

**UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN**  
FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA  
Escuela Profesional Ingeniería de Alimentos



**Asociación de palabras, aceptabilidad y preferencia en  
las etiquetas de zumo de uva (vitis vinifera)**

Tesis para obtener el Título Profesional de Ingeniero de Alimentos

**Autor:**

Karen Lizbeth Ocrosopoma Orrego

**Asesor:**

Ph.D. Javier Linkolk López Gonzales

Lima, Julio

## DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD DE TESIS

Yo Javier Linkolk López Gonzales, docente de la Facultad de Ingeniería y Arquitectura, Escuela de Posgrado, de la Universidad Peruana Unión.

DECLARO:

Que la presente investigación titulada: **“ASOCIACIÓN DE PALABRAS, ACEPTABILIDAD Y PREFERENCIA EN LAS ETIQUETAS DE ZUMO DE UVA (VITIS VINIFERA)”** del autor Karen Lizbeth Ocospoma Orrego tiene un índice de similitud de 11 % verificable en el informe del programa Turnitin, y fue realizada en la Universidad Peruana Unión bajo mi dirección.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponde ante cualquier falsedad u omisión de los documentos como de la información aportada, firmo la presente declaración en la ciudad de Lima, a los 15 días del mes de julio del año 2025.



---

PhD. Javier Linkolk López Gonzales

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En Lima, Naña, Villa Unión, a 09 día(s) del mes de Julio del año 2025, siendo las 09:00 horas, se reunieron los miembros del jurado en la Universidad Peruana Unión Campus Lima, bajo la dirección del (de la) presidente(a):

Ph.D. Silvia Pilco Aquesada, el (la) secretario(a): Mg.Sc. Daniel Sumire Aguenta y los demás miembros: Mtra. Mavita Ada Shirley Diaz de la Vega Huanca y el (la) asesor(a) Ph.D. Javier Linkolk López Gonzales

con el propósito de administrar el acto académico de sustentación de la tesis titulado: "Asociación de palabras, aceptabilidad y preferencia en las etiquetas de zumo de uva (Vitis vinifera)"

del(los) bachiller(es): a) Karen Lizbeth Ocospoma Orrego

b) \_\_\_\_\_

c) \_\_\_\_\_

conducente a la obtención del título profesional de:

Ingeniero de Alimentos

El Presidente inició el acto académico de sustentación invitando al (a la) / a (los) (las) candidato(a)s hacer uso del tiempo determinado para su exposición. Concluida la exposición, el Presidente invitó a los demás miembros del jurado a efectuar las preguntas, y aclaraciones pertinentes, las cuales fueron absueitas por al (a la) / a (los) (las) candidato(a)s. Luego, se produjo un receso para las deliberaciones y la emisión del dictamen del jurado.

Posteriormente, el jurado procedió a dejar constancia escrita sobre la evaluación en la presente acta, con el dictamen siguiente:

Bachiller (a): Karen Lizbeth Ocospoma Orrego

CALIFICACIÓN	ESCALAS			Mérito
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	
Aprobado	17	B+	Muy bueno	Sobresaliente

Bachiller (b): \_\_\_\_\_

CALIFICACIÓN	ESCALAS			Mérito
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	

Bachiller (c): \_\_\_\_\_

CALIFICACIÓN	ESCALAS			Mérito
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	

(\*) Ver parte posterior

Finalmente, el Presidente del jurado invitó al (a la) / a (los) (las) candidato(a)s a ponerse de pie, para recibir la evaluación final y concluir el acto académico de sustentación procediéndose a registrar las firmas respectivas.

Presidente/a

  
Secretaria

Asesor/a

Miembro

Miembro

Bachiller (a)

Bachiller (b)

Bachiller (c)

Esta sustentación fue realizada de manera virtual u online sincrónica según conforme al Reglamento General de Grados y Títulos.

# ÍNDICE

“Asociación de palabras, aceptabilidad y preferencia en las etiquetas de zumo de uva (*Vitis vinifera*)”.

<b>Abstract</b> .....	<b>1</b>
<b>1. Introducción</b> .....	<b>1</b>
<b>2. Objetivos</b> .....	<b>3</b>
<b>3. Materiales y Métodos</b> .....	<b>3</b>
3.1. Diagrama de flujo del proceso.....	3
3.2. Preparación de muestras.....	3
3.3. Selección de panelistas.....	4
3.4. Métodos de evaluación sensorial.....	4
3.4.1. Evaluación de preferencia.....	4
3.4.2. Evaluación de descriptores.....	4
3.4.3. Escala hedónica.....	4
3.4.4. Análisis de percepción del valor.....	4
3.4.5. Evaluación de comunicación de información.....	5
3.5. Capacitación de panelistas.....	5
3.6. Fichas de evaluación sensorial.....	5
3.7. Análisis de datos.....	6
<b>4. Resultados e Interpretación</b> .....	<b>7</b>
4.1. Distribución porcentual de Aceptabilidad.....	7
4.2. Distribución porcentual de Intención de compra.....	8
4.3. Puntuación de las etiquetas.....	9
4.4. Relación entre aceptabilidad e intención de compra.....	10
<b>5. Discusión</b> .....	<b>10</b>
<b>6. Conclusiones</b> .....	<b>12</b>
<b>7. Referencias bibliográficas</b> .....	<b>13</b>
<b>8. Anexos</b>	
8.1. Evidencia de sumisión del artículo en una revista de prestigio.	
8.2. Copia de resolución de inscripción del perfil de proyecto de tesis.	
8.3. Carta de aprobación por el consejo de facultad.	

# Asociación de palabras, aceptabilidad y preferencia en las etiquetas de zumo de uva (*vitis vinifera*)

Karen Lizbeth Ocospoma Orrego <sup>1</sup> and Javier Linkolk López-Gonzales <sup>2,\*</sup>

<sup>1</sup> Facultad de Ingeniería y Arquitectura, Universidad Peruana Unión, Lima, Peru

<sup>2</sup> Escuela de Posgrado, Universidad Peruana Unión, Lima, Peru

\* Correspondence: javierlinkolk@upeu.edu.pe

**Abstract:** El diseño de etiquetas es crucial para influir en la percepción y las decisiones de compra de los consumidores. Elementos como imágenes, logotipos y precios son importantes, pero también influyen las ideas previas y los aspectos visuales de las etiquetas. Las empresas lo han convertido en una herramienta estratégica de marketing para comunicar la calidad y las características del producto de forma atractiva. Este estudio analiza el impacto de las etiquetas del jugo de uva "Divino 7" en las expectativas de los consumidores, evaluando aspectos como el atractivo visual, la claridad, la percepción de calidad y la información nutricional. Se emplearon métodos como análisis hedónico y pruebas de preferencia con un grupo de panelistas universitarios. Se evaluaron seis etiquetas con diferentes combinaciones de color y formato. Los datos obtenidos, tanto cuantitativos como cualitativos, fueron analizados mediante herramientas estadísticas como ANOVA y escalamiento multidimensional. Los resultados muestran que mejorar el diseño de etiquetas puede cumplir con las expectativas de los consumidores y fortalecer las estrategias de marketing. Aunque las evaluaciones fueron positivas, la intención de compra mostró indecisión, y las opciones más seleccionadas fueron "Me gusta ligeramente" y "Me gusta moderadamente". La Etiqueta 1 fue la mejor valorada, mientras que las Etiquetas 2, 4 y 5 fueron menos favorecidas. La aceptación de las etiquetas se asoció a una mayor disposición de compra. En conclusión, el diseño de etiquetas es clave para la percepción de calidad y la intención de compra. Aunque las etiquetas actuales cumplen un nivel básico de aceptación, no destacan en el mercado competitivo. Es necesario adoptar estrategias de diseño más efectivas para optimizar la estética, legibilidad y conexión emocional, creando etiquetas que fomenten decisiones de compra más favorables.

**Keywords:** Etiquetas; Zumo de uva; Aceptabilidad; Preferencia; Diseño; Marketing; Percepción del consumidor; Escalamiento multidimensional; Evaluación sensorial; Intención de compra.

---