.

**El análisis inferencial** examina una muestra de datos para lograr obtener conclusiones a través de inferencias.

#### **4.6.1 Análisis univariado**

En el primer constructo planteado se habla sobre los gastos de comida. La pregunta realizada refiere si el encuestado cree que el precio de los alimentos es muy importante para él al momento de la compra. El segundo constructo trata sobre la elección de alimentos. La pregunta realizada fue si el encuestado cree que es importante que la comida que se consume sea rica en vitaminas y proteínas. El tercer constructo habla sobre la minimización de residuos y la pregunta realizada fue si el individuo cree que se debería intentar arreglar las cosas antes de comprar otras nuevas. El cuarto constructo habla sobre la reutilización de residuos y la pregunta realizada fue si el encuestado cree que reutilizar botes y botellas de vidrio contribuye con el medio ambiente. Finalmente, el quinto y último constructo habla sobre el reciclaje de residuos, y la pregunta formulada fue si el encuestado cree que reciclar envases de plástico genera un impacto positivo.

Las respuestas de cada uno de los constructos fueron evaluadas mediante la escala de Likert con respecto a la experiencia de la compra de los alimentos y que estos mismos no sean desperdiciados en el hogar. Los participantes respondieron de acuerdo con sus realidades y vivencias.

#### **4.6.2 Análisis inferencial bivariado**

Para el análisis de la encuesta por escala de Likert, con el coeficiente de correlación asociado de manera lineal mediante rangos: 1 los encuestados estaban totalmente en desacuerdo y 7 estaban totalmente de acuerdo. Se aplicó el coeficiente de correlación de Pearson. Según Hernández (2014), esta es una prueba estadística que se utiliza para el estudio de dos variables y su relación, como en la encuesta piloto utilizada para esta investigación que se utilizó la escala de Likert. Esta es una media de intervalos.

### **4.7. Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información**

El desarrollo del cuestionario se llevó a cabo mediante Google Forms.

En este caso, se va usar el coeficiente de correlación de Pearson, que se basa en una prueba estadística para medir la relación entre dos variables: una dependiente y la otra independiente. Cabe recalcar que no se evalúa la casualidad, el coeficiente se simboliza en una “r”. Además, para calcular el coeficiente se debe haber obtenido la muestra de dos variables (Hernández, 2014).

**Tabla 4.4***Valores de la correlación de Pearson*

Valor de rho	Significado
-0.90	Correlación negativa muy fuerte
-0.75	Correlación negativa considerable
-0.50	Correlación negativa media
-0.25	Correlación negativa débil
-0.10	Correlación negativa muy débil
0.00	No existe correlación alguna entre las variables
+0.10	Correlación positiva muy débil
+0.25	Correlación positiva débil
+0.50	Correlación positiva media
+0.75	Correlación positiva considerable
+0.90	Correlación positiva muy fuerte
+1.00	Correlación positiva perfecta

*Nota.* Adaptado de Hernández (2014).

Asimismo, el análisis descriptivo permite calcular medidas como la mediana, media, moda, desviación estándar, varianza, así como determinar los valores mínimos y máximos y establecer baremos que ayuden a clasificar los datos. De esta manera, se proporciona una visión general de las características principales del conjunto de datos (Hernández, 2014).

Según Hernández (2014), el alfa cronbach es un índice de confiabilidad que trabaja con variables de intervalos. Su función principal es determinar si los *ítems* de un *test* están correlacionados entre sí, lo que indica que están midiendo el mismo constructo. El alfa de cronbach tiene un valor entre 0 y 1, los valores más cercanos a 1 indican mayor confiabilidad y los valores más cercanos a 0 tienen una baja consistencia interna. Un alfa de cronbach superior a 0.70 se considera aceptable para investigaciones aplicadas.

La prueba de normalidad es necesaria para determinar si los datos de una muestra siguen una distribución normal. Realizar estas pruebas antes de aplicar ciertas técnicas estadísticas es importante, ya que asegura que los resultados obtenidos sean confiables y

válidos. Sin esta verificación, las conclusiones podrían ser incorrectas, especialmente cuando se utilizan métodos que suponen la normalidad de los datos (Hernández, 2014).

- Hipótesis Nula ( $H_0$ ): los datos provienen de una distribución normal.
- Hipótesis Alternativa ( $H_1$ ): los datos no provienen de una distribución normal.

La correlación de Spearman es una medida estadística útil para medir la relación entre dos variables ordinales. Es adecuada para el análisis no paramétrico y cuando se trabaja con datos no lineales, ya que no requiere que los datos sigan una distribución normal (Hernández, 2014).

- $\rho = 1$ : correlación positiva perfecta (ambas variables aumentan o disminuyen juntas).
- $\rho = -1$ : correlación negativa perfecta (una variable aumenta mientras la otra disminuye).
- $\rho = 0$ : no hay correlación.

# CAPÍTULO V: PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

## 5.1. Presentación de los resultados

### 5.1.1 Resultados descriptivos

Fiabilidad:

Resumen de procesamiento de casos.

**Tabla 5.1**

*Fiabilidad “resumen de procesamiento de casos”*

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	302	99,7
	Excluidos	1	,3
	Total	303	100,0

Respecto al cuadro de “resumen de procesamiento de casos”, existen 302 válidos, excluidos 1 y un total de 303. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Variable independiente:

Conciencia Ambiental.

**Tabla 5.2**

*Fiabilidad “Alfa de Cronbach”*

**Estadísticas de fiabilidad**

Alfa de Cronbach	N de elementos
,789	11

El coeficiente alfa de Cronbach es el método más fácil para medir la consistencia interna y el primer método para construir la validación de los constructos en escalas.

El coeficiente Alfa de Cronbach de la variable independiente es de 0,789, es decir, se encuentra por encima del umbral de 0.70, lo cual indica una alta consistencia interna en conjunto a los *ítems* evaluados. Además, esto indica que existe una correlación fuerte y consistente entre sí, lo que refleja que están midiendo el mismo constructo de manera consistente.

Variable dependiente:

Desperdicio de alimentos.

**Tabla 5.3**

*Fiabilidad “Alfa de Cronbach”*

**Estadísticas de fiabilidad**

Alfa de Cronbach	N de elementos
,917	22

El coeficiente Alfa de Cronbach de la variable dependiente es de 0,917, es decir, se encuentra por encima del umbral de 0.70, lo cual indica una alta consistencia interna en conjunto a los *ítems* evaluados. Además, esto indica que existe una correlación fuerte y consistente entre sí, lo que refleja que están midiendo el mismo constructo de manera consistente.

**Tabla 5.4***Fiabilidad “estadísticas de total de elemento”*

Variable independiente:

Estadísticas de total de elemento				
	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
P1	40,0726	53,061	,459	,771
P2	40,0924	52,846	,517	,767
P3	39,9142	51,920	,347	,786
P4	40,2706	50,675	,519	,764
P5	39,7228	53,704	,483	,770
P6	40,4686	53,687	,512	,768
P7	39,7723	54,892	,420	,776
P8	41,7393	50,604	,459	,771
P9	42,4092	49,249	,418	,779
P10	40,9076	49,587	,719	,746
P11	41, 5281	52,634	,278	,797

Conciencia Ambiental.

De acuerdo a la siguiente tabla, se puede observar detenidamente los resultados de cada constructo con su respectivo Alfa de Cronbach, pues estos son mayores al 0.70, por ende, existe una correlación fuerte y consistente entre sí.

Respecto a la correlación de los constructos, se determina que existe correlación positiva considerable.

**Tabla 5.5***Fiabilidad “estadísticas de total de elementos”*

Variable dependiente:

Desperdicio de alimentos.

Estadísticas de total de elemento				
	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
P12	98,1788	237,602	,558	,914
P13	98,7086	233,177	,668	,911
P14	98,2020	240,986	,607	,913
P15	99,0265	239,229	,578	,913
P16	98,3113	239,391	,690	,911
P17	98,7351	244,023	,579	,914
P18	98,4702	241,685	,477	,916
P19	98,2715	234,524	,726	,910
P20	98,6722	249,942	,367	,917
P21	99,3675	246,858	,400	,917
P22	98,6788	247,382	,571	,914
P23	99,1391	244,851	,470	,916
P24	99,0596	235,305	,693	,911
P25	98,6060	233,901	,818	,909
P26	99,3444	234,971	,565	,914
P27	100,0861	244,949	,421	,917
P28	98,5265	236,589	,753	,910
P29	99,1556	232,424	,777	,909
P30	98,9603	234,457	,748	,910
P31	98,2252	253,843	,307	,918
P32	98,7417	245,654	,476	,915
P33	100,0066	257,110	,107	,924

De acuerdo a la siguiente tabla, se puede observar detenidamente los resultados de cada constructo con su respectivo Alfa de Cronbach, pues estos son mayores al 0.70, por ende, existe una correlación fuerte y consistente entre sí.

Respecto a la correlación de los constructos, se determina que existe correlación positiva muy fuerte.

**Tabla 5.6**

Frecuencia “media, mediana, moda, desviación estándar, varianza”

Estadísticos				
Conciencia ambiental y desperdicio de alimentos				
			Conciencia ambiental	Desperdicio de alimentos
	N	Válido	303	303
		Perdidos	0	0
	Media		44,6898	103,6073
	Mediana		44,0000	102,0000
	Moda		44,00	102,00
	Desv. Desviación		7,85566	16,24973
	Varianza		61,711	264,054
	Mínimo		21,00	57,00
	Máximo		77,00	154,00

Resultados: Conciencia ambiental

Variable independiente:

- Media 44,6898 es el número promedio de los constructos estudiados. Es el valor obtenido gracias a la escala de Likert. Además, es el valor que resulta al repartir de manera equitativa el total observado entre el público objetivo.
- Mediana 44,0000 es el valor de la variable que ocupa la posición media cuando los datos están ordenados por magnitud. Es decir, 50 % de los valores son iguales.
- Moda 44,00 es el valor que más se repite en los *ítems* de las preguntas de la variable independiente de acuerdo a la escala de Likert.
- La desviación estándar 7,85566 no puede ser negativa y la desviación estándar es grande, ya que está alejada de cero.
- Varianza 61, 711: mientras mayor sea la dispersión, mayor es la desviación estándar.

## Resultados: Desperdicio de alimentos

Variable dependiente:

- Media 103,6073 es el número promedio de los constructos estudiados, es el valor obtenido gracias a la escala de Likert. Además, es el valor que resulta al repartir de manera equitativa el total observado entre el público objetivo.
- Mediana 102,0000 es el valor de la variable que ocupa la posición media cuando los datos están ordenados por magnitud. Es decir, 50 % de los valores son iguales.
- Moda 102,00 es el valor que más se repite en los ítems de las preguntas de la variable independiente de acuerdo a la escala de Likert.
- La desviación estándar 16,24973 no puede ser negativa y la desviación estándar es grande, ya que está alejada de cero.
- Varianza 264, 054: mientras mayor sea la dispersión, mayor es la desviación estándar.

**Tabla 5.7**

*Estadísticos "Conciencia ambiental" (variable independiente)*

Baremos de Conciencia Ambiental

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	24	7,9	7,9	7,9
	Moderado	254	83,8	83,8	91,7
	Alto	25	8,3	8,3	100,0
	Total	303	100,0	100,0	

La tabla presenta los baremos de "Conciencia Ambiental" en tres niveles: bajo (7,9%), moderado (83,8%), y alto (8,3%). La mayor parte de los participantes se ubica en el nivel moderado, pues muestran un conocimiento intermedio del tema. Los niveles bajo

y alto representan una minoría, lo que sugiere áreas de mejora para fomentar una mayor conciencia ambiental en el grupo evaluado.

**Tabla 5.8**

*Estadísticos “Baremos de Conocimiento”*

Baremos de conocimiento					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	27	8,9	8,9	8,9
	Moderado	114	37,6	37,6	46,5
	Alto	162	53,5	53,5	100,0
	Total	303	100,0	100,0	

La tabla muestra la distribución de los niveles de conocimiento en tres categorías: bajo (8,9 %), moderado (37,6 %), y alto (53,5 %). Más de la mitad de los participantes alcanza un nivel alto, lo que indica que poseen un conocimiento significativo sobre el tema evaluado. El nivel moderado reúne a más de un tercio de los participantes, mientras que el bajo representa una minoría.

**Tabla 5.9**

*Estadísticos “Valores Materialistas*

Baremos de Valores Materialistas					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	21	6,9	6,9	6,9
	Moderado	240	79,2	79,2	86,1
	Alto	42	13,9	13,9	100,0
	Total	303	100,0	100,0	

La tabla presenta la distribución de los valores materialistas en tres niveles: bajo (6,9%), moderado (79,2%), y alto (13,9%). La gran mayoría de los participantes se

encuentra en el nivel moderado, lo que indica una tendencia predominante hacia un balance entre valores materialistas y otros enfoques. El nivel alto reúne a una proporción menor pero significativa, mientras que el bajo representa un grupo reducido.

**Tabla 5.10**

*Estadísticos "Desperdicio de Alimentos" (variable dependiente)*

Baremos de Desperdicio de Alimentos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	14	4,6	4,6	4,6
	Moderado	189	62,4	62,4	67,0
	Alto	100	33,0	33,0	100,0
	Total	303	100,0	100,0	

La tabla detalla la distribución de la variable "Desperdicio de Alimentos" en tres niveles: bajo (4,6 %), moderado (62,4 %), y alto (33,0 %). La mayoría de los participantes se ubica en el nivel moderado, lo que indica una tendencia predominante hacia un desperdicio moderado. Un tercio de los participantes está en el nivel alto, y una minoría presenta niveles bajos de desperdicio.

**Tabla 5.11***Estadísticos "Elección de Alimentos"*

Baremos de Elección de Alimentos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	14	4,6	4,6	4,6
	Moderado	167	55,1	55,1	59,7
	Alto	122	40,3	40,3	100,0
	Total	303	100,0	100,0	

La tabla muestra la distribución de la variable "Elección de Alimentos" en tres niveles: bajo (4,6 %), moderado (55,1 %), y alto (40,3 %). Más de la mitad de los participantes se ubica en el nivel moderado, mientras que una proporción significativa está en el nivel alto, lo cual destaca una tendencia positiva hacia elecciones alimenticias conscientes. Un pequeño porcentaje se encuentra en el nivel bajo.

**Tabla 5.12***Estadísticos "Minimización de Residuos"*

Baremos de Minimización de residuos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	24	7,9	7,9	7,9
	Moderado	232	76,6	76,6	84,5
	Alto	47	15,5	15,5	100,0
	Total	303	100,0	100,0	

La tabla presenta la distribución de la variable "Minimización de Residuos" en tres niveles: bajo (7,9 %), moderado (76,6 %), y alto (15,5 %). La mayoría de los participantes se encuentra en el nivel moderado, lo que refleja un esfuerzo significativo, pero no máximo en la reducción de residuos. El nivel alto es minoritario, aunque relevante, mientras que el bajo abarca una pequeña proporción.

**Tabla 5.13**

*Estadísticos "Reutilización de Residuos"*

Baremos de Reutilización de residuos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	34	11,2	11,2	11,2
	Moderado	183	60,4	60,4	71,6
	Alto	86	28,4	28,4	100,0
	Total	303	100,0	100,0	

La tabla muestra la distribución de la variable "Reutilización de Residuos" en tres niveles: bajo (11,2 %), moderado (60,4 %), y alto (28,4 %). La mayoría de los participantes se encuentra en el nivel moderado, lo que indica que aplican prácticas de reutilización de forma parcial. El nivel alto refleja un porcentaje considerable, mientras que el bajo incluye una minoría que reutiliza residuos con menor frecuencia.

**Tabla 5.14***Estadísticos "Reciclaje de Residuos"*

Baremos de Reciclaje de residuos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	34	11,2	11,2	11,2
	Moderado	217	71,6	71,6	82,8
	Alto	52	17,2	17,2	100,0
	Total	303	100,0	100,0	

La tabla muestra la distribución de la variable "Reutilización de Residuos" en tres niveles: bajo (11,2 %), moderado (60,4 %), y alto (28,4 %). La mayoría de los participantes se encuentra en el nivel moderado, lo que indica que aplican prácticas de reutilización de forma parcial. El nivel alto refleja un porcentaje considerable, mientras que el bajo incluye una minoría que reutiliza residuos con menor frecuencia.

**Tabla 5.15***Estadísticos "Personalidad"*

Baremos de Personalidad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	44	14,5	14,5	14,5
	Moderado	220	72,6	72,6	87,1
	Alto	39	12,9	12,9	100,0
	Total	303	100,0	100,0	

La tabla presenta la distribución de la variable "Personalidad" en tres niveles: bajo (14,5 %), moderado (72,6 %), y alto (12,9 %). La mayoría de los participantes se encuentra en el nivel moderado, lo que indica una tendencia generalizada hacia una personalidad equilibrada. El nivel bajo representa una minoría, mientras que el nivel alto muestra un grupo reducido con características de personalidad más marcadas.

## **5.2 Análisis estadístico y contrastación de hipótesis**

### **5.2.1 Comprobación de hipótesis**

En este caso se utilizó la prueba no paramétrica de Kolmogorov-Smirnov, ya que las hipótesis no tienen distribución normal. Se pudo evaluar la normalidad de los datos de la Conciencia ambiental y desperdicios de alimentos.

Además, con un nivel de significancia de ( $p.\text{valor} < .05$ ) se establece un umbral crítico para el estadístico de la prueba obtenida. Si el valor calculado del estadístico de la prueba es menor que el valor crítico, la hipótesis nula se rechaza y, por consiguiente, la hipótesis alternativa se acepta.

Para poder responder a los objetivos de investigación, se procedió a determinar la normalidad de nuestras variables conciencia ambiental y desperdicios de alimentos. Por ello se planteó la siguiente hipótesis de normalidad:

#### **Hipótesis de normalidad**

- H0: Conciencia ambiental se distribuye en forma normal.
- H1: Conciencia ambiental no se distribuye en forma normal.
- H0: Desperdicios de alimentos se distribuyen de forma normal.
- H1: Desperdicios de alimentos no se distribuyen de forma normal.

**Tabla 5.16**

*Prueba de Kolmogorov - Smirnov para la variable gestión de pérdidas y desperdicios de alimentos*

Pruebas de normalidad	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Estadístic			Estadístic		
	o	gl	Sig.	o	gl	Sig.
Conciencia Ambiental	,251	303	,000	,836	303	,000
Desperdicio de alimentos	,233	303	,000	,925	303	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors.

Con un nivel de significancia de .00 (p.valor < .05), se rechaza la hipótesis nula, por tanto, la conciencia ambiental no se distribuye en forma normal.

Con un nivel de significancia de .00 (p.valor < .05), se rechaza la hipótesis nula, por tanto, el desperdicio de alimentos no se distribuye en forma normal.

### **Hipótesis 1**

Determinar la correlación entre la conciencia ambiental y los desperdicios de alimentos.

- H0: No existe correlación entre conciencia ambiental y desperdicios de alimentos.
- H1: Existe correlación entre conciencia ambiental y desperdicios de alimentos.

**Tabla 5.17***Correlación entre conciencia ambiental y desperdicios de alimentos*

Correlaciones			Conciencia ambiental	Desperdicios de alimentos
Rho de Spearman	Conciencia ambiental	Coefficiente de correlación	1,000	,481**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	303	303
	Desperdicio de alimentos	Coefficiente de correlación	,481**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	303	303

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

Se realizó una prueba de correlación de Spearman para determinar la relación entre **conciencia ambiental** y **desperdicio de alimentos**. Los resultados mostraron que existe una correlación positiva y moderada entre ambas variables ( $\rho=0.481$ ). Esto indica que, a medida que aumenta la conciencia ambiental, también tiende a incrementarse el desperdicio de alimentos.

El nivel de significancia ( $p=0.000$ ) es menor al umbral establecido ( $p<0.05$ ), lo que permite rechazar la hipótesis nula. Por lo tanto, se concluye que la relación observada es estadísticamente significativa.

## Hipótesis 2

Determinar la relación entre religión y desperdicios de alimentos.

- H0: No existe relación entre religión y desperdicios de alimentos.
- H1: Existe relación entre religión y desperdicios de alimentos.

**Tabla 5.18***Correlación entre religión y desperdicios de alimentos*

Correlaciones			Religión	Desperdicios de alimentos
Rho de Spearman	Religión	Coefficiente de correlación	1,000	,185**
		Sig. (bilateral)	.	,001
		N	303	303
	Desperdicios de alimentos	Coefficiente de correlación	,185**	1,000
		Sig. (bilateral)	,001	.
		N	303	303

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

Se realizó una prueba de correlación de Spearman para analizar la relación entre religión y desperdicios de alimentos. Los resultados muestran una correlación positiva, débil, y estadísticamente significativa ( $\rho = 0.185$ ). Esto sugiere que, a medida que aumenta la importancia asignada a la religión, también tiende a incrementarse ligeramente la práctica de desperdicios de alimentos.

El nivel de significancia ( $p < 0.01$ ) permite rechazar la hipótesis nula, concluyendo que la relación observada no es producto del azar. Sin embargo, dado que la intensidad de la correlación es débil, el vínculo entre estas variables es limitado.

**Hipótesis 3**

Determinar la relación entre conocimiento y desperdicios de alimentos.

- H0: No existe relación entre conocimiento y desperdicios de alimentos.
- H1: Existe relación entre conocimiento y desperdicios de alimentos.

**Tabla 5.19***Correlación entre conocimiento y desperdicios de alimentos**Correlaciones*

		Desperdicios Conocimiento de alimentos		
Rho de Spearman	Conocimiento	Coefficiente de correlación	1,000	,308**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	303	303
	Desperdicios de alimentos	Coefficiente de correlación	,308**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	303	303

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

Se realizó una prueba de correlación de Spearman para examinar la relación entre **conocimiento y desperdicios de alimentos**. Los resultados indican una correlación positiva, moderada y estadísticamente significativa ( $\rho=0.308$ ). Esto significa que, a mayor nivel de conocimiento, existe una tendencia moderada a un mejor manejo de los desperdicios de alimentos.

El nivel de significancia ( $p<0.01$ ) permite rechazar la hipótesis nula, asegurando que esta correlación no es producto del azar. Aunque la intensidad de la relación es moderada, estos hallazgos podrían ser relevantes para diseñar estrategias educativas o de concienciación sobre la reducción de desperdicios de alimentos.

#### **Hipótesis 4**

Determinar la relación entre valores materialistas y desperdicios de alimentos.

- H0: No existe relación entre valores materialistas y desperdicios de alimentos.
- H1: Existe relación entre valores materialistas y desperdicios de alimentos.

**Tabla 5.20***Correlación entre valores materialistas y desperdicios de alimentos*

Correlaciones

			Valores materialistas	Desperdicios de alimentos
Rho de Spearman	Valores materialistas	Coefficiente de correlación	1,000	,406**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	303	303
Desperdicios de alimentos		Coefficiente de correlación	,406**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	303	303

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

Se realizó una prueba de correlación de Spearman para explorar la relación entre **valores materialistas** y **desperdicios de alimentos**. Los resultados revelaron una correlación positiva, moderada y estadísticamente significativa ( $\rho=0.406$ ), lo que indica que a medida que aumentan los **valores materialistas**, también tiende a aumentar el **desperdicio de alimentos**.

El nivel de significancia ( $p<0.01$ ) respalda que la correlación observada es confiable y no es producto del azar. Este hallazgo sugiere que los individuos con valores materialistas más altos podrían estar más inclinados al desperdicio de alimentos, lo cual podría ser relevante para diseñar campañas o intervenciones enfocadas en la reducción del desperdicio.

### 5.3. Discusión de resultados

Los resultados obtenidos del presente estudio son confiables debido a que se realizó un trabajo de campo por un total de siete semanas, para poder llegar a la meta de personas

objetivo: un total de 384 encuestados, anteriormente definidos en el capítulo 4; es decir, las personas encuestadas, que pasaron el filtro de preguntas, pertenecen a la zona 7 de Lima Metropolitana. Asimismo, nos centramos en mujeres y hombres de la generación *millennials-centennials* de 18 años a 55 años y que pertenecen al NSE A/B, estudiantes y trabajadores a tiempo completo.

Al diseñar el cuestionario se emplearon diversas configuraciones con filtros de forma automática, las cuales ayudaron a asegurarnos que todas las personas que contestaron la encuesta sean aquellas que cumplan los criterios mencionados. De esta manera, los resultados no se verán afectados.

Entre las principales limitaciones de la investigación se encuentra la restricción de tiempo, ya que su desarrollo requirió responsabilidad y prudencia al coincidir con el ciclo académico de verano (enero-marzo de 2023) y el ciclo regular (abril-julio de 2023). Aunque se lograron avances significativos, fue en junio de 2024 cuando se retomó el trabajo con mayor intensidad, enfocándose en la etapa final del estudio, cuya culminación está proyectada para inicios de 2025.

También la limitación de territorio fue encontrada como obstáculo, ya que, al solo enfocarnos en personas de Lima Metropolitana pertenecientes a la zona 7 (Miraflores, San Isidro, San Borja, Surco, La Molina), algunas se negaban a responder por diferentes motivos, lo que resultaba que el logro del total de encuestados sea más extenso. En consecuencia, se optó por terminar de realizar la encuesta de manera online a través de la plataforma Google Forms, compartiéndola en nuestras redes sociales y con personas allegadas que estuvieron dispuestas a responder el cuestionario. Cabe resaltar que, al igual que en todo el estudio, la selección de los encuestados siguió el diseño de muestreo por juicio, asegurando que los participantes cumplieran con los criterios establecidos en la investigación.

En la presente investigación, se busca validar la relación entre la variable independiente, conciencia ambiental, y la variable dependiente, desperdicio de alimentos. Se plantea que la conciencia ambiental influye de manera positiva en el comportamiento del consumidor, particularmente en la decisión de compra y la actitud frente al reciclaje, lo que a su vez impacta en la reducción del desperdicio de alimentos. Para ello, se realizó una revisión de literatura mediante el análisis de papers e investigaciones previas, recopiladas en el marco teórico y los antecedentes del estudio, con el fin de respaldar la

relación entre ambas variables y contrastar distintos enfoques y hallazgos. Estos hallazgos coinciden con los de Casimiro y Delgado (2020): las decisiones de compra de alimentos, ya sea para el hogar o consumo en el establecimiento, se ven influenciadas por la dimensión reutilización de residuos, pues se implementaron acciones como la transformación de los alimentos inservibles en acciones de compostaje y se creó una cultura de reciclaje en los consumidores.

A partir de los hallazgos obtenidos mediante el cuestionario y su posterior análisis en el *software* estadístico SPSS, se logró aceptar las cinco hipótesis planteadas.

La primera de ellas, relacionada con la normalidad en la gestión de pérdidas y desperdicios de alimentos, permitió evaluar la distribución de nuestra variable. Los resultados, obtenidos a través de la prueba de Kolmogorov-Smirnov, indicaron que la variable no sigue una distribución normal, por lo que se adoptó un enfoque no paramétrico para su análisis.

En relación con la hipótesis 1 sobre la correlación entre la conciencia ambiental y el desperdicio de alimentos, los resultados revelan una correlación positiva, significativa y moderada entre ambas variables. Este hallazgo sugiere que, aunque las personas pueden ser conscientes del impacto ambiental, dicha conciencia no necesariamente se traduce en prácticas que reduzcan el desperdicio de alimentos. Esto pone de manifiesto la necesidad de considerar otros factores para comprender de manera más integral las variables que influyen en esta problemática".

En relación con la hipótesis 2, que examina la relación entre la religión y el desperdicio de alimentos, los resultados de la prueba de correlación de Spearman mostraron una correlación positiva, débil y estadísticamente significativa. Esto sugiere que, aunque existe una ligera tendencia a que un mayor énfasis en la religión se asocia con un aumento en el desperdicio de alimentos, la relación es moderada. El nivel de significancia respalda que esta correlación no es casual, aunque la debilidad de la correlación indica que otros factores podrían estar interviniendo en el comportamiento observado.

Con respecto a la hipótesis 3, respecto de la relación de conocimiento y desperdicio de alimentos, se puede observar que cuenta con una relación positiva, moderada y significativa, lo que sugiere que un mayor nivel de conocimiento se asocia con prácticas de gestión más responsables. Aunque la relación no es muy fuerte, estos

hallazgos destacan la importancia de implementar estrategias educativas que fomenten una mayor conciencia y conocimientos prácticos para reducir el desperdicio de alimentos, contribuyendo así a un impacto positivo en la sostenibilidad alimentaria.

Finalmente, en relación con la hipótesis 4, que analiza la relación entre los valores materialistas y el desperdicio de alimentos, los resultados obtenidos mediante la prueba de correlación de Spearman revelaron una relación positiva, moderada y estadísticamente significativa. Esto implica que, a medida que se intensifican los valores materialistas, también aumenta la tendencia al desperdicio de alimentos. La solidez estadística de estos resultados descarta que la relación sea fruto del azar, sugiriendo que las personas con mayor orientación materialista podrían estar menos inclinadas a prácticas responsables en el manejo de alimentos. Este hallazgo subraya la necesidad de desarrollar campañas estratégicas que sensibilicen a este grupo y promuevan hábitos más sostenibles y conscientes.

## CONCLUSIONES

Relación entre conciencia ambiental y reducción de desperdicios: Los resultados del estudio evidencian una correlación positiva entre la preocupación ambiental de los consumidores y su comportamiento frente al desperdicio de alimentos en cadenas de comida rápida. Aquellos que tienen una mayor conciencia sobre el impacto ambiental de sus hábitos de consumo tienden a adoptar estrategias para minimizar el desperdicio, como pedir porciones adecuadas, llevarse la comida sobrante o preferir establecimientos con prácticas sostenibles. Esto sugiere que la educación y la sensibilización ambiental pueden desempeñar un papel clave en la reducción de residuos alimentarios en este sector. Impacto del gasto en comida: los consumidores que gastan más en comida tienden a minimizar los desperdicios, lo que demuestra que una mayor inversión está asociada con prácticas más conscientes y responsables.

Impacto del gasto en comida en la generación de desperdicios: Se identificó que los consumidores que realizan un mayor gasto en alimentos suelen ser más conscientes de su valor y, en consecuencia, minimizan el desperdicio. Esto puede deberse a que una mayor inversión en comida está asociada con una mejor planificación de las compras y una mayor valoración del producto adquirido. A diferencia de aquellos que gastan menos y pueden ser menos cuidadosos con la conservación y el aprovechamiento de los alimentos, este grupo demuestra prácticas más responsables, lo que sugiere que la percepción de costo influye en los hábitos de consumo y desperdicio. Reutilización y reciclaje como factores clave: la reutilización de residuos y el reciclaje presentan una fuerte correlación con la reducción del impacto ambiental, lo que demuestra la efectividad de estas prácticas entre los encuestados.

Preferencia por alimentos saludables y su relación con el desperdicio: Si bien los consumidores que priorizan alimentos saludables buscan mejorar su bienestar, esta preferencia puede llevar a un mayor desperdicio de comida. Esto se debe a la percepción de que los productos frescos, como frutas, verduras o proteínas sin conservantes, tienen una menor vida útil y deben consumirse rápidamente. Asimismo, los estrictos estándares de calidad y apariencia influyen en el descarte de productos que, aunque aún sean aptos para el consumo, no cumplen con las expectativas visuales o de frescura del consumidor.

Este hallazgo resalta la necesidad de educar sobre la correcta conservación de alimentos y la flexibilidad en los criterios de consumo.

Reutilización y reciclaje como factores clave en la reducción del impacto ambiental: El estudio confirma que las prácticas de reutilización y reciclaje tienen un impacto directo en la reducción del desperdicio de alimentos y otros residuos en las cadenas de comida rápida. Los consumidores que implementan estrategias como el reciclaje de envases, la reutilización de sobras o la compra de productos con menor empaque generan menos desperdicio en comparación con aquellos que no adoptan estas medidas. Estos resultados subrayan la importancia de fomentar iniciativas que incentiven el reciclaje y la reutilización, tanto desde la educación del consumidor como desde las políticas de sostenibilidad de las empresas.

Influencia de las campañas sostenibles en los hábitos de consumo: Las iniciativas de sostenibilidad implementadas por las cadenas de comida rápida han demostrado ser un factor determinante en la actitud y comportamiento de los consumidores. Aquellos establecimientos que promueven activamente prácticas ecológicas, como el uso de envases biodegradables, donaciones de alimentos o estrategias de reducción de residuos, generan un impacto positivo en la percepción y fidelización de los clientes. Además, las campañas educativas y de marketing sostenible han demostrado ser efectivas para modificar hábitos y fomentar una mayor responsabilidad ambiental en el consumo de alimentos.

## RECOMENDACIONES

Desarrollo de programas educativos sobre conciencia ambiental y reducción de desperdicios: Dado que existe una correlación positiva entre la conciencia ambiental y la reducción del desperdicio de alimentos, se recomienda que las principales cadenas de comida rápida implementen programas educativos. Estas iniciativas deben enfocarse en sensibilizar a los consumidores sobre el impacto ambiental del desperdicio y promover hábitos responsables, como la compra consciente y el consumo eficiente de los alimentos.

Fomento del uso de envases reciclables y reutilizables: Considerando que la reutilización y el reciclaje son factores clave para la reducción del impacto ambiental, las cadenas de comida rápida deberían incentivar el uso de envases biodegradables, reciclables o reutilizables. Además, podrían establecer políticas que promuevan el retorno de envases, ofreciendo descuentos o beneficios a los clientes que opten por esta alternativa.

Implementación de incentivos para la reducción de desperdicios y reciclaje: Dado que los consumidores que gastan más en comida tienden a minimizar los desperdicios, se recomienda la creación de programas de fidelización que premien a los clientes que adopten prácticas sostenibles, como el reciclaje de envases, la compra de porciones adecuadas o la participación en iniciativas de reducción de desperdicios. Estos incentivos pueden incluir descuentos, puntos de recompensa o promociones exclusivas.

Optimización de la planificación de menús para reducir desperdicios: La preferencia por alimentos saludables puede generar mayores desperdicios debido a la percepción de caducidad rápida y a los altos estándares de consumo. Para abordar este problema, las cadenas de comida rápida deberían diseñar menús optimizados que aprovechen al máximo los ingredientes y reduzcan el desperdicio. Esto podría incluir el uso de productos de temporada, la incorporación de opciones con mayor vida útil y la capacitación del personal en la gestión eficiente de los insumos.

Apoyo a iniciativas tecnológicas para una mejor gestión del consumo: Considerando que la planificación adecuada de compras y consumo puede contribuir a minimizar los desperdicios, se recomienda el desarrollo de aplicaciones y herramientas digitales que ayuden a los consumidores a gestionar mejor sus alimentos. Estas soluciones

podrían incluir recordatorios de fechas de caducidad, sugerencias de recetas basadas en ingredientes disponibles y consejos para almacenar correctamente los alimentos, promoviendo un consumo más eficiente y responsable.

## BIBLIOGRAFÍA

- Abdelradi, F. (2018). Food waste behavior at the household level: A conceptual framework. *Waste Management*, 71, 485–493. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0956053X17307122?via%3Dihub>  
[file:///Users/belentorres/Downloads/Factoresdelasatisfacciondelcliente%20\(1\).pdf](file:///Users/belentorres/Downloads/Factoresdelasatisfacciondelcliente%20(1).pdf)
- Ariztía, T. (2017). La teoría de las prácticas sociales: particularidades, posibilidades y límites. *Cinta de Moebio*, (59), 221-234. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=10154572009>
- Casas, F., Palomino, R., & López, G. (2021). *El comportamiento del consumidor: Escenarios futuros en el subsector restaurantes de comida rápida en Lima Metropolitana 2020-2023*. [Tesis de licenciatura, Pontificia Universidad Católica del Perú]. <https://hdl.handle.net/20.500.12404/20525>
- Casimiro, E., & Delgado, G. (2020). *Rutinas alimenticias en el hogar y el desperdicio de alimentos*. [Tesis para optar el título profesional de Licenciado en Marketing, Universidad de Lima]. Repositorio de la Universidad de Lima. <https://hdl.handle.net/20.500.12724/12799>
- Carrquiriborde, I. R. (2005). Reseña de «The Sociology of Anthony Giddens» de Steven Loyal. *Revista Mexicana de Sociología*, 67(1), 207-210. <https://www.redalyc.org/pdf/321/32105107.pdf>
- Cedeño, E. F. (2016). The waste of food: a perspective from the students of Business Administration of UPS Guayaquil. *Retos*, 6(1). <https://doi.org/10.17163/ret.n11.2016.04>
- Chandon, P., & Wansink, B. (2006). How biased household inventory estimates distort shopping and storage decisions. *Journal of Marketing*, 70(4), 118–135. 10.1509/jmkg.70.4.118
- Eagly, A., & Chaiken, S. (1993). *The psychology of attitudes*. Harcourt Brace Jovanovich College Publishers. <https://psycnet.apa.org/record/1992-98849-000>
- Ekponimo, O. (2016). Un software para reducir el desperdicio de alimentos. <https://www.rolex.org/es/rolex-awards/applied-technology/oscar-ekponimo>

- Euromonitor International. (2022). The fight against food waste [Food waste versus food loss]. Passport. <https://www-portal-euromonitor-com.ezproxy.ulima.edu.pe/portal/analysis/tab#>
- Euromonitor International. (2023). Market Share de Restaurantes-Consumer Foodservice en Perú.
- Evans, D. (2012). Beyond the throwaway society: Ordinary domestic practice and a sociological approach to household food waste. *Sociology*, 46(1), 41–56. <https://doi.org/10.1177/0038038511416150>
- Food and Agriculture Organization of the United Nations. (2014). América Latina y el Caribe podría erradicar el hambre sólo con los alimentos que pierde y desperdicia. <https://www.fao.org/americas/noticias/ver/es/c/239395/>
- Food and Agriculture Organization of the United Nations. (2021). Marcar la diferencia: Reducir la pérdida y el desperdicio de alimentos. <https://www.fao.org/news/story/es/item/1438643/icode/#:~:text=La%20FAO%20C%20que%20es%20el,fin%20de%20facilitar%20la%20adopci%C3%B3n>
- Fu, S., Chen, X., & Zheng, H. (2021). Exploring an adverse impact of smartphone overuse on academic performance via health issues: a stimulus-organism-response perspective. *Behaviour & Information Technology*, 40(7), 663–675. <https://doi.org/10.1080/0144929x.2020.1716848>
- Hernández, C., & Rodríguez, J. (2020). Food waste and time available for domestic chores. Are they correlated? Exploratory study in an urban context. *Estudios sociales. Revista de Alimentación Contemporánea y Desarrollo Regional*, 30(56).
- Hernández, R. (2014). *Metodología De La Investigación* (6.<sup>a</sup> ed.). McGraw Hill. [https://drive.google.com/file/d/18B\\_K7YBXoYbfnGvOVp0qUMNOFmuqbYtP/view?usp=sharing](https://drive.google.com/file/d/18B_K7YBXoYbfnGvOVp0qUMNOFmuqbYtP/view?usp=sharing)
- Hoolohan, C., McLachlan, C., & Mander, S. (2018). Food related routines and energy policy: A focus group study examining potential for change in the United Kingdom. *Energy Research & Social Science*, 39, 93–102.
- Malhotra, N. (2008). *Investigación de Mercados*. (5<sup>a</sup> ed.). Pearson. <http://www.elmayorportaldegerencia.com/Libros/Mercadeo/%5BPD%5D%20Libros%20-%20Investigacion%20de%20Mercados.pdf>

- Huiman, A. (2024). Evaluación del desperdicio de alimentos: normas y acciones para fomentar la circularidad en Perú. *Kawsaypacha: Sociedad y Medio Ambiente*, 13. <https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/Kawsaypacha/article/view/27135>
- Ipsos. (2021, 20 de octubre). El consumidor reconectado - Índice Tetra Pak 2021, basado en un estudio global realizado por Ipsos. <https://www.ipsos.com/es-es/el-consumidor-reconectado-indice-tetra-pak-2021-basado-en-un-estudio-global-realizado-por-ipsos>
- Jurado F. (2023). Factores socioculturales del consumo en la generación de desperdicios de alimentos en Lima Metropolitana 2022. *Activos Financieros e Innovación*, 14(1), 36-50. <https://doi.org/10.24265/afi.2023.v14n1.03>
- Kim, J. (2014, 21 de marzo). Desperdicio de alimentos: Un problema más grande de lo que piensa. Banco Mundial. <https://blogs.worldbank.org/es/voices/desperdicio-de-alimentos-un-problema-mas-grande-de-lo-que-piensa>
- Ministerio de Desarrollo Agrario. (2020, 12 de marzo). Ministerio de Agricultura y FAO lanzan Campaña Nacional Cero Desperdicios de Alimentos. <https://www.gob.pe/institucion/midagri/noticias/108749-ministerio-de-agricultura-y-fao-lanzan-campana-nacional-cero-desperdicios-de-alimentos>
- Ministerio de Educación. (2021). Educación Ambiental. <https://www.minedu.gob.pe/educacion-ambiental/#:~:text=Es%20un%20proceso%20educativo%20integral,al%20desarrollo%20sostenible%20del%20pa%C3%ADs>
- Miñano, J., & Santos, L. (2021). *¿Cómo mejorar la eficacia comercial de los restaurantes de comida rápida en Lima Metropolitana?* [Tesis de licenciatura, Universidad de Lima]. Repositorio Ulima. [https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/15633/MI%C3%B1ano\\_Santos\\_Mejorar-eficacia-comercial.pdf?isAllowed=y&sequence=1](https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/15633/MI%C3%B1ano_Santos_Mejorar-eficacia-comercial.pdf?isAllowed=y&sequence=1)
- Miñano, S., & Santos, L. (2022) *¿Cómo mejorar la eficacia comercial de los restaurantes de comida rápida en la ciudad de Lima?* [Tesis para optar el título profesional de Licenciado en Administración, Universidad de Lima]. Repositorio institucional de la Universidad de Lima. <https://hdl.handle.net/20.500.12724/15633>
- Monroy, M. (2019). Factores de la satisfacción del cliente: perspectivas en restaurantes de comida rápida. *Sinapsis*, 11(1), 70 - 87.
- Morán, M. (2020, 17 de junio). Consumo y producción sostenibles. Consumo y producción sostenibles.

<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/sustainable-consumption-production/>

Ñaupas, A. (2023, 25 de marzo) Startups: Sugo puso fin a sus operaciones. *Semana Económica*. <https://semanaeconomica.com/management/gerencia/sugo-los-motivos-del-cierre-de-la-startup-peruana>

Organización de las Naciones Unidas. (2021, 11 de octubre). América Latina representa el 20% del desperdicio de comida en el mundo. <https://news.un.org/es/story/2019/10/1463871>

Organizaciones de las Naciones Unidas. (2022, 28 de septiembre). Todos podemos ayudar a reducir la pérdida y el desperdicio de alimentos. <https://www.un.org/es/cr%C3%B3nica-onu/todos-podemos-ayudar-reducir-la-p%C3%A9rdida-y-el-desperdicio-de-alimentos>

Roa, M. (2022, 29 de septiembre). El desperdicio de alimentos: un problema de casi mil millones de toneladas. *Statista Infografías*. <https://es.statista.com/grafico/28364/desperdicio-estimado-de-alimentos-en-todo-el-mundo-por-sector/>

Santos, R., & Oliveira, R. (2021). Desperdicio de alimentos: evidências de um refeitório universitário no Brasil. *Revista de Administração de Empresas*, 61(5), 509-521. <https://doi.org/10.1590/S0034-759020210507x>

Silva, A. (2023). *La percepción de los consumidores sobre las prácticas sostenibles de reducción de residuos en los restaurantes ecológicos de Lima*. [Tesis de licenciatura, Universidad San Ignacio de Loyola]. Repositorio USIL. <https://repositorio.usil.edu.pe/entities/publication/3ef72f6e-ee09-4017-a170-fbca2a82e535>

The Inter-American Institute for Cooperation on Agriculture. (2016, 21 de septiembre). Un tercio de los alimentos producidos en el mundo se desperdicia. <https://ica.int/en/node/18380>

Universidad de Lima. (2018, 13 de agosto). La academia de la responsabilidad: Patricia Stuart sobre PRME 2018.

Vega, M., & Gómez, I. (2022). Analysis of Food Loss and Waste Behavior in Three Food Sectors in Costa Rica. *Revista RIVAR*, 9(26). <https://doi.org/10.35588/rivar.v9i26.5589>

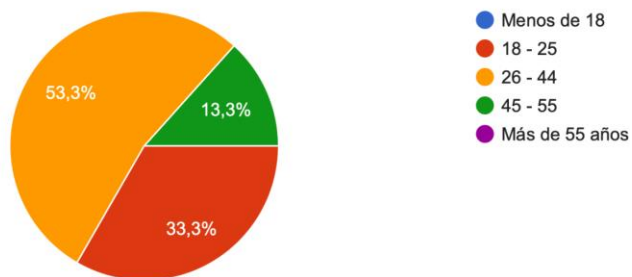
- Veliz, E. (2020). *Logística inversa como herramienta para disminuir los residuos de alimentos en supermercados de Lima Metropolitana*. [Tesis de grado, Universidad San Ignacio de Loyola]. Repositorio USIL. <https://repositorio.usil.edu.pe/entities/publication/073bddeb-14f8-4d8d-b345-708661673a76>
- Verplanken, B., Aarts, H., Knippenberg, A., & Moonen, A. (1998). Habit versus planned behaviour: A field experiment. *British Journal of Social Psychology*, 37(1), 111–128.
- Verplanken, B., & Orbell, S. (2022). Attitudes, Habits, and Behavior Change. *Open Access at Essex (University of Essex)*, 73(1), 327–352. <https://doi.org/10.1146/annurev-psych-020821-011744>
- Wells, V., Marsh, E., Stunell, D., & Parry, A. (2013). Spaghetti soup: The complex world of food waste behaviours. *Resources Conservation and Recycling*, 79, 43–51. <https://doi.org/10.1016/j.resconrec.2013.04.011>
- Wells, V., Parry, A., Eastal, S., & Swannell, R. (2011). Food and drink waste from households in the UK. *Nutrition Bulletin*, 36(4), 460–467. <https://doi.org/10.1111/j.1467-3010.2011.01924.x>
- World Bank Group. (2014, 26 de febrero). Food Loss and Waste a Barrier to Poverty Reduction. *World Bank*. <https://www.worldbank.org/en/news/press-release/2014/02/27/food-loss-waste-barrier-poverty-reduction>

# **ANEXOS**

## Anexo 1: Encuesta piloto

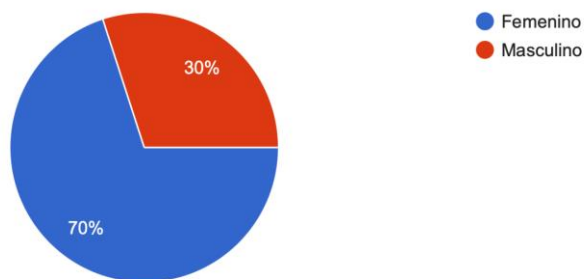
¿Qué edad tienes?

30 respuestas



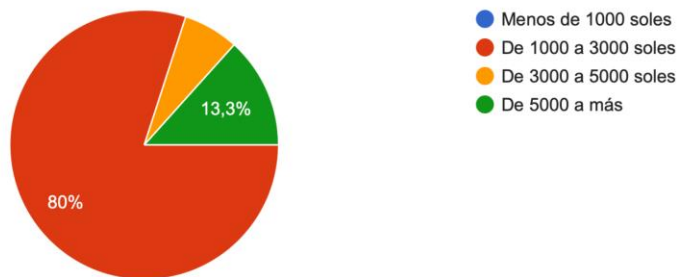
¿Cuál es tu género?

30 respuestas

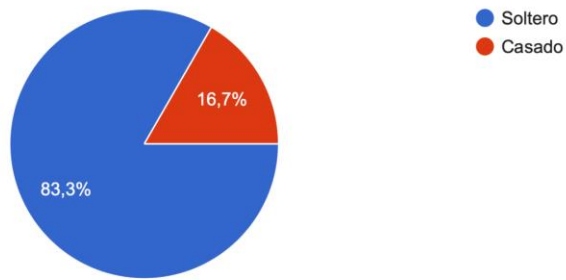


¿Cuál es su nivel de ingresos?

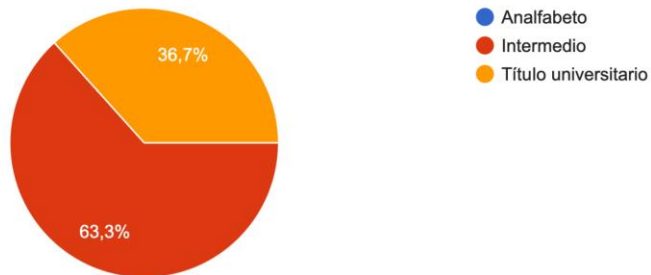
30 respuestas



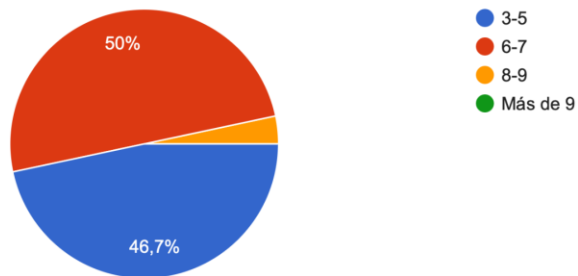
¿Estado Civil?  
30 respuestas



¿Cuál es su nivel de educación?  
30 respuestas

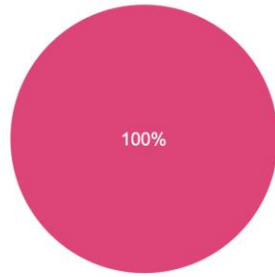


¿Cuál es su tamaño del hogar? (Número de personas que viven con usted)  
30 respuestas



¿En qué zona de Lima vive ?

30 respuestas



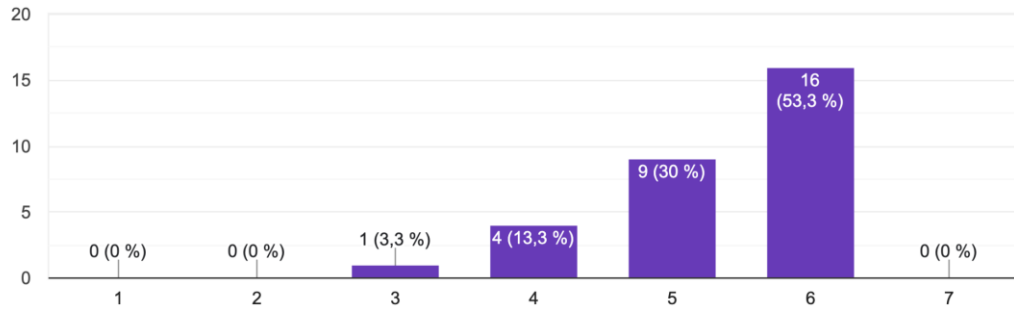
- Zona 1 (Ventanilla, Puente Piedra, Co...
- Zona 2 (Independencia, Los Olivos, S...
- Zona 3 (San Juan de Lurigancho.)
- Zona 4 (Cercado, Rímac, Breña, La Vi...
- Zona 5 (Ate, Chaclacayo, Lurigancho,...
- Zona 6 (Jesús María, Lince, Pueblo Li...
- Zona 7 (Miraflores, San Isidro, San Bo...
- Zona 8 (Surquillo, Barranco, Chorrillos...

▲ 1/2 ▼

## Constructo 1: Conocimiento

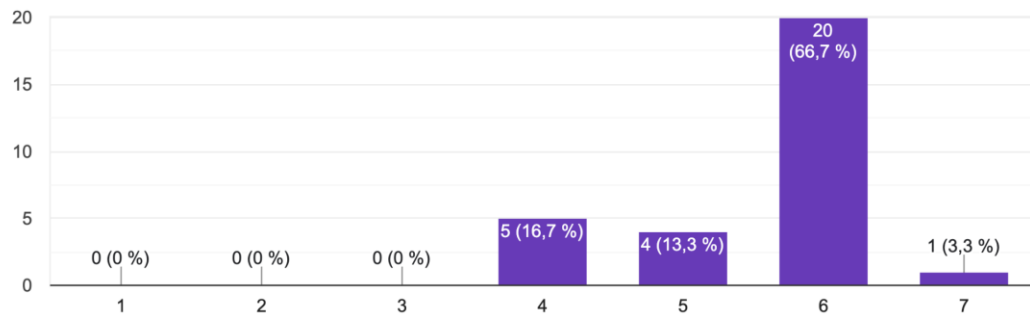
¿Me considero consciente del problema del desperdicio de alimentos?

30 respuestas



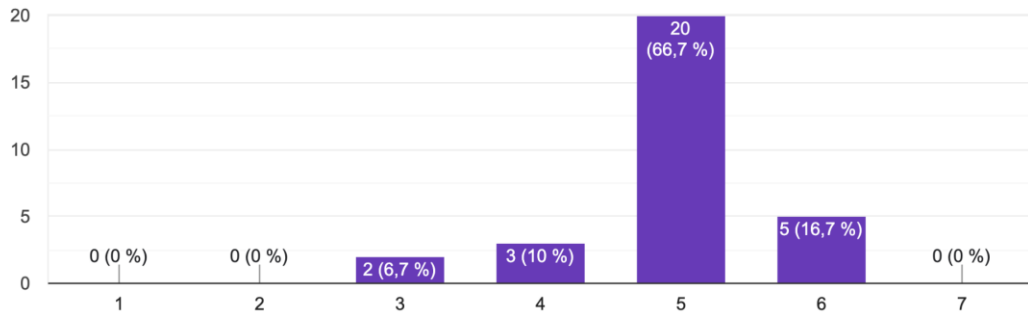
¿Sé mucho sobre el problema del desperdicio de alimentos?

30 respuestas



¿Entre mis amigos me considero un experto en el problema del desperdicio de alimentos?

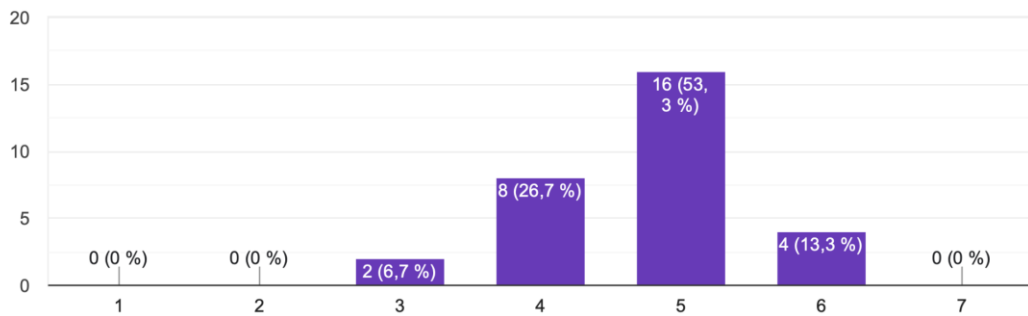
30 respuestas



## Constructo 2: Valores Materialistas

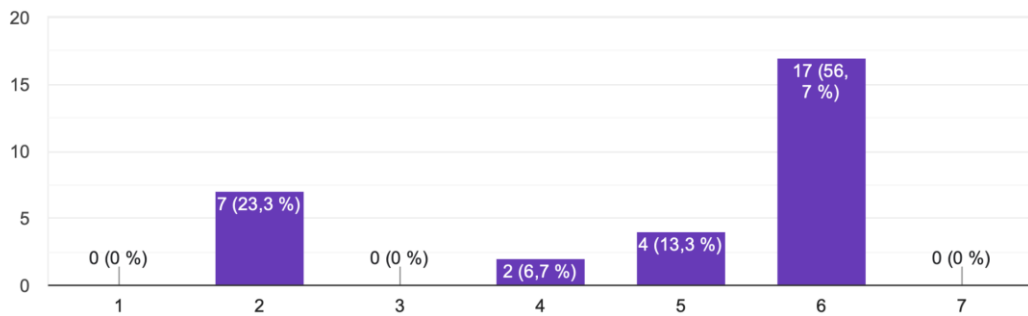
¿Admiro a la gente que posee casas, coches, ropa cara?

30 respuestas



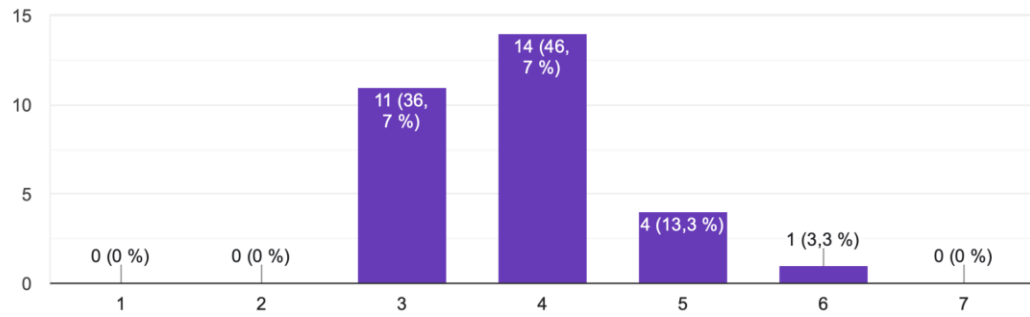
¿Algunos de los mayores éxitos de la vida incluyen la adquisición de bienes?

30 respuestas



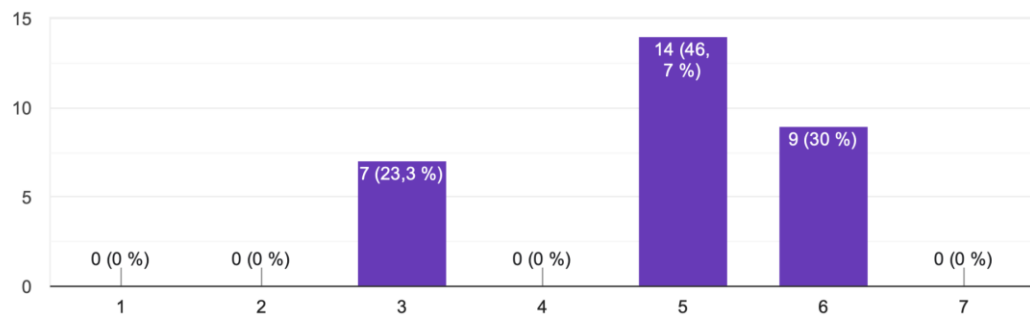
¿Mi vida sería mejor si tuviera algunas cosas que no tengo?

30 respuestas



¿Sería feliz si pudiera permitirme comprar más?

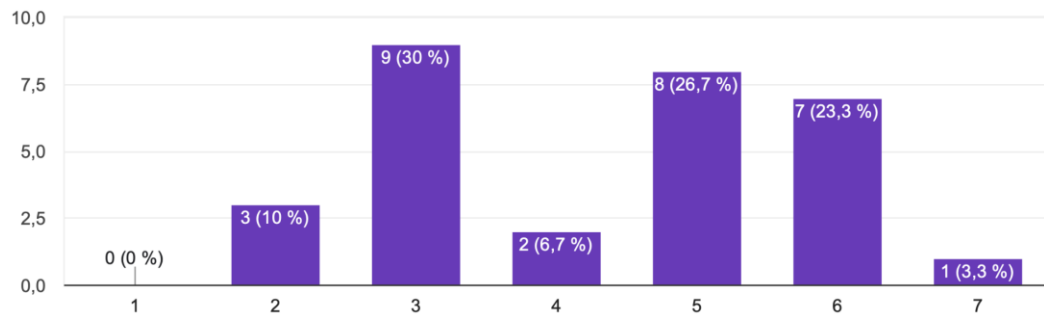
30 respuestas



### Constructo 3: Religión

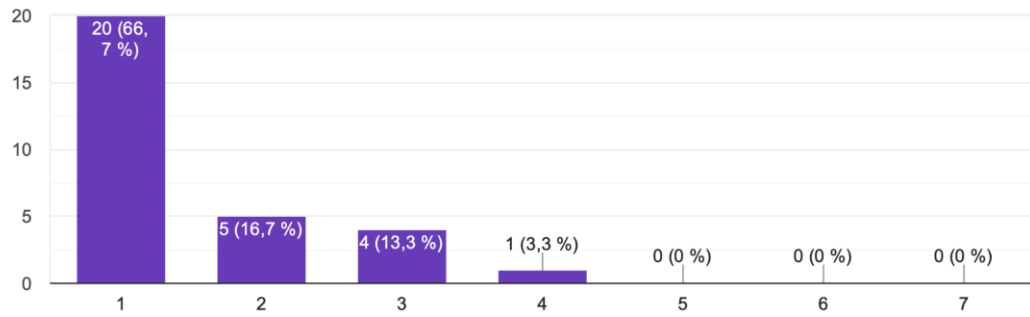
¿Una persona religiosa equilibra la comida, la bebida y sus propias necesidades?

30 respuestas



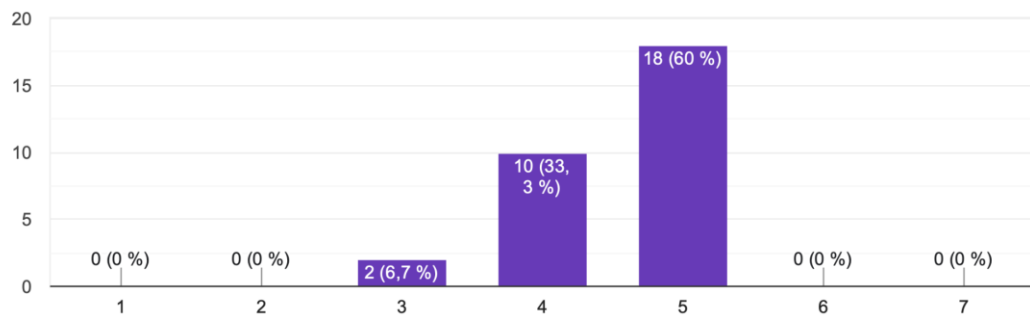
### ¿La religión promueve el consumo excesivo de alimentos?

30 respuestas



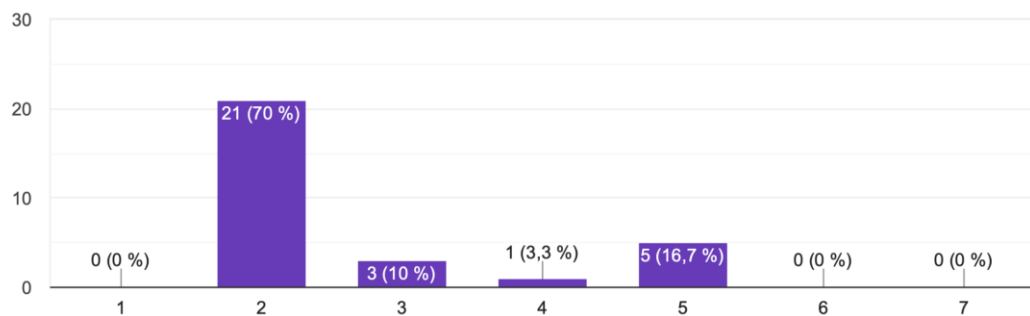
### ¿Una persona religiosa se preocupa por el medio ambiente?.

30 respuestas



### ¿Una persona religiosa no consume alimentos en exceso?

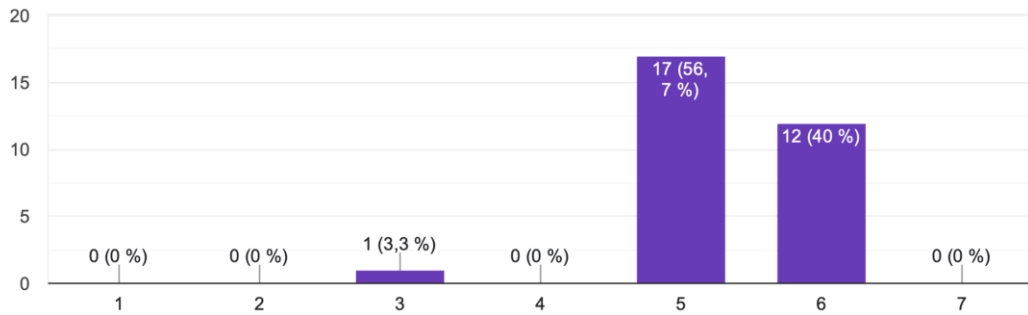
30 respuestas



## Constructo 4: Gasto en alimentos

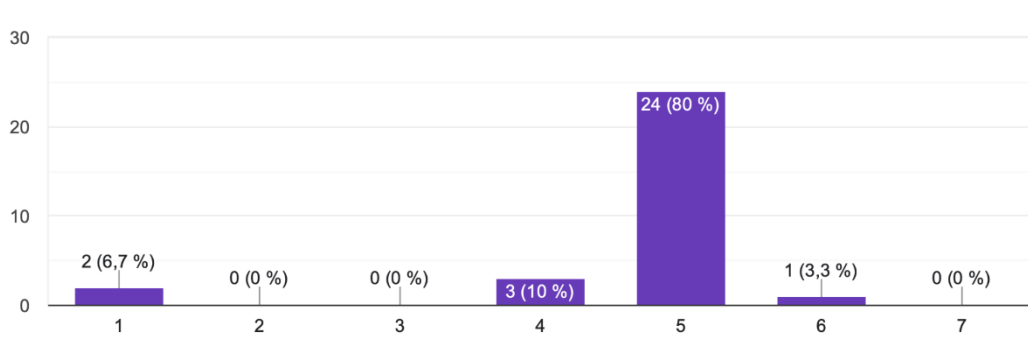
¿El precio de los alimentos es muy importante para mí al momento de la compra?

30 respuestas



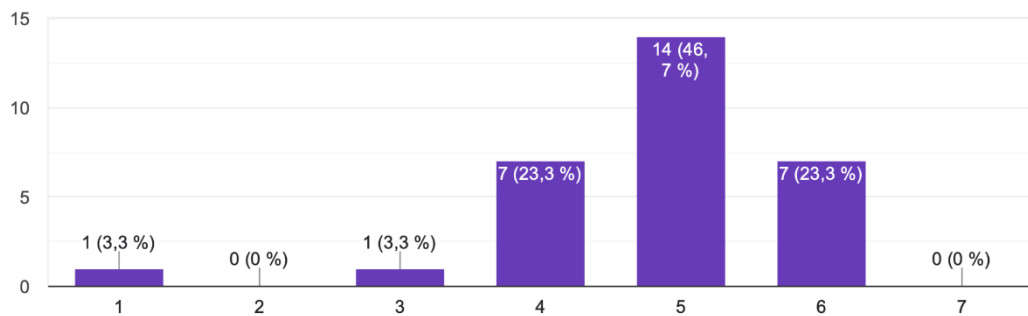
¿Comprar siempre ofertas en productos alimenticios?

30 respuestas



¿Comparar siempre los precios de los productos en una compra?

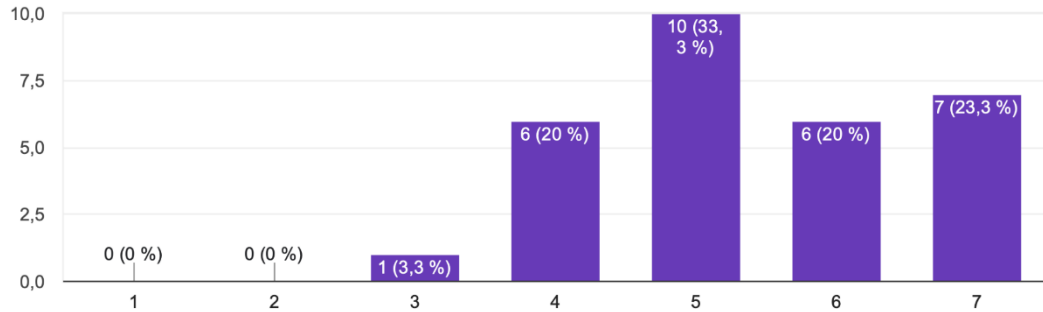
30 respuestas



## Constructo 5: Elección de alimentos

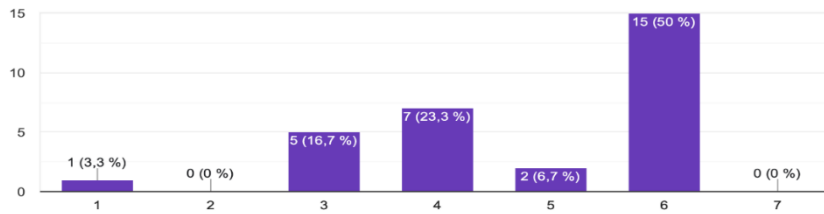
¿Es importante que la comida que se consume sea rica en vitaminas y proteínas?

30 respuestas



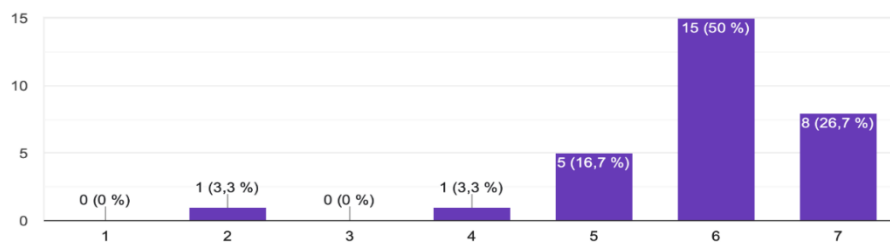
¿Para mí es importante que la comida que se consume sea baja en grasas?

30 respuestas



¿Para mí es importante que los alimentos que consumimos no contengan ingredientes peligrosos como dioxinas, pesticidas y desechos?

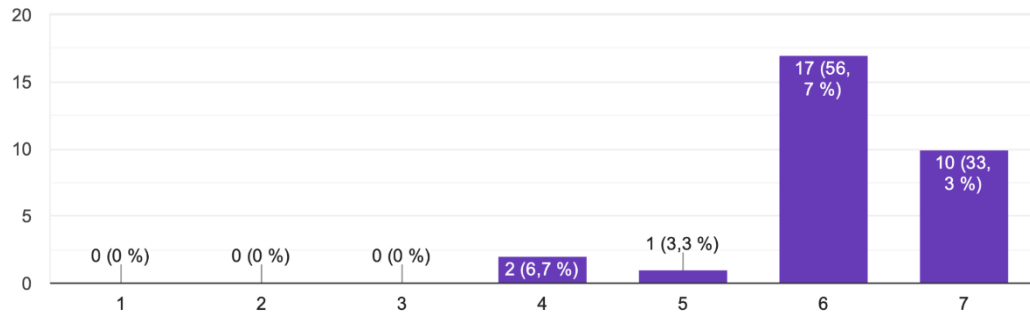
30 respuestas



## Constructo 6: Reciclaje de residuos

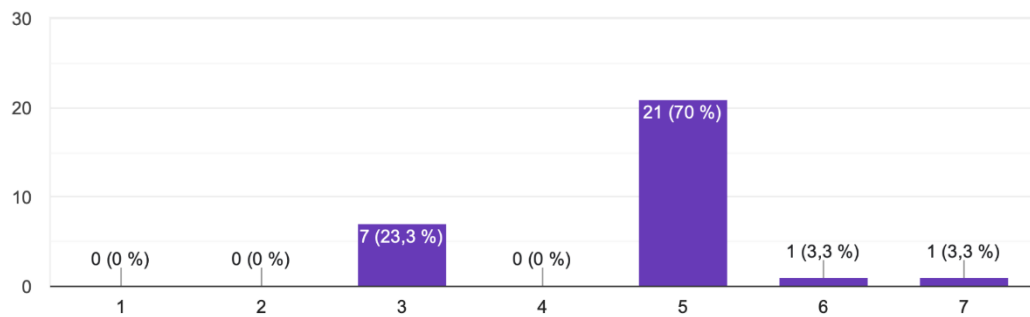
¿Me preocupa la seguridad alimentaria?

30 respuestas



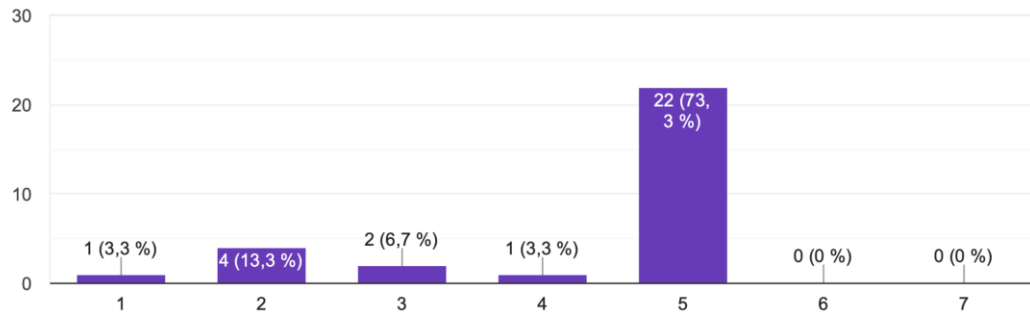
¿Busco envases que puedan reciclarse fácilmente?

30 respuestas



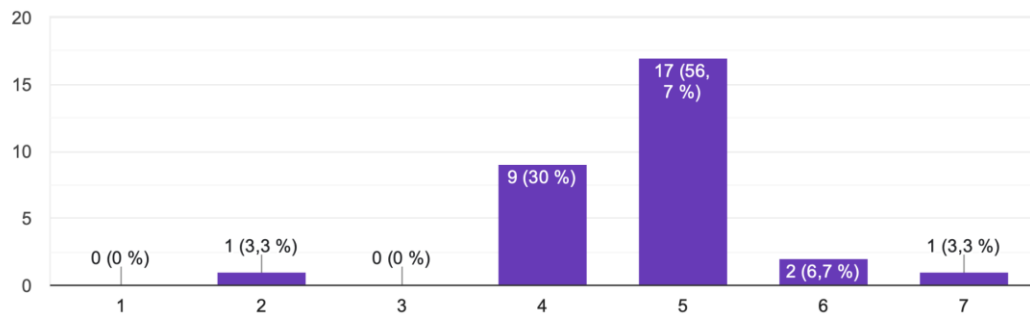
¿Compro frutas y verduras a granel, sin envasar?

30 respuestas



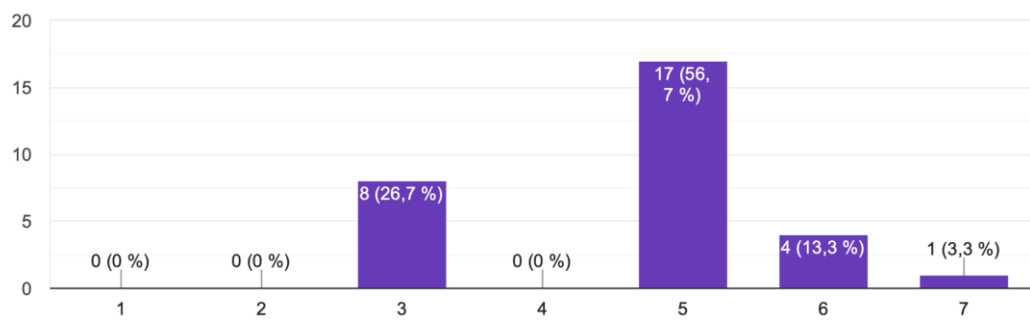
¿Busco productos que se puedan usar más de una vez y que no sean desechables?

30 respuestas



¿Intentó arreglar las cosas antes de comprar otras nuevas?

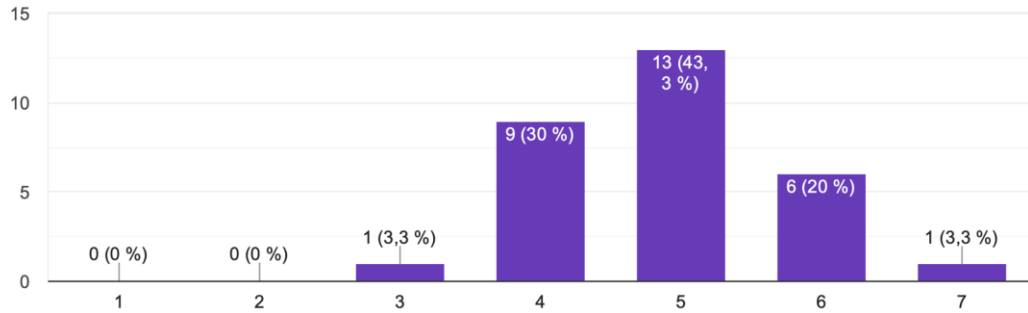
30 respuestas



## Constructo 7: Reutilización de residuos

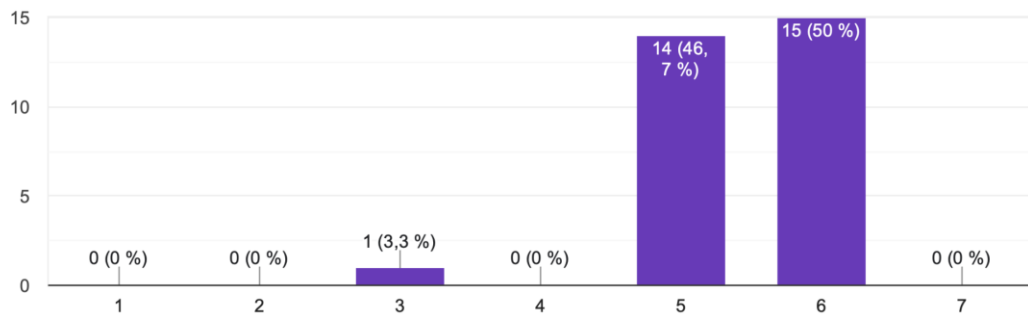
¿Reutilizo papel?

30 respuestas



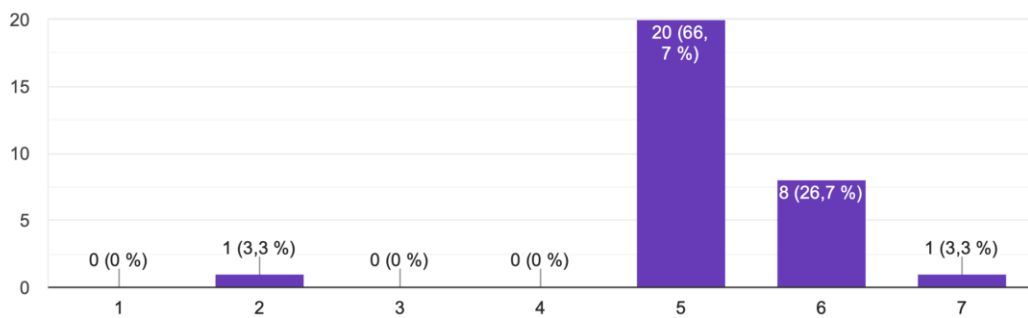
¿Reutilizo botes y botellas de vidrio?

30 respuestas



¿Reutilizo envases de plástico?

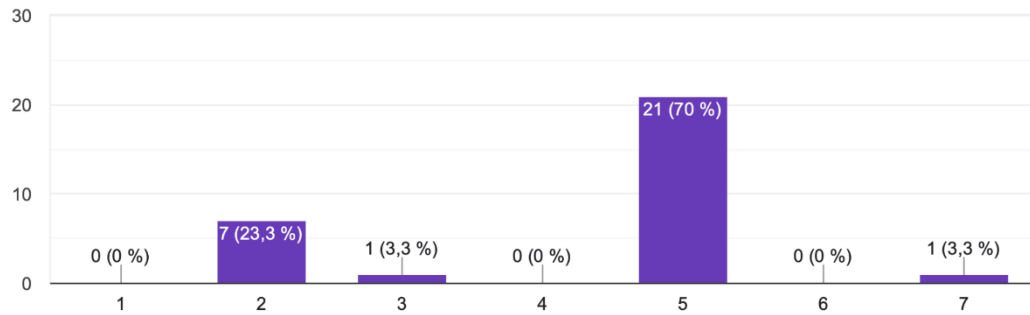
30 respuestas



## Constructo 8: Minimización de residuos

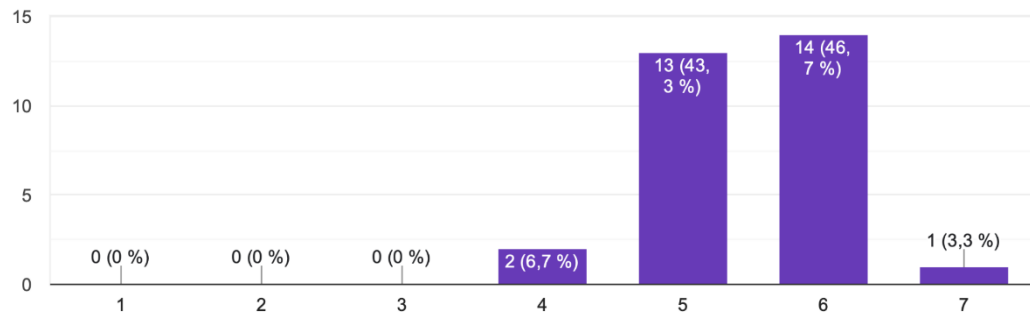
¿Con qué frecuencia reutilizas los paños/telas a través del reciclaje?

30 respuestas



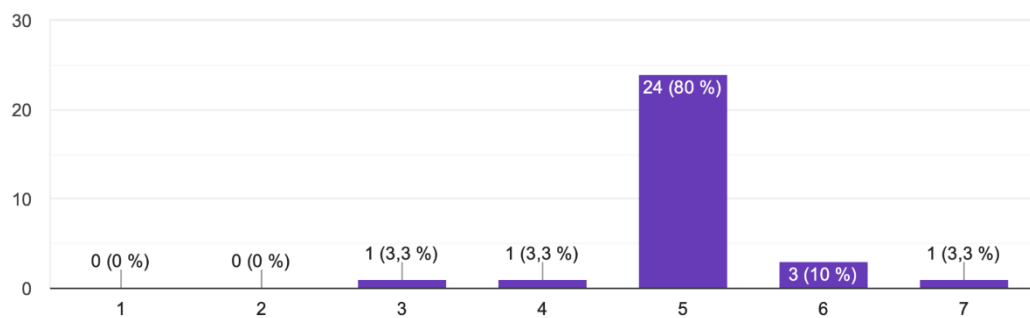
¿Con qué frecuencia reutilizas las botellas de vidrio a través del reciclaje?

30 respuestas



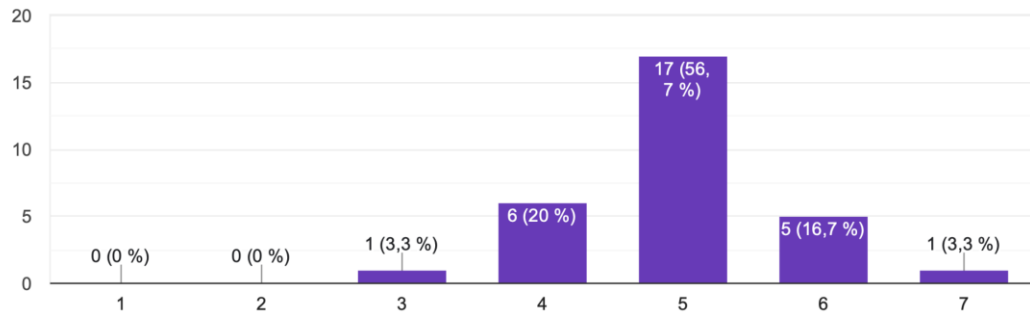
¿Con qué frecuencia reutilizas papel a través del reciclaje?

30 respuestas



¿Con qué frecuencia reutilizas los envases de plástico a través del reciclaje?

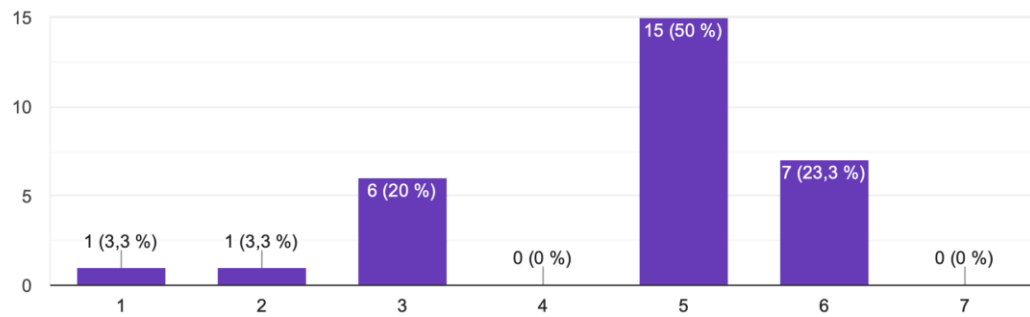
30 respuestas



## Constructo 9: Personalidad

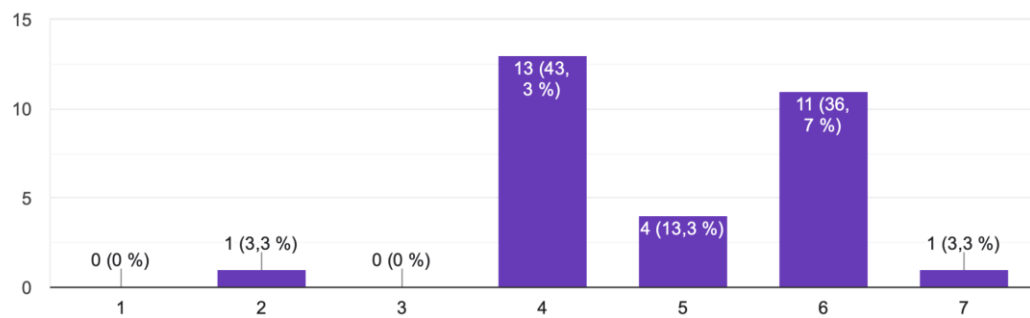
¿Te consideras confiable, autodisciplinado?

30 respuestas



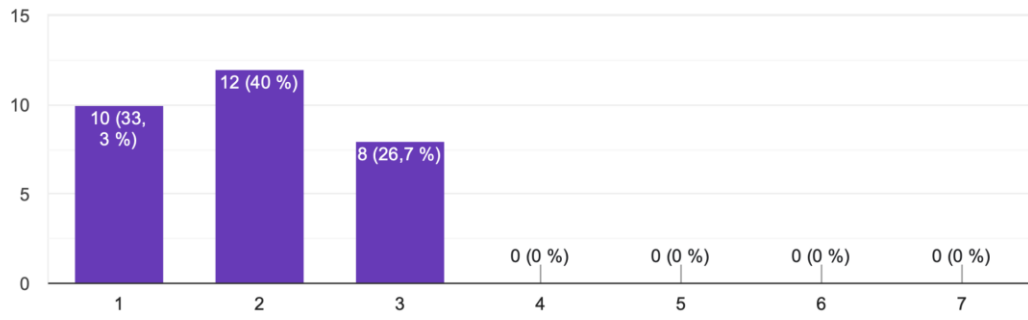
¿Te consideras organizado y cuidadoso?

30 respuestas



¿Te consideras tradicional y poco imaginativo?

30 respuestas



## ANEXO 2: CUESTIONARIO

### I. Introducción

*Buenos días/tardes, somos alumnas de la carrera de Marketing de la Universidad de Lima y pedimos su apoyo para realizarle una encuesta referente a **LA GESTIÓN DE PÉRDIDAS Y DESPERDICIOS DE ALIMENTOS Y SU IMPACTO EN EL COMPORTAMIENTO Y ACTITUDES DE LOS CONSUMIDORES DE LAS PRINCIPALES CADENAS DE COMIDA RÁPIDA DE LA ZONA 7 DE LIMA METROPOLITANA***



*Nos encantaría que sea lo más honesto(a) posible y recuerde que no existen respuestas buenas o malas, asimismo, recordar que la encuesta será utilizada exclusivamente para fines académicos. La encuesta durará 10 minutos aproximadamente.*

*¡Muchas Gracias!*

Dile no al desperdicio de alimentos!

### Sección 2: Perfil Socio - demográfico

#### Filtro y recopilación de datos básicos del encuestado

F1: ¿Cuál es tu género?

Femenino	Siguiente Pregunta
Masculino	Siguiente Pregunta

F2: ¿Cuál es su nivel de ingresos?

Menos de 1000 soles	Siguiente Pregunta
De 1000 a 3000 soles	Siguiente Pregunta
De 3000 a 5000 soles	Siguiente Pregunta

F3: ¿Qué edad tienes?

Menos de 18	1	Termina encuesta
18 - 25	2	Siguiente pregunta
26 - 44	3	Siguiente pregunta
45 - 55	4	Siguiente pregunta
Más de 55 años	5	Termina encuesta

F4: ¿Estado Civil?

Soltero	Siguiente pregunta
Casado	Siguiente pregunta

F5: ¿Cuál es su nivel de educación?

Analfabeto	Siguiente Pregunta
Intermedio	Siguiente Pregunta
Título universitario	Siguiente Pregunta

F6: ¿Tamaño del hogar?

3 - 5	Siguiente Pregunta
6 - 7	Siguiente Pregunta
8 - 9	Siguiente Pregunta
más de 9	Siguiente Pregunta

F7: ¿En qué zona de Lima vive ?

Zona 1	Ventanilla, Puente Piedra, Comas, Carabaylo.	Termina encuesta
Zona 2	Independencia, Los Olivos, San Martín de Porras.	Termina encuesta
Zona 3	San Juan de Lurigancho.	Termina encuesta
Zona 4	Cercado, Rímac, Breña, La Victoria	Termina encuesta
Zona 5	Ate, Chaclacayo, Lurigancho, Santa Anita, San Luis, El Agustino.	Termina encuesta
Zona 6	Jesús María, Lince, Pueblo Libre, Magdalena, San Miguel.	Termina encuesta
Zona 7	Miraflores, San Isidro, San Borja, Surco, La Molina.	Siguiente pregunta
Zona 8	Surquillo, Barranco, Chorrillos, San Juan de Miraflores.	Termina encuesta
Zona 9	Villa El Salvador, Villa María del Triunfo, Lurín, Pachacamac.	Termina encuesta

Zona 10	Callao, Bellavista, La Perla, La Punta y Carmen de la Legua.	Termina encuesta
---------	--	------------------

### Sección por constructo 1

#### I. Conocimiento

Con respecto a su experiencia con la compra de los alimentos y que estos no sean desperdiciados

¿Qué tan en desacuerdo o de acuerdo se encuentra con las siguientes afirmaciones?

Donde 1 está totalmente en desacuerdo y 7 es totalmente de acuerdo.

P1 ¿Me considero consciente del problema del desperdicio de alimentos?

1 .Totalmente en desacuerdo	1
2	2
3	3
4	4
5	5
6	6
7. Totalmente de acuerdo	7

1 .Totalmente en desacuerdo	1
2	2
3	3
4	4
5	5
6	6
7. Totalmente de acuerdo	7

P2. ¿Sé mucho sobre el problema del desperdicio de alimentos?

**P3.** ¿Entre mis amigos me considero un experto en el problema del desperdicio de

1 .Totalmente en desacuerdo	1
2	2
3	3
4	4
5	5
6	6
7. Totalmente de acuerdo	7

alimentos?

## Sección por constructo 2

### II. Valores Materialistas

Con respecto a su experiencia con la compra de los alimentos y que estos no sean desperdiciados. ¿Qué tan en desacuerdo o de acuerdo se encuentra con las siguientes afirmaciones? Donde 1 está totalmente en desacuerdo y 7 es totalmente de acuerdo.

**P1.** ¿Admiro a la gente que posee casas, coches, ropa cara?

1.Totalmente en desacuerdo	1
2	2
3	3
4	4
5	5
6	6
7. Totalmente de acuerdo	7

**P2.** ¿Algunos de los mayores éxitos de la vida incluyen la adquisición de bienes?

1.Totalmente en desacuerdo	1
2	2

3	3
4	4
5	5
6	6
7. Totalmente de acuerdo	7

**P3.** ¿Mi vida sería mejor si tuviera algunas cosas que no tengo?

1.Totalmente en desacuerdo	1
2	2
3	3
4	4
5	5
6	6
7. Totalmente de acuerdo	7

**P4.** ¿Sería feliz si pudiera permitirme comprar más?

1.Totalmente en desacuerdo	1
2	2
3	3
4	4
5	5
6	6
7. Totalmente de acuerdo	7

### Sección por constructo 3

### III. Religión

Con respecto a su experiencia con la compra de los alimentos y que estos no sean desperdiciados.

¿Qué tan en desacuerdo o de acuerdo se encuentra con las siguientes afirmaciones?  
Donde 1 está totalmente en desacuerdo y 7 es totalmente de acuerdo.

**P1.** ¿Una persona religiosa equilibra la comida, la bebida y sus propias necesidades?

1 .Totalmente en desacuerdo	1
2	2
3	3
4	4
5	5
6	6
7. Totalmente de acuerdo	7

**P2.** ¿La religión promueve el consumo excesivo de alimentos?

1 .Totalmente en desacuerdo	1
2	2
3	3
4	4
5	5
6	6
7. Totalmente de acuerdo	7

**P3.** ¿Una persona religiosa se preocupa por el medio ambiente?

1 .Totalmente en desacuerdo	1
-----------------------------	---

2	2
3	3
4	4
5	5
6	6
7. Totalmente de acuerdo	7

**P4.** ¿Una persona religiosa no consume alimentos en exceso?

1 .Totalmente en desacuerdo	1
2	2
3	3
4	4
5	5
6	6
7. Totalmente de acuerdo	7

#### **Sección por constructo 4**

#### **IV. Gatos de alimentos**

Con respecto a su experiencia con la compra de los alimentos y que estos no sean desperdiciados. ¿Qué tan en desacuerdo o de acuerdo se encuentra con las siguientes afirmaciones? Donde 1 está totalmente en desacuerdo y 7 es totalmente de acuerdo.

**P1.** ¿El precio de los alimentos es muy importante para mí al momento de la compra?

1.Totalmente en desacuerdo	1
2	2
3	3
4	4
5	5
6	6
7. Totalmente de acuerdo	7

P2. ¿Para mí es importante que los alimentos que consumimos sean económicos?

1.Totalmente en desacuerdo	1
2	2
3	3
4	4
5	5
6	6
7. Totalmente de acuerdo	7

P3. ¿Comparar siempre los precios de los productos en una compra?

1.Totalmente en desacuerdo	1
2	2
3	3
4	4
5	5
6	6
7. Totalmente de acuerdo	7

P4. ¿Comprar siempre ofertas en productos alimenticios?

1.Totalmente en desacuerdo	1
2	2
3	3
4	4
5	5
6	6
7. Totalmente de acuerdo	7

## Sección por constructo 5

### V. Elección de alimentos

Con respecto a su experiencia con la compra de los alimentos y que estos no sean desperdiciados. ¿Qué tan en desacuerdo o de acuerdo se encuentra con las siguientes afirmaciones? Donde 1 está totalmente en desacuerdo y 7 es totalmente de acuerdo.

**P1.** ¿Es importante que la comida que se consuma sea rica en vitaminas y proteínas?

1. Totalmente en desacuerdo	1
2	2
3	3
4	4
5	5
6	6
7. Totalmente de acuerdo	7

**P2.** ¿Para mí es importante que la comida que se consuma sea baja en grasas?

1. Totalmente en desacuerdo	1
2	2
3	3
4	4
5	5
6	6
7. Totalmente de acuerdo	7

**P3.** ¿Para mí es importante que los alimentos que consumimos no contengan ingredientes peligrosos como dioxinas, pesticidas y desechos?

1. Totalmente en desacuerdo	1
-----------------------------	---

2	2
3	3
4	4
5	5
6	6
7. Totalmente de acuerdo	7

1. Totalmente en desacuerdo	1
2	2
3	3
4	4
5	5
6	6
7. Totalmente de acuerdo	7

**P4.** ¿Me preocupa la seguridad alimentaria?

### **Sección por constructo 6**

#### **VI. Minimización de residuos**

Con respecto a su experiencia con la compra de los alimentos y que estos no sean desperdiciados. ¿Qué tan en desacuerdo o de acuerdo se encuentra con las siguientes afirmaciones? Donde 1 está totalmente en desacuerdo y 7 es totalmente de acuerdo.

**P1.** ¿Busco envases que puedan reciclarse fácilmente?

1. Nunca	1
2	2
3	3
4	4
5	5
6	6
7. Siempre	7

1. Nunca	1
2	2
3	3
4	4
5	5
6	6
7. Siempre	7

**P2** ¿Compro frutas y verduras a granel, sin envasar?

**P3** ¿Busco productos que se puedan usar más de una vez y que no sean desechables?

1. Nunca	1
2	2
3	3
4	4
5	5
6	6
7. Siempre	7

**P4** ¿Intentó arreglar las cosas antes de comprar otras nuevas?

1. Nunca	1
2	2
3	3
4	4
5	5
6	6
7. Siempre	7

### Sección por constructo 7

#### VII. Reutilización de residuos

Con respecto a su experiencia con la compra de los alimentos y que estos no sean desperdiciados.

¿Qué tan en desacuerdo o de acuerdo se encuentra con las siguientes afirmaciones?  
Donde 1 está totalmente en desacuerdo y 7 es totalmente de acuerdo.

1. Nunca	1
2	2
3	3
4	4
5	5
6	6
7. Siempre	7

**P1.** ¿Reutilizo papel?

**P2** ¿Reutilizo botes y botellas de vidrio?

1. Nunca	1
2	2
3	3
4	4
5	5
6	6
7. Siempre	7

P3 ¿Reutilizo envases de plástico?

1. Nunca	1
2	2
3	3
4	4
5	5
6	6
7. Siempre	7

### Sección por constructo 8

#### VIII. Reciclaje de residuos

Con respecto a su experiencia con la compra de los alimentos y que estos no sean desperdiciados.

¿Qué tan en desacuerdo o de acuerdo se encuentra con las siguientes afirmaciones?  
Donde 1 está totalmente en desacuerdo y 7 es totalmente de acuerdo.

**P1.** ¿Con qué frecuencia reutilizas paños/telas a través del reciclaje?

1. Nunca	1
2	2
3	3
4	4
5	5
6	6
7. Siempre	7

**P2** ¿Con qué frecuencia reutilizas las botellas de vidrio a través del reciclaje?

1. Nunca	1
2	2
3	3
4	4
5	5
6	6
7. Siempre	7

1. Nunca	1
2	2
3	3
4	4
5	5
6	6
7. Siempre	7

**P3** ¿Con qué frecuencia reutilizas papel a través del reciclaje?

**P4** ¿Con qué frecuencia reutilizas los envases de plástico a través del reciclaje?

1. Nunca	1
2	2
3	3
4	4
5	5
6	6
7. Siempre	7

### Sección por constructo 9

#### IX. Personalidad

Con respecto a su experiencia con la compra de los alimentos y que estos no sean desperdiciados.

¿Qué tan en desacuerdo o de acuerdo se encuentra con las siguientes afirmaciones?  
Donde 1 está totalmente en desacuerdo y 7 es totalmente de acuerdo.

1. Totalmente en desacuerdo	1
2	2
3	3
4	4
5	5
6	6
7. Totalmente de acuerdo	7

**P1** ¿Te consideras Confiable, autodisciplinario?

**P2** ¿Te consideras Organizado y cuidadoso?

1. Totalmente en desacuerdo	1
2	2
3	3
4	4
5	5
6	6
7. Totalmente de acuerdo	7

1. Totalmente en desacuerdo	1
2	2
3	3
4	4
5	5
6	6
7. Totalmente de acuerdo	7

**P3** ¿Te consideras Tradicional y poco imaginativo?

### Anexo 3: Matriz de consistencia

TÍTULO DE LA TESIS:	LA GESTIÓN DE PÉRDIDAS Y DESPERDICIOS DE ALIMENTOS EN SU IMPACTO DEL COMPORTAMIENTO Y ACTITUDES DE LOS CONSUMIDORES EN EL SECTOR DE ALIMENTOS EN LA ZONA 7 LIMA METROPOLITANA		
Alumno(s):	Melvi Marielle Vizcarra Zegarra Belén Adriana Torres Martínez		
Línea de Investigación:  6.a MARKETING SUSTENTABLE	Codificación: 5205 - 6.a6	Sub-Línea: Impacto de la comunicación de actividades de sostenibilidad en el consumidor.	

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGÍA
Problema General	Objetivo General	Hipótesis General	Variable Independiente			

<p>¿Cómo impacta la <b>conciencia ambiental</b> al <b>desperdicio de alimentos</b> en las principales cadenas de comida rápida de la zona 7 de Lima Metropolitana?</p>	<p>Identificar y determinar cómo impacta la <b>conciencia ambiental</b> al <b>desperdicio de alimentos</b> en las principales cadenas de comida rápida de la zona 7 de Lima Metropolitana</p>	<p>La conciencia ambiental impacta positivamente en la reducción del desperdicio de alimentos entre los consumidores del sector de alimentos en la zona 7 de Lima Metropolitana.</p>	<p><b>Conciencia Ambiental</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Conocimiento</li> <li>- Valores Materialistas</li> <li>- Religión</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Comprensión adquirida a través del estudio y experiencia.</li> <li>- Adquisición de bienes materiales.</li> <li>- Creencias que pueden influir en tus propias decisiones.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Enfoque:</b> Cuantitativo</li> <li>● <b>Tipo:</b> Aplicada</li> <li>● <b>Nivel o Alcance:</b> Descriptivo - correlacional</li> <li>● <b>Diseño:</b> No experimental</li> <li>● <b>Horizonte:</b> Transversal</li> </ul>
<p><b>Problemas Específicos</b></p>	<p><b>Objetivos Específicos</b></p>	<p><b>Hipótesis Específicas</b></p>	<p><b>Variable Dependiente</b></p>			<p><b>INSTRUMENTOS</b></p>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Cómo afectan los valores materialistas en la adopción de prácticas de reciclaje de residuos y la minimización de residuos en las cadenas de comida rápida?</li> <li>• ¿Cómo influye el conocimiento sobre el desperdicio de alimentos y la reutilización en las decisiones de compra de comida rápida?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comprender cómo afectan los valores materialistas en la adopción de prácticas de reciclaje de residuos y la minimización de residuos en las cadenas de comida rápida</li> <li>• Analizar cómo influye el conocimiento sobre el desperdicio de alimentos y la reutilización en las decisiones</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>H1:</b> Se espera que los encuestados que están más preocupados por los gastos en comida produzcan menos desperdicios de alimentos (F. Abdelradi / Waste Management 71 (2018) 485–493).</li> <li>• <b>H2:</b> Se espera que los encuestados que están más preocupados</li> </ul>	<p><b>Desperdicios de alimentos</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Gastos de alimentos</li> <li>- Elección de alimentos</li> <li>- Minimización de residuos</li> <li>- Reutilización de residuos</li> <li>- Reciclaje de residuos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Consumo de alimentos</li> <li>- selección de diferentes productos alimenticios</li> <li>- Reducción de sobras de algo consistente</li> <li>- Utilizar nuevamente el producto, darle un nuevo uso</li> <li>- Recolección de ciertos productos</li> </ul>	<p><b>Tipo de muestreo:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Muestreo o no probabilístico,</li> <li>• Muestreo o por juicio</li> </ul> <p><b>Unidad de Análisis:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Zona 7 de Lima Metropolitana</li> <li>- Mujeres y hombres de 18 años a 50 años que pertenecen al NSE A/B que son estudiantes y trabajadores a</li> </ul>
---	--	--	---	--	--	--

<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Cómo impacta la religión en la personalidad y en los comportamientos de gasto en alimentos de los miembros de varias comunidades religiosas?</li> </ul>	<p>de compra de comida rápida</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Evaluar cómo impacta la religión en la personalidad y en los comportamientos de gasto en alimentos de los miembros de varias comunidades religiosas.</li> </ul>	<p>en la elección de alimentos saludables y seguros produzcan más desperdicios de alimentos (F. Abdelradi / Waste Management 71 (2018) 485–493).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>H3:</b> Se espera que los encuestados que muestran un comportamiento positivo de minimización</li> </ul>				<p>tiempo completo</p> <p><b>Técnica de Encuesta:</b> Cuestionario de _11_ preguntas.</p>
---	--	---	--	--	--	---

		<p>de residuos produzcan menos residuos de alimentos (F. Abdelradi / Waste Management 71 (2018) 485–493).</p> <ul style="list-style-type: none"><li>● <b>H4:</b> Se espera que los encuestados que muestran un comportamiento positivo de reutilización de residuos produzcan menos</li></ul>				
--	--	---	--	--	--	--

		<p>desperdicio de alimentos (F. Abdelradi / Waste Management 71 (2018) 485–493).</p> <ul style="list-style-type: none"><li>● <b>H5:</b> Se espera que los encuestados que muestran un comportamiento positivo de reciclaje de residuos produzcan menos desperdicio de alimentos (F. Abdelradi /</li></ul>				
--	--	---	--	--	--	--

		<p>Waste Management 71 (2018) 485–493).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>H6:</b> Se espera que los encuestados que muestran mayor conciencia ambiental produzcan menos desperdicio de alimentos. (F. Abdelradi / Waste Management 71 (2018) 487-493).</li> <li>● <b>H7:</b> Se espera que los encuestados que muestran altos valores</li> </ul>				
--	--	--	--	--	--	--

		<p>materialistas tengan una menor conciencia ambiental. (F. Abdelradi / Waste Management 71 (2018) 487-493).</p> <ul style="list-style-type: none"><li>● <b>H8:</b> Se espera que las creencias religiosas muestren un efecto positivo en la conciencia ambiental. (F. Abdelradi / Waste Management</li></ul>				
--	--	---	--	--	--	--

71 (2018)  
487-493).

- **H9:** El rasgo de personalidad conocido como escrupulosidad o conciencia se asocia negativamente con la producción de desperdicio de alimentos. A mayor conciencia, menos desperdicio de alimentos se produce (F.

		Abdelradi / Waste Management 71 (2018) 488–493).				
--	--	--	--	--	--	--

## Anexo 4: Cronograma de actividades

<b>CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES</b>												
<b>ACTIVIDAD</b>	<b>enero 2023</b>	<b>febrero 2023</b>	<b>marzo 2023</b>	<b>abril 2023</b>	<b>mayo 2023</b>	<b>junio 2023</b>	<b>julio 2023</b>	<b>agosto 2023</b>	<b>septiembre 2023</b>	<b>octubre 2023</b>	<b>noviembre 2023</b>	<b>diciembre 2023</b>
<b>Definición del tema</b>												
<b>Revisión bibliográfica</b>												
<b>Planteamiento del problema</b>												
<b>Marco teórico</b>												
<b>Metodología</b>												
	<b>enero 2024</b>	<b>febrero 2024</b>	<b>marzo 2024</b>	<b>abril 2024</b>	<b>mayo 2024</b>	<b>junio 2024</b>	<b>julio 2024</b>	<b>agosto 2024</b>	<b>septiembre 2024</b>	<b>octubre 2024</b>	<b>noviembre 2024</b>	<b>diciembre 2024</b>
<b>Recolección de datos</b>												
<b>Análisis de datos</b>												
<b>Redacción del informe</b>												
	<b>enero 2025</b>	<b>febrero 2025</b>	<b>marzo 2025</b>	<b>abril 2025</b>								
<b>Revisión y correcciones</b>												
<b>Sustentación y entrega</b>												

## Anexo 5: Validación de Experto



**UNIVERSIDAD DE LIMA**

Carrera de Marketing

Me es grato saludarlo cordialmente e informarle que ha sido designado como Experto Validador por su reconocida trayectoria profesional para revisar el contenido del Instrumento de Investigación.

Para los efectos de la revisión se adjunta:

- a) Matriz de operacionalización de variables
- b) Instrumento de investigación

Título del Proyecto de Investigación:

La gestión de pérdidas y desperdicios de alimentos en su impacto del comportamiento y actitudes de los consumidores en el sector de alimentos en la zona 7 lima metropolitana

El proyecto tiene un enfoque: (a) Cualitativo (b) Cuantitativo

Alumnos(s) autor(es) de la Tesis:

- Vizcarra Zegarra, Melvi Marielle
- Torres Martinez, Belen Adriana

Asesor(es) de la Tesis

Neptalí Jesús Barnett Valdivia  
Christiam Ismael Mendez Lazarte

Gracias por su colaboración

## Anexo 6: Confirmación Esigna



UNIVERSIDAD  
DE LIMA

### Inscripción de investigaciones académicas

Número de Registro	Fecha de Registro	Fecha de Presentación
2023010482	06/06/2023 17:26	06/06/2023 17:26

#### DATOS PERSONALES

° Nombres : **MELVI MARIELLE** ° Apellido paterno : **VIZCARRA** ° Apellido Materno : **ZEGARRA**  
° Correo electrónico : **20174059@aloe.ulima.edu.pe** ° Código de Alumno : **20174059**

#### DATOS GENERALES

° Asignatura : **SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN EN MARKETING II** ° Título tentativo. : **LA GESTIÓN DE PÉRDIDAS Y DESPERDICIOS DE ALIMENTOS Y SU IMPACTO EN EL COMPORTAMIENTO Y ACTITUDES DE LOS CONSUMIDORES DE LAS PRINCIPALES CADENAS DE COMIDA RÁPIDA DE LA ZONA 7 DE LIMA METROPOLITANA**

° Período académico : **2023-1** ° Estudiante de: **MARKETING** ° N° Integrantes : **2**

° Línea de investigación : **MARKETING SUSTENTABLE**

° SubLínea : **Desperdicio de alimentos y separación de residuos sólidos en el hogar**

° CodificaciónSubLínea : **5205 -6.a4**

#### Breve descripción (máximo 200 palabras)

Esta investigación se basa en determinar como la gestión de pérdidas y desperdicios impacta en el comportamiento y actitudes de los consumidores del sector de alimentos de la zona 7 de lima metropolitana.

MENSAJE: El título de la investigación ingresado NO existe en la base de datos.

#### Lista de títulos de investigación similares

#### DATOS DE CONFIRMACIÓN

° Asignatura : **SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN EN MARKETING II** ° Sección : **1060**

Esta sección no requiere realizar ninguna acción. Recuerda que debes estar matriculado en una de las asignaturas habilitadas para poder CONTINUAR.

#### Avisos legales

#### Declaración responsable

Universidad de Lima | Avenida Javier Prado Este N.º 4600 | RUC: 20107798049  
Urbanización Fundo Monterrico Chico | Santiago de Surco (LIMA)  
Telf.: (511) 4376767 | Fax: (511) 4378066

# 15% Overall Similarity




The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

## Filtered from the Report

- ▶ Bibliography
- ▶ Cited Text
- ▶ Small Matches (less than 10 words)

---

## Top Sources

- 13%  Internet sources
- 5%  Publications
- 9%  Submitted works (Student Papers)

---

## Integrity Flags

### 0 Integrity Flags for Review

No suspicious text manipulations found.

Our system's algorithms look deeply at a document for any inconsistencies that would set it apart from a normal submission. If we notice something strange, we flag it for you to review.

A Flag is not necessarily an indicator of a problem. However, we'd recommend you focus your attention there for further review.

## Top Sources

- 13% Internet sources
- 5% Publications
- 9% Submitted works (Student Papers)

## Top Sources

The sources with the highest number of matches within the submission. Overlapping sources will not be displayed.

<b>1</b>	Internet	
repositorio.ulima.edu.pe		1%
<b>2</b>	Internet	
hdl.handle.net		1%
<b>3</b>	Student papers	
Universidad de Lima		<1%
<b>4</b>	Internet	
repositorio.ucv.edu.pe		<1%
<b>5</b>	Internet	
repositorioacademico.upc.edu.pe		<1%
<b>6</b>	Internet	
www.coursehero.com		<1%
<b>7</b>	Internet	
ebin.pub		<1%
<b>8</b>	Publication	
Fadi Abdelradi. "Food waste behaviour at the household level: A conceptual fram...		<1%
<b>9</b>	Publication	
Jessica Alexandra Garcia Salinas, Margoth Silvana Rivera Pilamunga, Fabiola Beat...		<1%
<b>10</b>	Student papers	
Universidad Tecnica De Ambato- Direccion de Investigacion y Desarrollo , DIDE		<1%
<b>11</b>	Internet	
repositorio.uap.edu.pe		<1%

12	Internet	upc.aws.openrepository.com	<1%
13	Student papers	uncedu	<1%
14	Internet	repositorio.unal.edu.co	<1%
15	Internet	iris.luiss.it	<1%
16	Internet	www.orgdch.org	<1%
17	Internet	tesis.pucp.edu.pe	<1%
18	Student papers	Universidad San Marcos	<1%
19	Internet	issuu.com	<1%
20	Student papers	Universidad Científica del Sur	<1%
21	Internet	alicia.concytec.gob.pe	<1%
22	Internet	docplayer.es	<1%
23	Internet	bibliotecadigital.fgv.br	<1%
24	Student papers	Universidad San Francisco de Quito	<1%
25	Internet	dokumen.pub	<1%

26	Publication	"El estado mundial de la agricultura y la alimentación 2019", Food and Agricultur...	<1%
27	Student papers	Corporación Universitaria Minuto de Dios, UNIMINUTO	<1%
28	Student papers	Universidad Nacional de Educación a Distancia	<1%
29	Internet	es.statista.com	<1%
30	Internet	repositorio.autonomaeica.edu.pe	<1%
31	Student papers	Universidad Nacional del Centro del Peru	<1%
32	Internet	link.springer.com	<1%
33	Internet	1library.co	<1%
34	Internet	www.researchgate.net	<1%
35	Internet	vetlovesfood.eu	<1%
36	Internet	www.ulima.edu.pe	<1%
37	Internet	es.agadir2013.org	<1%
38	Internet	repositorio.usmp.edu.pe	<1%
39	Publication	"XXV IUFRO World Congress: Forest Research and Cooperation for Sustainable", X...	<1%

40	Student papers	Universidad ESAN -- Escuela de Administración de Negocios para Graduados	<1%
41	Internet	polynoe.lib.uniwa.gr	<1%
42	Internet	www.fao.org	<1%
43	Internet	repositorio.usil.edu.pe	<1%
44	Student papers	Universidad Cesar Vallejo	<1%
45	Student papers	Universidad Internacional de la Rioja	<1%
46	Internet	repositorio.uss.edu.pe	<1%
47	Student papers	Universidad Estatal Amazonica-	<1%
48	Publication	Claudio José Hidalgo Vargas, Jessica Katherine Gaona Alvarado, Ana Lucia Hidalg...	<1%
49	Internet	pure.coventry.ac.uk	<1%
50	Student papers	Universidad Alas Peruanas	<1%
51	Internet	dialnet.unirioja.es	<1%
52	Internet	tesis.unap.edu.pe	<1%
53	Student papers	Universidad Andina Nestor Caceres Velasquez	<1%

54	Internet	dspace.unitru.edu.pe	<1%
55	Internet	www.suseso.cl	<1%
56	Publication	"Redefiniendo las fronteras en la investigación del profesional contable: una pers...	<1%
57	Student papers	Universidad de Deusto	<1%
58	Internet	repositorio.urp.edu.pe	<1%
59	Internet	www.politesi.polimi.it	<1%
60	Student papers	Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurimac	<1%
61	Internet	repositorio.unac.edu.pe	<1%
62	Internet	www.que.es	<1%
63	Internet	www.thefutureoffoodjournal.com	<1%
64	Publication	Ghina Chammas, Nadine A. Yehya. "Lebanese meal management practices and c...	<1%
65	Student papers	Escuela Politecnica Nacional	<1%
66	Internet	eprints.bournemouth.ac.uk	<1%
67	Internet	es.slideshare.net	<1%

68	Internet	repositorio.upn.edu.pe	<1%
69	Internet	revistas.pucp.edu.pe	<1%
70	Internet	www.tesisdelperu.com	<1%
71	Publication	Beatriz Villegas, Inmaculada Carbonell, Elvira Costell. "Effects of product informat...	<1%
72	Internet	ouci.dntb.gov.ua	<1%
73	Internet	renati.sunedu.gob.pe	<1%
74	Internet	repositorio.puce.edu.ec	<1%
75	Internet	repositorio.upla.edu.pe	<1%
76	Internet	tesis.ucsm.edu.pe	<1%
77	Student papers	Universidad Continental	<1%
78	Student papers	Universidad Panamericana	<1%
79	Student papers	Universidad Politécnica del Perú	<1%
80	Student papers	Universidad San Ignacio de Loyola	<1%
81	Internet	ciberpraxisehiperformas.blogspot.com	<1%

82	Internet	musical-start.de	<1%
83	Internet	redibai-myd.org	<1%
84	Internet	repositorio.tls.edu.pe	<1%
85	Internet	repositorio.uptc.edu.co	<1%
86	Student papers	unasam	<1%
87	Internet	upcommons.upc.edu	<1%
88	Internet	www.repositorioacademico.usmp.edu.pe	<1%
89	Publication	"Avances legislativos sobre prevención y reducción de pérdidas y desperdicios de ...	<1%
90	Student papers	Ana G. Méndez University	<1%
91	Student papers	ITESM: Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey	<1%
92	Student papers	Universidad Nacional Santiago Antunez de Mayolo	<1%
93	Internet	portalrevistas.aulavirtualusmp.pe	<1%
94	Internet	roderic.uv.es	<1%
95	Internet	rua.ua.es	<1%

96	Student papers	unifranz	<1%
97	Internet	www.slideshare.net	<1%
98	Publication	Almeida, Leonardo de(Campos, José Eloi Guimarães). "Estudo da aplicabilidade de..."	<1%
99	Internet	byronbay-h.schools.nsw.gov.au	<1%
100	Internet	caelum.ucv.ve	<1%
101	Internet	digibug.ugr.es	<1%
102	Internet	docta.ucm.es	<1%
103	Internet	helvia.uco.es	<1%
104	Internet	repositorio.continental.edu.pe	<1%
105	Internet	repositorio.upci.edu.pe	<1%
106	Internet	revistaespacios.com	<1%
107	Internet	revistas.unaaa.edu.pe	<1%
108	Internet	www.horizonteminero.com	<1%
109	Internet	www.sphereproject.org	<1%

110	Publication	"Estudos Multidisciplinares em Educação: tensões e desafios", Editora Científica D...	<1%
111	Publication	"International Abstracts", Substance Use & Misuse, 2003	<1%
112	Student papers	Universidad Anahuac México Sur	<1%
113	Internet	boa.unimib.it	<1%
114	Internet	core.ac.uk	<1%
115	Internet	cybertesis.unmsm.edu.pe	<1%
116	Internet	diseño.uc.cl	<1%
117	Internet	eprints.uanl.mx	<1%
118	Internet	gcjournal.georgetown.edu	<1%
119	Internet	repositorio.ucsg.edu.ec	<1%
120	Internet	scholar.archive.org	<1%
121	Internet	www.cepis.ops-oms.org	<1%
122	Internet	www.consumaseguridad.com	<1%
123	Internet	www.scielo.cl	<1%