

AUTORIZACIÓN Y DECLARACIÓN JURADA DE AUTORÍA Y ORIGINALIDAD

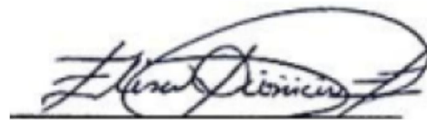
Yo, Yalle Osorio, Gabriel Jhonatan, con DNI 73068787, en mi condición de autor(a) de la tesis/ trabajo de investigación/ trabajo académico presentada para optar el Título Profesional de "Químico Farmacéutico", AUTORIZO a la Universidad María Auxiliadora (UMA) para reproducir y publicar de manera permanente e indefinida en su repositorio institucional, bajo la modalidad de acceso abierto, el archivo digital que estoy entregando, en cumplimiento a la Ley N°30035 que regula el Repositorio Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación de acceso abierto y su respectivo Reglamento.

Asimismo, DECLARO BAJO JURAMENTO¹ que dicho documento es ORIGINAL con un porcentaje de similitud de 8 % y que se han respetado los derechos de autor en la elaboración del mismo. Además, recalcar que se está entregado la versión final del documento sustentado y aprobado por el jurado evaluador.

En señal de conformidad con lo autorizado y declarado, firmo el presente documento a los 03 días del mes de noviembre del año 2022.



Yalle Osorio, Gabriel Jhonatan
73068787



Asesora
45276376

¹ Se emite la presente declaración en virtud de lo dispuesto en el artículo 8°, numeral 8.2, tercer párrafo, del Reglamento del Registro Nacional de Trabajos conducentes a Grados y Títulos – RENATI, aprobado mediante Resolución de Consejo Directivo N° 033-2016-SUNEDU/CD, modificado por Resolución de Consejo Directivo N° 174-2019-SUNEDU/CD y Resolución de Consejo Directivo N° 084-2022-SUNEDU/CD.

AUTORIZACIÓN Y DECLARACIÓN JURADA DE AUTORÍA Y ORIGINALIDAD

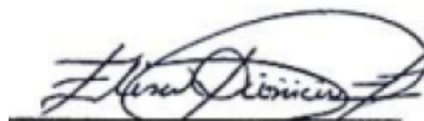
Yo, Moreno Quicaño Luis Manuel, con DNI 47455657, en mi condición de autor(a) de la tesis/ trabajo de investigación/ trabajo académico presentada para optar el Título Profesional de "Químico Farmacéutico", AUTORIZO a la Universidad María Auxiliadora (UMA) para reproducir y publicar de manera permanente e indefinida en su repositorio institucional, bajo la modalidad de acceso abierto, el archivo digital que estoy entregando, en cumplimiento a la Ley N°30035 que regula el Repositorio Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación de acceso abierto y su respectivo Reglamento.

Asimismo, DECLARO BAJO JURAMENTO² que dicho documento es ORIGINAL con un porcentaje de similitud de 10 % y que se han respetado los derechos de autor en la elaboración del mismo. Además, recalcar que se está entregado la versión final del documento sustentado y aprobado por el jurado evaluador.

En señal de conformidad con lo autorizado y declarado, firmo el presente documento a los 03 días del mes de noviembre del año 2022.



Moreno Quicaño Luis Manuel
47455657



Mg. Gerson Cordova Serrano
45276376

² Se emite la presente declaración en virtud de lo dispuesto en el artículo 8°, numeral 8.2, tercer párrafo, del Reglamento del Registro Nacional de Trabajos conducentes a Grados y Títulos – RENATI, aprobado mediante Resolución de Consejo Directivo N° 033-2016-SUNEDU/CD, modificado por Resolución de Consejo Directivo N° 174-2019-SUNEDU/CD y Resolución de Consejo Directivo N° 084-2022-SUNEDU/CD.

Aplagio MORENO QUICAÑO LUIS - YALLE OSORIO GABRIEL WORD (2)

INFORME DE ORIGINALIDAD

8%	8%	1%	1%
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	hdl.handle.net Fuente de Internet	3%
2	repositorio.unc.edu.pe Fuente de Internet	1%
3	repositorio.unid.edu.pe Fuente de Internet	1%
4	repositorio.uns.edu.pe Fuente de Internet	1%
5	www.rpmi.pe Fuente de Internet	1%
6	www.scielo.org.pe Fuente de Internet	1%
7	Lina Marcela Aguilera Agudelo, Nicole Dayanna Hernández León, Miguel Angel Ramírez Niño, Miguel Ángel Navarro Ramírez. "Actividad antioxidante y contenido de polifenoles en pulpa del caimo (Pouteria	1%

caimito)", Revista Sistemas de Producción
Agroecológicos, 2021
Publicación



repositorio.uma.edu.pe
Fuente de Internet

1 %



**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD
ESCUELA PROFESIONAL DE FARMACIA Y BIOQUIMICA**

**PERFIL DEL CONSUMIDOR Y NIVEL DE CONOCIMIENTO
DE LAS PROPIEDADES ANTIOXIDANTES DEL FRUTO DE
AGUAYMANTO (*Physalis peruviana*) EN USUARIOS DEL
MERCADO LAMPA DE ORO SANTA ANITA, LIMA - PERÚ,
2022**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE QUÍMICO
FARMACEUTICO**

AUTORES:

Bach. MORENO QUICAÑO, LUIS MANUEL

<https://orcid.org/0000-0003-4999-3624>

Bach. YALLE OSORIO, GABRIEL JHONATAN

<https://orcid.org/0000-0001-7786-098X>

ASESOR:

Mg. DIONICIO ESCALANTE, ELISA ROXANA

<https://orcid.org/0000-0001-6364-9884>

LIMA – PERÚ

2022

DEDICATORIA

A Dios. Por permitirnos llegar hasta este punto y darnos salud para cumplir con el objetivo planteado, a nuestros padres por la motivación constante, a todos los que apoyaron y a nosotros mismos que con los deseos más grandes del saber nos incentivamos a investigar y hacer un buen proyecto y único con un fruto nativo del Perú.

Bach. Moreno Quicaño Luis Manuel

Bach. Yalle Osorio Gabriel Jhonatan

AGRADECIMIENTO

Agradecemos a nuestra alma mater, la Universidad María Auxiliadora, a la Escuela Profesional de Farmacia y Bioquímica y a la Facultad Ciencias de la Salud de la Universidad María Auxiliadora por brindarnos la oportunidad de continuar con el progreso de nuestros estudios universitarios. Después de varios años de constancia, sacrificios, esfuerzo, dedicación y uno que otro imprevisto en la adversidad, con gran deleite comprendemos que todo el tiempo invertido en los laboratorios y en las aulas valieron totalmente la pena.

Agradecemos a nuestra asesora académica Mg. Elisa Roxana Dionicio Escalante, por sus sapiencias y por su apoyo en el producto de este trabajo de investigación. Además, por el compromiso y la tolerancia para guiarnos en el desarrollo de esta investigación.

Muchas gracias a nuestros docentes por sus conocimientos y su experiencia puestos en práctica que ayudaron en la realización y la revisión sistemática, sus valiosos consejos, soporte continuo y paciencia durante todos estos años de estudio en la universidad.

Enormemente agradecidos con nuestros familiares, quienes fueron la base y nuestro soporte en estos cinco años de carrera universitaria. En numerosas ocasiones fueron ellos el motor para continuar y no dejar de creer en el cumplimiento de nuestros objetivos.

Bach. Moreno Quicaño Luis Manuel
Bach. Yalle Osorio Gabriel Jhonatan

INDICE GENERAL

DEDICATORIA	6
AGRADECIMIENTO	7
ÍNDICE DE LAS TABLAS	9
ÍNDICE DE ANEXOS.....	12
RESUMEN	13
ABSTRACT	14
I. INTRODUCCIÓN.....	15
II. MATERIALES Y MÉTODOS	21
III. RESULTADOS	26
IV. DISCUSIÓN.....	47
4.1. DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	47
4.2. CONCLUSIONES.....	51
4.3. RECOMENDACIONES.....	53
ANEXOS.....	60

ÍNDICE DE LAS TABLAS

Tabla N°1 Perfil del consumidor del fruto de aguaymanto (<i>Physalis peruviana</i>) en la dimensión datos sociodemográficos respecto de la edad en los usuarios del mercado Lampa de Oro en el distrito de Santa Anita Lima 2022.....	22
Tabla N°2 Perfil del consumidor del fruto de aguaymanto (<i>Physalis peruviana</i>) en la dimensión datos sociodemográficos respecto al sexo de los usuarios del mercado Lampa de Oro en el distrito de Santa Anita Lima 2022.....	23
Tabla N°3 Perfil del consumidor del fruto de aguaymanto (<i>Physalis peruviana</i>) en la dimensión datos sociodemográficos respecto a la región de procedencia de los usuarios del mercado Lampa de Oro en el distrito de Santa Anita Lima 2022.....	23
Tabla N°4 Perfil del consumidor del fruto de aguaymanto (<i>Physalis peruviana</i>) en la dimensión datos sociodemográficos respecto al grado de instrucción de los usuarios del mercado Lampa de Oro en el distrito de Santa Anita Lima 2022.....	24
Tabla N°5 Perfil del consumidor del fruto de aguaymanto (<i>Physalis peruviana</i>) en la dimensión datos sociodemográficos respecto a la ocupación de los usuarios del mercado Lampa de Oro en el distrito de Santa Anita Lima 2022.....	25
Tabla N°6 Perfil del consumidor del fruto de aguaymanto (<i>Physalis peruviana</i>) en la dimensión datos sociodemográficos respecto al ingreso mensual de los usuarios del mercado Lampa de Oro en el distrito de Santa Anita Lima 2022.....	26
Tabla N°7 Perfil del consumidor del fruto de aguaymanto (<i>Physalis peruviana</i>) en la dimensión frecuencia de uso del fruto de aguaymanto en los usuarios del mercado Lampa de Oro en el distrito de Santa Anita Lima 2022.....	27
Tabla N°8 Perfil del consumidor del fruto de aguaymanto (<i>Physalis peruviana</i>) en la dimensión frecuencia de uso respecto al consumo de productos a base de aguaymanto de los usuarios del mercado Lampa de Oro en el distrito de Santa Anita Lima 2022.....	28
Tabla N°9 Perfil del consumidor del fruto de aguaymanto (<i>Physalis peruviana</i>) en la dimensión frecuencia de uso respecto a la forma de consumo del fruto de aguaymanto en los usuarios del mercado Lampa de Oro en el distrito de Santa Anita Lima 2022.....	29
Tabla N°10 Perfil del consumidor del fruto de aguaymanto (<i>Physalis peruviana</i>) en la dimensión frecuencia de uso respecto al modo de adquisición del fruto de aguaymanto de	

los usuarios del mercado Lampa de Oro en el distrito de Santa Anita Lima 2022.....	30
Tabla N°11 Perfil del consumidor del fruto de aguaymanto (<i>Physalis peruviana</i>) en la dimensión frecuencia de uso respecto al fruto de aguaymanto acompañado con otros productos por parte de los usuarios del mercado Lampa de Oro en el distrito de Santa Anita Lima 2022.....	31
Tabla N°12 Perfil del consumidor del fruto de aguaymanto (<i>Physalis peruviana</i>) en la dimensión motivo de consumo respecto al tratamiento en afecciones que le dan al fruto de aguaymanto por parte de los usuarios del mercado Lampa de Oro en el distrito de Santa Anita Lima 2022.....	32
Tabla N°13 Perfil del consumidor del fruto de aguaymanto (<i>Physalis peruviana</i>) en la dimensión motivo de consumo respecto de cómo llegó a consumir el fruto de aguaymanto de los usuarios del mercado Lampa de Oro en el distrito de Santa Anita Lima 2022.....	33
Tabla N°14 Perfil del consumidor del fruto de aguaymanto (<i>Physalis peruviana</i>) en la dimensión motivo de consumo respecto sobre los beneficios para el consumidor del fruto de aguaymanto de los usuarios del mercado Lampa de Oro en el distrito de Santa Anita Lima 2022.....	34
Tabla N°15 Perfil del consumidor del fruto de aguaymanto (<i>Physalis peruviana</i>) en la dimensión motivo de consumo respecto si conocen o no las ventajas y desventajas de su consumo del fruto de aguaymanto de los usuarios del mercado Lampa de Oro en el distrito de Santa Anita Lima 2022.....	35
Tabla N° 16 Perfil del consumidor del fruto de aguaymanto (<i>Physalis peruviana</i>) en la dimensión motivo de consumo respecto del impacto que generaría si agregasen a su dieta el fruto de aguaymanto de los usuarios del mercado Lampa de Oro en el distrito de Santa Anita Lima 2022.....	36
Tabla Tabla N° 17 Perfil del consumidor del fruto de aguaymanto (<i>Physalis peruviana</i>) en la dimensión motivo de consumo respecto de la probabilidad de recomendación del fruto de aguaymanto en los usuarios del mercado Lampa de Oro en el distrito de Santa Anita Lima 2022.....	37
Tabla N°18 Nivel de conocimiento de las propiedades antioxidantes del fruto de aguaymanto (<i>Physalis peruviana</i>) en los usuarios del mercado Lampa de Oro en el distrito	

de Santa Anita Lima 2022.....	38
Tabla N°19 Nivel de conocimiento de las propiedades antioxidantes del fruto de aguaymanto (<i>Physalis peruviana</i>) respecto a la dimensión definiciones del fruto de aguaymanto en los usuarios del mercado Lampa de Oro en el distrito de Santa Anita Lima 2022.....	39
Tabla N°20 Nivel de conocimiento de las propiedades antioxidantes del fruto de aguaymanto (<i>Physalis peruviana</i>) respecto a la dimensión acción farmacológica del fruto de aguaymanto en los usuarios del mercado Lampa de Oro en el distrito de Santa Anita Lima 2022.....	40
Tabla N°21 Nivel de conocimiento de las propiedades antioxidantes del fruto de aguaymanto (<i>Physalis peruviana</i>) respecto a la dimensión efectos adversos del fruto de aguaymanto en los usuarios del mercado Lampa de Oro en el distrito de Santa Anita Lima 2022.....	41
N°22 Nivel de conocimiento de las propiedades antioxidantes del fruto de aguaymanto (<i>Physalis peruviana</i>) respecto a la dimensión eficacia del fruto de aguaymanto en los usuarios del mercado Lampa de Oro en el distrito de Santa Anita Lima 2022.....	42

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO A: Operacionalización de variables.....	57
ANEXO B: Matriz de consistencia.....	58
ANEXO C: Instrumentos de recolección de datos.....	60
ANEXO D: Consentimiento informado.....	70
ANEXO E: Ficha de validación del instrumento.....	71
ANEXO F: Carta de presentación sellada.....	74
ANEXO G: Evidencias de trabajo de campo.....	75

RESUMEN

Objetivo: Identificar el perfil del consumidor y determinar el nivel de conocimiento de las propiedades antioxidantes del fruto de aguaymanto en usuarios del mercado Lampa de Oro Santa Anita, Julio- Setiembre 2022. **Material y método:** El estudio es de enfoque cualitativo, diseño no experimental, descriptivo y de corte transversal, la población fue 258 usuarios del mercado Lampa de Oro, Santa Anita. La técnica de recolección de datos fueron dos encuestas y el instrumento los cuestionarios. **Resultados:** En el perfil del consumidor la edad que predominó fue de 41 – 50 años (29%), la dimensión frecuencia de uso lo consumen ≤ 1 vez por semana (84%), en forma entero (50%), lo adquieren en supermercados (40%), lo consumen en ensaladas de frutas (54%), la dimensión motivo de consumo predominó solo porque les agrada el sabor (66%), consume por recomendación de un familiar o conocido (30%), no conocían sus beneficios (43%), no conocen sus ventajas (69%), probablemente lo recomendarían (71%); en nivel de conocimiento sobre la dimensión definición es bajo (75%), en la dimensión acción farmacológica es bajo (56%), en la dimensión efectos adversos es bajo (74 %) y en la dimensión eficacia es medio (71%). **Conclusiones:** El perfil del consumidor del aguaymanto corresponde al de un adulto, lo consume menos de una vez por semana, solo porque le agrada el sabor y que probablemente lo recomendaría y el nivel de conocimiento de los usuarios es bajo representado por más del 95%.

Palabras clave: Antioxidantes, estrés oxidativo, radicales libres

ABSTRACT

Objective: To identify the consumer profile and determine the level of knowledge of the antioxidant properties of the aguaymanto fruit in users of the Lampa de Oro Santa Anita market, Lima - Peru, 2022. **Material and method:** The study has a qualitative approach, its design it is non-experimental, descriptive and cross-sectional, the population is 258 users of the Lampa de Oro market, Santa Anita. The data collection technique was two surveys and the instrument was questionnaires. **Results:** In the consumer profile, the prevailing age was 41-50 years (29%), the frequency of use dimension is consumed ≤ 1 time per week (84%), in whole form (50%), they acquire it in supermarkets (40%), consume it in fruit salads (54%), the predominant reason for consumption dimension is only because they like the taste (66%), consume it on recommendation (30%), they did not know its benefits (43%), no they know its advantages (69%), they would probably recommend it (71%); in the level of knowledge about the definition dimension it is low (75%), in the pharmacological action dimension it is low (56%), in the adverse effects dimension it is low (74%) and in the efficacy dimension it is medium (71%). **Conclusions:** The profile of the aguaymanto consumer corresponds to that of an adult, they consume it less than once a week, just because they like the taste and that they would probably recommend it and the level of knowledge of the users is low, represented by more than 95%.

Keywords: Antioxidants, oxidative stress, free radicals

I. INTRODUCCIÓN

El estrés oxidativo refleja un problema de salud a nivel mundial que puede ocasionar procesos desencadenantes como el cáncer, enfermedades cardiovasculares, enfermedades neurodegenerativas, diabetes, enfermedades inflamatorias, urolitiasis, envejecimiento prematuro también otros daños a nivel celular y de tejidos (1).

Cuando se habla del estrés oxidativo al cual la mayoría de personas están expuestas debido al estilo de vida que llevan, muchas veces saturados por el trabajo, problemas, preocupaciones y otros factores, además de un ambiente hostil lleno de contaminación y/o personas con enfermedades preexistentes que suelen estar con la incertidumbre de su pronta recuperación pero frecuentemente no hacen el esfuerzo para tener una buena alimentación y abusan de alimentos y/o productos semipreparados, con exceso de conservantes, colorantes, sodio, grasas saturadas; estos a la larga ocasiona un sin número de enfermedades y complicaciones. Según investigaciones realizadas lo recomendable es el uso de frutos naturales. Pero el gran problema que ocurre en nuestro país es el grado de conocimiento que se tiene acerca de la existencia y utilidad de distintos frutos antioxidantes que produce el Perú y esto refleja distintas características en el consumo y la forma de uso que se le da a estos frutos naturales con importantes beneficios para la salud. Por ello la presente investigación se refiere acerca del perfil del consumidor y nivel de conocimiento de las propiedades antioxidantes del fruto de aguaymanto (*Physalis peruviana*) en los usuarios del Mercado Lampa de Oro Santa Anita, Lima - Perú, 2022 (2).

En diversas partes de los medios de comunicación, anuncios y otros se escucha sobre el término antioxidante en su mayoría dirigida para el género femenino ya que son las que demandan más estos productos, ya sea en la farmacia, un puesto de verduras, frutas, naturistas, de bellezas u otros establecimientos donde se encuentran diversos productos que contienen esta propiedad, existen muchas fuentes de antioxidantes como las ensaladas y frutos, suplementos alimenticios, vitaminas y productos cosméticos a base de sustancias rejuvenecedoras que pueden

dar un equilibrio y prevenir el envejecimiento celular, por ello, debería existir un mayor interés de la búsqueda de más fuentes antioxidantes por parte de los usuarios del Mercado Lampa de Oro. En este proyecto de investigación se refleja el nivel de conocimiento y perfil del consumidor de los usuarios del Mercado Lampa de Oro y qué tanto conocimiento tienen sobre este fruto que es el aguaymanto (*Physalis peruviana*) como alimento antioxidante (3) (4).

El grado de conocimiento que se tenga por parte de los usuarios del Mercado Lampa de Oro sobre la propiedad antioxidante del aguaymanto les proporcionaría un gran beneficio en su tratamiento ya que las personas que acuden a este mercado se encuentran expuestos al deterioro de su salud por factores externos y por la calidad de vida que llevan, incluso llevándolos a su fallecimiento por ello, el conocer sobre los beneficios de este fruto se verán reflejados no solo en la buena calificación del instrumento de recolección de datos sino también en la salud de personas que consumen este fruto a lo largo de su vida, logrando una solución menos costosa y con pocos efectos secundarios, haciendo frente a los daños y estimulando la regeneración de las células. Se ha demostrado que tiene cierta actividad citotóxica en algunos tipos de cáncer. El tener mayor información de las propiedades antioxidantes de este fruto beneficia a la salud de las personas de gran manera, esto si añaden este fruto a su dieta alimenticia, su consumo influiría de manera directa en los consumidores, ya que, podría ayudar a prevenir el daño causado por el estrés oxidativo y el envejecimiento celular que surge por el aumento radicales libres (5,6).

Por tal razón, se plantea la presente investigación ante la problemática del estrés oxidativo se proyecta una posibilidad de conocer el perfil del consumidor y nivel de conocimiento en los usuarios del Mercado Lampa de Oro Santa Anita. En esta investigación se desea conocer la frecuencia, motivo y forma de uso del fruto aguaymanto para así poder identificar, procesar y posteriormente comparar dichos datos y de esa manera plantear diversas acciones de salud pública con las que en un futuro se logre prevenir el desarrollo de enfermedades ocasionadas por una mala alimentación y por la deficiencia de antioxidantes en el organismo de las personas,

además de comprender las ideas y controversias respecto a este fruto mediante los instrumentos de recolección de datos (7).

El capulí o aguaymanto es un fruto oriundo del Perú, descubierto en 1753 por el científico sueco Carlos Linneo, quien lo clasificaría como *Physalis peruviana* L. No existen referencias exactas históricas que indican que fue domesticado por los antiguos peruanos, pero se cree que viene desde esas épocas (8).

La pulpa de la fruta contiene compuestos fenólicos, carotenoides, vitamina E y vitamina C contiene azúcares, con un alto contenido de fructuosa, puede ser consumido por personas diabéticas. También contiene polisacáridos (celulosa, almidón, hemicelulosa y pectina); proteínas, lípidos, fósforo, calcio, hierro, potasio, ácido ascórbico, β -caroteno, provitamina A y complejos de cobalamina. La pectina posee propiedades anticancerígenas, antioxidantes y contribuye a disminuir los niveles de glucosa, colesterol en sangre, sin afectar el colesterol HDL o los triglicéridos, además de estos componentes el fruto aguaymanto tiene en su composición gran cantidad de antioxidantes que tienen alta eficacia para tratar el estrés oxidativo (9 - 11).

El estrés oxidativo es un desequilibrio entre la generación y la eliminación de especies reactivas oxígeno (ROS) y nitrógeno (NOS), las que tienen como característica común el tener un electrón incompleto en su último orbital. Este desequilibrio ocasiona que la célula sea abrumada por radicales con gran capacidad oxidante, también se da por un desequilibrio entre la cantidad de antioxidantes presentes en el organismo (12).

Un antioxidante es una molécula capaz de retardar o prevenir la oxidación de otras moléculas especies reactivas oxígeno (ROS) y nitrógeno (NOS), por reacción química de transferencia de electrones. Son sustancias naturales o fabricadas que actúan por interacción directa con especies reactivas, prevención de la formación enzimática de especies reactivas y activación o inducción de la actividad de enzimas antioxidantes. Este proceso es muy importante para evitar posibles males en la salud de los usuarios por falta de antioxidantes, por eso, es necesario el consumo periódico y adecuado de frutos con gran capacidad antioxidante (13).

El consumidor es una persona que satisface sus necesidades mediante el uso de distintos productos de origen natural u otros para obtener una mejor calidad de vida. En relación al presente trabajo es aquel usuario que piensa adquirir, consumir o ha consumido un determinado producto o fruto, eligiéndolo entre otros. Para ello es importante conocer las características sobre el comportamiento del consumidor de este fruto. En concordancia con el comportamiento del consumidor se estudia también las razones por las cuales adquiere este fruto, cuándo, cómo, dónde, y con qué frecuencia lo hace (14).

En un primer estudio, Zanotti A *et al.*, el año 2018, revelaron en su investigación del perfil socioeconómico de los consumidores de productos naturales que el estado de salud de los individuos pertenecientes a las clases sociales más bajas es inferior al de las clases sociales más altas y está directamente relacionado con la calidad de su dieta, donde la elección de alimentos está influenciada por factores sociales, culturales y económicos, especialmente los ingresos de los individuos y el costo de los alimentos (15). También, Caneiro A., el año 2019, mencionó en su estudio que de los entrevistados que utilizan plantas medicinales, se observó que el 85,5% eran mujeres y el 14,5% hombres, demostrando una mayor aceptabilidad del uso de los fitoterápicos por parte de las mujeres que buscan obtener una mejor calidad de vida. (16).

En el ámbito internacional tenemos a Hossam S *et al.*, el año 2019, revelaron que el extracto de *Physalis peruviana* mostró un efecto positivo sobre el hongo utilizado (*Aspergillus niger* y *Candida albicans*). Además, altas concentraciones de aguaymanto del extracto etanólico mostró una actividad anticancerosa significativa contra las células de pulmón (A549) pero un ligero efecto contra las células de adenocarcinoma (17).

Vallejo Z *et al.*, el año 2019, determinaron que el gel a base de extracto etanólico liofilizado de cálices de *Physalis peruviana* presenta actividad antiinflamatoria en el modelo de edema plantar por inducción con carragenina (18).

Velásquez F. *et al.*, el año 2022, Determinaron que la composición físico química del fruto aguaymanto maduro está dentro de los rangos encontrados para bayas

maduras con propiedades antioxidantes, evaluó el efecto del tiempo y temperatura de almacenamiento postcosecha, sobre las propiedades fisicoquímicas e índice de madurez de frutos de aguaymantos. (19).

Por otra parte, Chau M *et al.*, el año 2019, Demostraron que en el screening fitoquímico que realizó para el aguaymanto, se hallaron compuestos fenólicos, flavonoides, alcaloides, saponinas y aminoácidos. El fruto y los extractos evidenciaron moderada capacidad antioxidante frente al trolox. A partir del porcentaje de inhibición-concentración en el DPPH y mediante un análisis lineal se determinó la CI50; y se demostró que el extracto acuoso liofilizado posee mayor capacidad antioxidante en comparación con el extracto acuoso y fruto fresco (20).

Teóricamente esta investigación se realizó con el propósito identificar el perfil del consumidor y determinar el nivel de conocimiento de la propiedad antioxidante del fruto de aguaymanto (*Physalis peruviana*) y sus efectos beneficiosos en la salud de los usuarios del Mercado Lampa de Oro Santa Anita. Debido a que la mayoría de usuarios padecen de un estilo de vida saturado y sufren de distintas patologías, pero no le dan la importancia necesaria a este fruto que es un poderoso antioxidante y que además tiene otras propiedades para tratar diversas enfermedades o hacen poco para solucionar este tipo de dificultades que representa un problema de salud pública, ya que en la actualidad muchos usuarios consumen poco y/o desconocen sobre la información de este fruto. En cuanto al **ámbito práctico** se busca concientizar y poner en evidencia los conocimientos y las prácticas de los usuarios sobre la propiedad antioxidante del fruto aguaymanto (*Physalis peruviana*), ya que en estudios se ha demostrado ser un método eficaz por tener gran poder antioxidante; con ello se podría evitar el daño originado por los radicales libres logrando mejorar la calidad de vida de los usuarios al implementarla en su dieta alimenticia. **A nivel metodológico**, el presente estudio empleó dos encuestas para cada variable y para cada una se consideraron distintos cuestionarios; un instrumento de recolección de datos para la variable perfil de consumidor y otro para el nivel de conocimiento que está validado metodológicamente, estandarizado y sustentado por investigaciones lo cual nos permitió determinar percepciones y actitudes con respecto al perfil del

consumidor y nivel de conocimiento del fruto aguaymanto (*Physalis peruviana*), obteniendo resultados confiables para su posterior interpretación.

El objetivo de la presente investigación es identificar el perfil del consumidor y determinar el nivel de conocimiento de las propiedades antioxidantes del fruto de aguaymanto (*physalis peruviana*) en usuarios del mercado Lampa de Oro Santa Anita, Lima - Perú, 2022

II. MATERIALES Y MÉTODOS

2.1. Enfoque y diseño de investigación

El estudio es de enfoque cualitativo, el diseño metodológico es no experimental, de tipo descriptivo y de corte transversal. Es no experimental porque es improbable la manipulación de las variables. Es descriptivo ya que permite medir y describir la variable de estudio sobre el nivel de conocimiento y el perfil del consumidor de los participantes encuestados y es transversal porque las variables se medirán una vez en el tiempo (19).

2.2. Población y Descripción de la muestra

La población del presente estudio estuvo conformada 750 usuarios del Mercado Lampa de Oro un periodo comprendido de tres meses; Julio – Septiembre, los participantes seleccionados fueron personas comprendidas entre 18 a 70 años de edad, que consuman el fruto aguaymanto y que estuvieron presente al momento de realizar la encuesta.

Descripción de la muestra

La muestra es de tipo probabilístico, en el cual se consideró a los usuarios del Mercado Lampa de oro Santa Anita, Lima - Perú, 2022 entre los meses Julio – Septiembre.

Para determinar la muestra se trabajó con la siguiente formula:

Dónde:

$N = 250 \times 3 \text{ meses} = 750$ usuarios que acuden entre los meses Julio – Septiembre mercado Lampa de oro Santa Anita, Lima - Perú, 2022

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

Z= 1.96 Valor de la distribución normal estandarizada para el 95% de confianza

E=0.05, error absoluto de la precisión 5 %

P= 0.5=50% proporción de usuarios que acuden entre los meses Julio – Septiembre que tengan un conocimiento regular a bueno

$Q=1-p=0.5=50\%$ proporción de usuarios que acuden entre los meses Julio – Septiembre que tengan un conocimiento bajo sobre el conocimiento de las propiedades antioxidantes del aguaymanto

Dando como resultado $n = 254.26$ por consiguiente, la muestra estará conformada por 258 usuarios que acuden entre los meses Julio – Septiembre, debido a que se busca mejorar la precisión en los datos recopilados y reducir el error en el análisis de resultados.

Criterio de inclusion

- Usuarios que acudan al Mercado Lampa de Oro los días de la encuesta.
- Usuarios que acudan al Mercado Lampa de Oro y que sean de nacionalidad peruana.
- Usuarios que acepten voluntariamente participar en el estudio
- Usuarios que hayan consumido el fruto aguaymanto alguna vez en su vida.
- Usuarios que tengan edades comprendidas entre 18 a 70 años.
- Usuarios que acudan al mercado en el período de julio y setiembre del 2022. - Adultos mayores de 18 años.

Criterio de exclusion

- Usuarios que no acudan al Mercado Lampa de Oro los días de la encuesta
- Usuarios de nacionalidad extranjera que acudan al Mercado Lampa de Oro.
- Usuarios que no acepten voluntariamente participar en el estudio.
- Usuarios que no hayan consumido el fruto aguaymanto alguna vez en su vida.
- Usuarios menores de 18 y/o mayores de 70 años de edad.
- Usuarios que acudan al mercado antes o después del período establecido.

2.3. Variable de estudio

Variable 1: Perfil del consumidor del fruto de aguaymanto (*Physalis peruviana*) en los usuarios del Mercado Lampa de Oro.

- Definición conceptual: Es el conjunto de características que permite conocer y entender las actitudes del consumidor al adquirir algún fruto o producto.
- Definición operacional: En perfil del consumidor del fruto de aguaymanto (*Physalis peruviana*) se tomará en consideración las actitudes de los usuarios del Mercado Lampa de Oro sobre uso del fruto aguaymanto.

Variable 2: Nivel de conocimiento de las propiedades antioxidantes del fruto de aguaymanto (*Physalis peruviana*) en los usuarios del Mercado Lampa de Oro.

- Definición conceptual: Es la capacidad cognitiva, el grado de comprensión, las ideas, las prácticas y el nivel de información que poseen los usuarios sobre las propiedades antioxidantes del fruto aguaymanto (*Physalis peruviana*) al momento de elegir alternativas para la mejora de su salud y de qué manera este puede implementar el fruto a su dieta.
- Definición operacional: Nivel de conocimiento que poseen los usuarios del Mercado Lampa de Oro sobre las propiedades antioxidantes sobre el fruto de aguaymanto (*Physalis peruviana*), las definiciones, la actividad farmacológica, los efectos adversos y la eficacia que posee este fruto.

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos (Validación de los instrumentos de recolección de datos)

La técnica utilizada fue la encuesta. La encuesta es un instrumento que permite recolectar la información del participante mediante un cuestionario, donde el participante responde de manera objetiva a un conjunto de preguntas sustentadas científicamente, sin la existencia de ninguna intervención natural realizada por parte del investigador. La encuesta que se muestra en el anexo A constituye el instrumento empleado en la presente investigación. Para la recolección de los datos se aplicó la encuesta basada en métodos estadísticos y validaciones por parte de expertos. El instrumento que se utilizó en el estudio fue validado por tres profesionales investigadores expertos en la materia (Mg. Víctor Humberto Chero Pacheco, Mg. María Martha Hernández Peves y Mg.

Norio Siancas Tao). Logrando un nivel de validez del 0.88 (88 %) (Coeficiente de contenido de Hernández Nieto), lo cual representa la validez que tiene el instrumento y la correlación que existe que es altamente buena. Además, se obtuvo 0.66 (66 %) en la prueba alfa de Cronbach, que demuestra un grado de confiabilidad aceptable. El instrumento ha sido aplicado de manera aleatoria, tomando en cuenta los criterios de inclusión y exclusión, llevando a cabo en el Mercado Lampa de Oro, Santa Anita.

2.5. Plan de recolección de datos

Se recolectó la información requerida a través de una encuesta anónima que fue dirigida a los usuarios del Mercado Lampa de Oro, Santa Anita durante los meses de julio y setiembre. Previo a la investigación se realizó la simulación de una encuesta al azar a 20 usuarios para verificar que las preguntas sean de fácil entendimiento. Después, se informó al presidente del mercado para firmar el consentimiento informado y la carta de presentación que se muestra en el (anexo E), y de este modo se promovió la participación de los demás usuarios en el estudio. Al momento de aplicar la encuesta se dio una introducción sobre el tema principal. Asimismo, a los participantes se les brindó un obsequio significativo después de resolver la encuesta. Los datos obtenidos fueron recolectados por los investigadores.

2.6. Métodos de análisis estadístico

Los datos obtenidos mediante el instrumento de la investigación fueron ingresados en una base de datos establecida para el resultado en el programa Microsoft Excel versión 2016. Subsiguientemente se realizó el análisis de las variables en el programa estadístico SPSS versión 26. Cabe señalar que antes de procesar la información se realizó un control de calidad de los datos, revisando detalladamente cada cuestionario y considerando los criterios necesarios para el estudio planteado.

El nivel de conocimiento se midió mediante la obtención del promedio de las respuestas que son correctas. Los valores referenciales establecidos en la entrevista se muestran de la siguiente manera:

Valor promedio obtenido	Nivel
0 – 11	Bajo
12 – 16	Medio
17 – 20	Alto

2.7. Aspectos éticos

Esta investigación tuvo un nivel de riesgo mínimo, debido a que se cumplió con todas las medidas de protección para evitar los posibles contagios de la COVID-19 causado por la pandemia; la información, se mantuvo el carácter confidencial con la información brindada, se mantuvo el carácter confidencial con la información brindada. Asimismo, no se ejecutó ninguna intervención o alteración intencional de las variables en la compilación de los datos porque se trató de una encuesta anónima donde se protege la identidad de los participantes.

III. RESULTADOS

La muestra estuvo conformada por 258 usuarios que acudieron al mercado de Andahuaylas “Lampa de oro” en el distrito de Santa Anita.

Variable 1: Perfil del consumidor

Tabla N°1

Perfil del consumidor del fruto de aguaymanto (*Physalis peruviana*) en la dimensión datos sociodemográficos respecto de la edad en los usuarios del mercado Lampa de Oro en el distrito de Santa Anita Lima 2022

Edad	Nº	%
18 - 30 años	27	10%
31 - 40 años	71	28%
41 - 50 años	76	29%
51 a 60 años	43	17%
> 60 años	41	16%
Total	258	100%

Fuente: Propia del investigador

Interpretación:

En la tabla N°1 respecto de la edad en los usuarios del mercado Lampa de Oro en el distrito de Santa Anita Lima 2022, se observa que de 258 participantes el 29% (76) tienen entre 41 a 50 años, el 28%(71) tienen entre 31 a 40 años, el 17% (43) tienen entre 51 a 60 años, el 16% (41) son mayores de 60 años y el 10% (27) tienen entre 18 a 30 años.

Tabla N°2

Perfil del consumidor del fruto de aguaymanto (*Physalis peruviana*) en la dimensión datos sociodemográficos respecto al sexo de los usuarios del mercado Lampa de Oro en el distrito de Santa Anita Lima 2022.

Sexo	Nº	%
Femenino	182	71%
Masculino	76	29%
Total	258	100%

Fuente: Propia del investigador

Interpretación:

En la tabla N°2 respecto al sexo en los usuarios del mercado Lampa de Oro en el distrito de Santa Anita Lima 2022, se observa que de 258 participantes el 71% (182) fueron del sexo femenino y el 29% (76) fueron del sexo Masculino.

Tabla N°3

Perfil del consumidor del fruto de aguaymanto (*Physalis peruviana*) en la dimensión datos sociodemográficos respecto a la region de procedencia de los usuarios del mercado Lampa de Oro en el distrito de Santa Anita Lima 2022

Region	Nº	%
Costa	81	31%
Sierra	130	50%
Selva	47	18%
Total	258	100%

Fuente: Propia del investigador

Interpretación:

En la tabla N°3 respecto a la región de procedencia de los usuarios del mercado Lampa de Oro en el distrito de Santa Anita Lima 2022, se observa que de 258 participantes el 31% (81) son de la región costa, 50% (130) son de la Sierra y el 18%(47) son de la región selva.

Tabla N°4

Perfil del consumidor del fruto de aguaymanto (*Physalis peruviana*) en la dimensión datos sociodemográficos respecto al grado de instrucción de los usuarios del mercado Lampa de Oro en el distrito de Santa Anita Lima 2022

Grado de instrucción	Nº	%
Primaria completa	60	23%
Primaria incompleta	69	27%
Secundaria completa	47	18%
Secundaria incompleta	44	17%
Superior técnica	15	6%
Superior universitaria	15	6%
Otro	8	3%
Total	258	100%

Fuente: Propia del investigador

Interpretación:

En la tabla N°4 respecto al grado de instrucción de los usuarios del mercado Lampa de Oro en el distrito de Santa Anita Lima 2022, se observa que de 258 participantes el 23% (60) cuentan con primaria completa, 27%(69) cuentan con primaria3 incompleta, 18%(47) tienen secundaria completa, 17%(44) tienen secundaria incompleta, 6%(15) cuenta con estudio superior técnico, 6% (15) tiene estudio superior universitario y el 3%(8) indica que cuenta con otro grado distinto a lo señalado.

Tabla N°5

Perfil del consumidor del fruto de aguaymanto (*Physalis peruviana*) en la dimensión datos sociodemográficos respecto a la ocupación de los usuarios del mercado Lampa de Oro en el distrito de Santa Anita Lima 2022

Ocupación	Nº	%
Trabajador	79	31%
Estudiante	39	15%
Ama de casa	76	29%
Otro	64	25%
Total	258	100%

Fuente: Propia del investigador

Interpretación:

En la tabla N°5 respecto a la ocupación de los usuarios del mercado Lampa de Oro en el distrito de Santa Anita Lima 2022, se observa que de 258 participantes el 31% (79) son trabajadores, 15%(39) son estudiantes, 29%(76) son amas de casa y 25%(64) tienen otra ocupación diferente.

Tabla N°6

Perfil del consumidor del fruto de aguaymanto (*Physalis peruviana*) en la dimensión datos sociodemográficos respecto al ingreso mensual de los usuarios del mercado Lampa de Oro en el distrito de Santa Anita Lima 2022

Ingreso mensual	Nº	%
400-800	56	22%
801-1000	94	36%
1001-1500	54	21%
1501-2000	36	14%
2001 – 4000	12	5%
4000 a mas	2	1%
Otro	4	2%
Total	258	100%

Fuente: Propia del investigador

Interpretación:

En la tabla N°6 respecto al ingreso mensual de los usuarios del mercado Lampa de Oro en el distrito de Santa Anita Lima 2022, se observa que de 258 participantes el 22% (56) tiene un ingreso mensual entre 400-800 soles, 36%(94) tiene un ingreso mensual entre 801-1000, 21%(54) tiene un ingreso mensual entre 1001-1500, 14%(36) tiene un ingreso mensual entre 1501-2000 soles, 5%(12) tiene un ingreso mensual entre 2001-4000 soles, el 1%(2) tiene un ingreso mensual de 4000 mil a más y el 2 %(4) tiene un ingreso diferente.

Tabla N°7

Perfil del consumidor del fruto de aguaymanto (*Physalis peruviana*) en la dimensión frecuencia de uso del fruto de aguaymanto en los usuarios del mercado Lampa de Oro en el distrito de Santa Anita Lima 2022

Frecuencia de uso	Nº	%
Menor igual a 1 vez por semana	218	84%
2 veces por semana	26	10%
3 veces por semana	11	4%
Más de 3 veces por semana	3	1%
Todos los días	0	0%
Total	258	100%

Fuente: Propia del investigador

Interpretación:

En la tabla N°7 respecto a la frecuencia de uso en los usuarios del mercado Lampa de Oro en el distrito de Santa Anita Lima 2022, se observa que de 258 participantes el 84%(218) usa al menos una vez por semana el fruto de aguaymanto, 10%(27) usa 2 veces por semana el fruto de aguaymanto, 4%(11) usa 3 veces por semana el fruto de aguaymanto, 1%(3) usa más de 3 veces por semana el fruto de aguaymanto y el ningún participante consume el aguaymanto todos los días.

Tabla N°8

Perfil del consumidor del fruto de aguaymanto (*Physalis peruviana*) en la dimensión frecuencia de uso respecto al consumo de productos a base de aguaymanto de los usuarios del mercado Lampa de Oro en el distrito de Santa Anita Lima 2022

Consumo de productos a base de aguaymanto	Nº	%
Si	135	52%
No	123	48%
Total	258	100%

Fuente: Propia del investigador

Interpretación:

En la tabla 8 respecto al consumo de productos a base de aguaymanto en los usuarios del mercado Lampa de Oro en el distrito de Santa Anita Lima 2022, se observa que de 258 participantes el 52%(135) han consumido productos a base del fruto de aguaymanto y el 48%(123) no han consumido productos a base del fruto de aguaymanto.

Tabla N°9

Perfil del consumidor del fruto de aguaymanto (*Physalis peruviana*) en la dimensión frecuencia de uso respecto a la forma de consumo del fruto de aguaymanto en los usuarios del mercado Lampa de Oro en el distrito de Santa Anita Lima 2022

Consumo del fruto	Nº	%
Liculado	116	45%
Entero	128	50%
Polvo (harina)	2	1%
Otros	12	5%
Total	258	100%

Fuente: Propia del investigador

Interpretación:

En la tabla N°9 respecto a la forma de uso del fruto de aguaymanto en los usuarios del mercado Lampa de Oro en el distrito de Santa Anita Lima 2022, se observa que de 258 participantes el 50%(128) utiliza el fruto de aguaymanto liculado, 45%(116) utiliza el fruto de aguaymanto entero, 1%(2) utilizan el fruto en polvo (harina) y el 5%(12) lo utilizan de otra forma diferente.

Tabla N°10

Perfil del consumidor del fruto de aguaymanto (*Physalis peruviana*) en la dimensión frecuencia de uso respecto al modo de adquisición del fruto de aguaymanto de los usuarios del mercado Lampa de Oro en el distrito de Santa Anita Lima 2022

Modo de adquisición	Nº	%
En mercados locales.	95	37%
En supermercados.	104	40%
En la calle (venta ambulante)	52	20%
Lo trae del interior del país (otras regiones)	3	1%
Otros	4	2%
Total	258	100%

Fuente: Propia del investigador

Interpretación:

En la tabla N°10 respecto a la forma de adquisición del fruto de aguaymanto en los usuarios del mercado Lampa de Oro en el distrito de Santa Anita Lima 2022, se observa que de 258 participantes el 37%(95) lo adquieren en mercados locales, 40%(104) adquieren el fruto de aguaymanto en los supermercados, 20%(52) adquieren el fruto en la calle (venta ambulante), 1%(3) adquieren el fruto de otras regiones (interior de país) y el 2%(4) lo adquieren de otra forma diferente.

Tabla N°11

Perfil del consumidor del fruto de aguaymanto (*Physalis peruviana*) en la dimensión frecuencia de uso respecto al fruto de aguaymanto acompañado con otros productos por parte de los usuarios del mercado Lampa de Oro en el distrito de Santa Anita Lima 2022

Acompañado de otros productos	Nº	%
Ensaladas de frutas	139	54%
Liculado con otros frutos	83	32%
Bebidas con alcohol (cocteles)	22	9%
Otros	14	5%
Total	258	100%

Fuente: Propia del investigador

Interpretación:

En la tabla 11 respecto a utilizar el fruto de aguaymanto acompañado con otros productos por parte de los usuarios del mercado Lampa de Oro en el distrito de Santa Anita Lima 2022, se observa que de 258 participantes el 54%(139) prefieren acompañarlo en ensaladas de frutas, 32%(83) prefieren acompañado liculado con otros frutos, 9%(22) prefieren acompañarlo con bebidas alcohólicas (cocteles) y 5%(14) lo acompañan de otra forma diferente.

Tabla N°12

Perfil del consumidor del fruto de aguaymanto (*Physalis peruviana*) en la dimensión motivo de consumo respecto al tratamiento en afecciones que le dan al fruto de aguaymanto por parte de los usuarios del mercado Lampa de Oro en el distrito de Santa Anita Lima 2022

Tratamiento de afecciones	Nº	%
Infecciones a la piel	19	7%
La Diabetes	17	7%
Para el hígado y los riñones	21	8%
Dolores articulares	19	7%
Solo lo consumo porque me gusta el sabor	171	66%
Otros	11	4%
Total	258	100%

Fuente: Propia del investigador

Interpretación:

En la Tabla 12 respecto al tratamiento en afecciones que le dan al fruto de aguaymanto los usuarios del mercado Lampa de Oro en el distrito de Santa Anita Lima 2022, se observa que de 258 participantes el 7%(19) lo emplea en infecciones de la piel, 7%(17) lo emplea en la diabetes, 8%(21) lo emplea para su hígado y riñones, 7%(19) lo emplea para dolores articulares, 66%(171) no lo utiliza para ninguna afección solo porque le gusta el sabor y 4%(11) lo empleé para otra afección diferente.

Tabla N°13

Perfil del consumidor del fruto de aguaymanto (*Physalis peruviana*) en la dimensión motivo de consumo respecto de cómo llego a consumir el fruto de aguaymanto de los usuarios del mercado Lampa de Oro en el distrito de Santa Anita Lima 2022

¿Cómo llego a consumir el aguaymanto?	Nº	%
Recomendación del médico	67	26%
Recomendación de un familiar o conocido	78	30%
Propaganda escuché que tenía grandes beneficios	46	18%
Otros	67	26%
Total	258	100%

Fuente: Propia del investigador

Interpretación:

En la Tabla 13 respecto de cómo llego a consumir el fruto de aguaymanto de los usuarios del mercado Lampa de Oro en el distrito de Santa Anita Lima 2022, se observa que de 258 participantes el 26%(67)lo llego a consumir por recomendación de un médico, 30%(78) lo llego a consumir por recomendación de un familiar o conocido, 18%(46)lo llego a consumir por escucharlo en una propaganda y 26%(67) lo llego a consumir por otro motivo diferente.

Tabla N°14

Perfil del consumidor del fruto de aguaymanto (*Physalis peruviana*) en la dimensión motivo de consumo respecto sobre los beneficios para el consumidor del fruto de aguaymanto de los usuarios del mercado Lampa de Oro en el distrito de Santa Anita Lima 2022

Beneficios para el consumidor	Nº	%
Tiene grandes atributos diuréticos	29	11%
Importante fuente de vitaminas y minerales	41	16%
Potente antioxidante	23	9%
Excelente antidiabético	40	16%
No conozco sus beneficios	111	43%
Otros	14	5%
Total	258	100%

Fuente: Propia del investigador

Interpretación:

En la Tabla 14 respecto sobre los beneficios que aportan para el consumidor el fruto de aguaymanto de los usuarios del mercado Lampa de Oro en el distrito de Santa Anita Lima 2022, se observa que de 258 participantes el 11%(29) les otorgarían grandes atributos diuréticos ,16%(41)les aportarían una fuente importante de vitaminas y minerales, 9%(23)les serviría como potente antioxidante, 16%(40) les serviría como excelente antidiabético, 43%(111) desconoce de los beneficios que les aportarían y el 5%(14) tienen otro tipo de concepto en cuanto a los beneficios que les aportarían.

Tabla N°15

Perfil del consumidor del fruto de aguaymanto (*Physalis peruviana*) en la dimensión motivo de consumo respecto si conocen o no las ventajas y desventajas de su consumo del fruto de aguaymanto de los usuarios del mercado Lampa de Oro en el distrito de Santa Anita Lima 2022

Conoce las ventajas y desventajas	Nº	%
No	177	69%
Si	66	26%
Otros	15	6%
Total	258	100%

Fuente: Propia del investigador

Interpretación:

En la Tabla 15 respecto si conocen o no las ventajas y desventajas de su consumo del fruto de aguaymanto de los usuarios el mercado Lampa de Oro en el distrito de Santa Anita Lima 2022, se observa que de 258 participantes el 69%(177) no conocen las ventajas ni desventajas que este fruto pueda tener, 26%(66) si conocen las ventajas y desventajas de este fruto y 6%(15) pueden conocer solo una parte de ello.

Tabla N° 16

Perfil del consumidor del fruto de aguaymanto (*Physalis peruviana*) en la dimensión motivo de consumo respecto del impacto que generaría si agregasen a su dieta el fruto de aguaymanto de los usuarios del mercado Lampa de Oro en el distrito de Santa Anita Lima 2022

Impacto en su salud al consumir aguaymanto	Nº	%
Disminuye el estrés	16	6%
Disminuye el nivel de colesterol y triglicéridos en la sangre	36	14%
Retarda el envejecimiento de las células	41	16%
No estoy seguro	65	33%
Otros	80	31%
Total	258	100%

Fuente: Propia del investigador

Interpretación:

En la Tabla 16 respecto al impacto que generaría si agregasen a su dieta el fruto de aguaymanto en los usuarios el mercado Lampa de Oro en el distrito de Santa Anita Lima 2022, se observa que de 258 participantes el 6%(16) les ayudaría con el estrés, 14%(36) les ayudaría a disminuir los niveles altos de colesterol y triglicéridos, 16%(41) les ayudaría a retardar el envejecimiento celular, 33%(65) no está seguro de que impacto generaría si agregan el fruto a su dieta y 31%(80) tienen otro impacto que generaría en su organismo.

Tabla N° 17

Perfil del consumidor del fruto de aguaymanto (*Physalis peruviana*) en la dimensión motivo de consumo respecto de la probabilidad de recomendación del fruto de aguaymanto en los usuarios del mercado Lampa de Oro en el distrito de Santa Anita Lima 2022

Probabilidad de recomendación	Nº	%
Totalmente probable	62	24%
Probable	183	71%
Poco probable	13	5%
Nada probable	0	0%
Total	258	100%

Fuente: Propia del investigador

Interpretación:

En la Tabla 17 respecto de la probabilidad de recomendación del fruto de aguaymanto en los usuarios del mercado Lampa de Oro en el distrito de Santa Anita Lima 2022, se observa que de 258 participantes el 24%(62) recomendarían totalmente el fruto de aguaymanto, 71%(183) podrían recomendar el consume del fruto de aguaymanto, 5%(13) tendrían una probabilidad baja en recomendar el fruto y 0% no recomendaría su consumo.

Variable 2: Nivel de conocimiento

Tabla N°18

Nivel de conocimiento de las propiedades antioxidantes del fruto de aguaymanto (*Physalis peruviana*) en los usuarios del mercado Lampa de Oro en el distrito de Santa Anita Lima 2022

Nivel de conocimiento		
Escala	N	%
Alto	2	1%
Medio	9	3%
Bajo	247	96%
Total	258	100%

Fuente: Propia del investigador

Interpretación:

En la tabla N°18 respecto al nivel de conocimiento de las propiedades antioxidantes del fruto de aguaymanto (*Physalis peruviana*) en los usuarios del mercado Lampa de Oro en el distrito de Santa Anita Lima 2022 se observa que de 258 participantes el 96%(247) tienen un nivel de conocimiento bajo, el 3%(9) tienen un nivel de conocimiento medio y solo el 1%(2) tienen un nivel de conocimiento alto.

Tabla N°19

Nivel de conocimiento de las propiedades antioxidantes del fruto de aguaymanto (*Physalis peruviana*) respecto a la dimensión definiciones del fruto de aguaymanto en los usuarios del mercado Lampa de Oro en el distrito de Santa Anita Lima 2022

Nivel de conocimiento sobre definición		
Escala	N	%
Alto	9	3%
Medio	56	22%
Bajo	193	75%
Total	258	100%

Fuente: Propia del investigador

Interpretación:

En la tabla N°18 respecto al nivel de conocimiento sobre las definiciones de las propiedades antioxidantes del fruto de aguaymanto (*Physalis peruviana*) en los usuarios del mercado Lampa de Oro en el distrito de Santa Anita Lima 2022 se observa que de 258 participantes el 75%(193) tienen un nivel de conocimiento bajo, el 22%(56) tienen un nivel de conocimiento medio y el 3%(9) tienen un nivel de conocimiento alto.

Tabla N°20

Nivel de conocimiento de las propiedades antioxidantes del fruto de aguaymanto (*Physalis peruviana*) respecto a la dimensión acción farmacológica del fruto de aguaymanto en los usuarios del mercado Lampa de Oro en el distrito de Santa Anita Lima 2022

Nivel de conocimiento sobre acción farmacológica		
Escala	N	%
Alto	7	3%
Medio	107	41%
Bajo	144	56%
Total	258	100%

Fuente: Propia del investigador

Interpretación:

En la tabla N°19 respecto al nivel de conocimiento sobre la acción farmacológica del fruto de aguaymanto (*Physalis peruviana*) en los usuarios del mercado Lampa de Oro en el distrito de Santa Anita Lima 2022 se observa que de 258 participantes el 56% (144) tienen un nivel de conocimiento bajo, el 41%(107) tienen un nivel de conocimiento medio y el 3%(7) tienen un nivel de conocimiento alto.

Tabla N°21

Nivel de conocimiento de las propiedades antioxidantes del fruto de aguaymanto (*Physalis peruviana*) respecto a la dimensión efectos adversos del fruto de aguaymanto en los usuarios del mercado Lampa de Oro en el distrito de Santa Anita Lima 2022

Nivel de conocimiento sobre efectos adversos.		
Escala	N	%
Alto	10	4%
Medio	56	22%
Bajo	192	74%
Total	258	100%

Fuente: Propia del investigador

Interpretación:

En la tabla N°20 respecto al nivel de conocimiento sobre los efectos adversos del fruto de aguaymanto (*Physalis peruviana*) en los usuarios del mercado Lampa de Oro en el distrito de Santa Anita Lima 2022 se observa que de 258 participantes el 74%(192) tienen un nivel de conocimiento bajo, el 22%(56) tienen un nivel de conocimiento medio y el 4%(10) tienen un nivel de conocimiento alto.

Tabla N°22

Nivel de conocimiento de las propiedades antioxidantes del fruto de aguaymanto (*Physalis peruviana*) respecto a la dimensión eficacia del fruto de aguaymanto en los usuarios del mercado Lampa de Oro en el distrito de Santa Anita Lima 2022

Nivel de conocimiento sobre eficacia		
Escala	N	%
Alto	14	5%
Medio	182	71%
Bajo	62	24%
Total	258	100%

Fuente: Propia del investigador

Interpretación:

En la tabla N°21 respecto al nivel de conocimiento sobre los efectos adversos del fruto de aguaymanto (*Physalis peruviana*) en los usuarios del mercado Lampa de Oro en el distrito de Santa Anita Lima 2022 se observa que de 258 participantes el 71%(182) tienen un nivel de conocimiento medio, el 24%(62) tienen un nivel de conocimiento bajo y el 5%(14) tienen un nivel de conocimiento alto.

IV. DISCUSIÓN

4.1. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

La presente investigación se realizó con la finalidad de dar una descripción sobre el perfil del consumidor y medir el nivel de conocimiento sobre la propiedad antioxidante del fruto de aguaymanto (*Physalis peruviana*) que tienen los usuarios del mercado Lampa de Oro, Santa Anita, debido a que es uno de los mercados más concurridos del distrito y es donde en estos se puede aplicar con facilidad los instrumentos de recolección de datos ya que reflejan lo que consumen en su dieta el ingreso mensual y otros datos importantes que definirían el estado que llevan y el conocimiento que poseen.

Respecto a los Datos obtenidos del perfil del consumidor se encontró que en cuanto a las edades en los usuarios comprendidos entre 41- 65 años se encontró más de un poco más de 50%, más del 19 % de lo que encontró Laureano *et al.* En compradores y mayor en más de un 31% en cuanto a los compradores comprendidos entre las edades de 18 – 40 años de acuerdo a su tamaño de población (3).

El 71% de los usuarios encuestados son del sexo femenino a diferencia de lo encontrado por Laureano *et al.* Que encontró que 56 % eran del sexo femenino, también Álvarez *et al.* obtuvo un resultado diferente en el que 59.36% eran del sexo femenino y 40,64% del sexo masculino de acuerdo al tamaño de sus poblaciones (3,7).

Respecto al grado de instrucción de los usuarios se encontró que 95 % de la población encuestada tenía grado primaria de los cuales se dividió en primaria completa e incompleta; cuyas cifras son 23 y 27% respectivamente a diferencia de Laureano *et al.* que obtuvo de sus encuestados consumidores un 26% del grado de instrucción primaria, también Álvarez *et al.* obtuvo un porcentaje casi parecido del 29.1%. Mientras para el grado de instrucción de secundaria se encontró el 35%, Laureano *et al.* obtuvo una cifra de 29%, por otro lado, Álvarez *et al.* encontró 26.5% de usuarios. Para el grado superior técnico/ o no universitario se obtuvo una cifra del 6 % de los encuestados mientras que Laureano *et al.* encontró un 30% en cuanto a

los consumidores, por otra parte, Álvarez *et al.* encontró un 21.1%, en cuanto al grado superior universitario se obtuvo un 6 %, muy similar de Laureano *et al.* que obtuvo un 7 %, muy diferente de Álvarez *et al.* que encontró un 20.6% de su población. Para el grado opcional otros se obtuvo un 3%, mientras que Álvarez *et al.* obtuvo un 2.7% de su población (3,7).

Respecto a los resultados obtenidos en la sección ocupación se obtuvo que 29% son amas de casa, muy similar en porcentaje a Laureano *et al.* que encontró un 27% de su población, a diferencia de Chamba M. que obtuvo un 63% de su población total (3, 26)

Respecto a los resultados obtenidos en la tabla 12 se obtuvo que más del 60% del total de encuestado consume solo porque le agrada, a diferencia de De la Cruz A. *et al.* Que encontró que el 72% de su población lo utiliza para tratamiento de otras dolencias/enfermedades (23).

Respecto a los resultados obtenidos en la tabla 13 se obtuvo que más del 70% de encuestados adquiere o empezó a consumir el fruto de aguaymanto por parte de una sugerencia de alguien o algún medio, también Díaz Y. *et al.* obtuvo un porcentaje alto respecto a su población (24).

En cuanto a los resultados obtenidos sobre los resultados generales obtenidos, siendo los participantes usuarios del mercado Lampa de Oro se tiene un conocimiento bajo de las propiedades antioxidantes del aguaymanto (*Physalis peruviana*) lo cual refleja como deficiente el conocimiento respecto a la necesidad de antioxidantes que requiere el organismo para hacerle frente a distintas enfermedades a las cuales están expuestos los usuarios del mercado debido al estilo de vida que lleva cada uno de ellos, inclusive algunos con enfermedades preexistentes, esto es preocupante ya que este fruto es accesible y permite mantener una salud en condiciones óptimas. Impi N. Obtuvo un resultado similar en cuanto a su investigación “Nivel de conocimiento sobre plantas medicinales ancestrales de los estudiantes de la Institución Educativa N° 17262 de Gereza, Condorcanqui”. También Segura F. Obtuvo un resultado bajo del 59% en cuanto al nivel de conocimiento de plantas naturales (23,25)

De acuerdo a la tabla N°18, respecto a definiciones sobre las propiedades antioxidantes del aguaymanto (*Physalis peruviana*) en los usuarios del mercado Lampa de Oro, el porcentaje obtenido fue bajo respecto al nivel intermedio y alto, es decir, la mayoría de usuarios desconoce información básica respecto a las definiciones del fruto. Rodríguez M. señala en su investigación “Importancia del conocimiento por la población de las propiedades antioxidantes en plantas” que el 81% de los individuos encuestados conoce que es un antioxidante. Por el contrario, el 19% reconoció no saber lo que era. En otra investigación, Laureano y Rodríguez. Señalan en su investigación “nivel de conocimiento empírico del uso de plantas medicinales con actividad antioxidante” el 90% de sus encuestados tienen un nivel de conocimiento medio, el 6.7% tienen un nivel de conocimiento alto y un 3.3% tienen un nivel de conocimiento bajo. Casi la mayoría de las personas en todo el mundo tiene noción de las propiedades antioxidantes de alguna parte de una planta y ello está bien saber y mejor si despertase su deseo de la búsqueda por más información. (3,4).

Los resultados de la Tabla N°19, del nivel de conocimiento sobre la actividad farmacológica del aguaymanto (*Physalis peruviana*) en los usuarios del mercado Lampa de Oro el porcentaje de resultados obtenidos fue bajo respecto nivel intermedio y bajo, es decir, también desconocen información respecto a la actividad farmacológica del fruto. Rodríguez M. señala en su investigación “Importancia del Conocimiento por la Población de las Propiedades Antioxidantes”. Que el 39% de los encuestados declara haber utilizado plantas medicinales para alguna patología en cambio el 61% declara no haber usado plantas medicinales debido a que no confían en sus propiedades medicinales (4).

Los resultados de la Tabla N°20, del nivel de conocimiento sobre los efectos adversos del aguaymanto (*Physalis peruviana*) en los usuarios del mercado, el porcentaje fue bajo respecto al nivel intermedio y alto, es decir, se conoce muy poco o no se conocen respecto a los efectos adversos del fruto. Laureano y Martínez señalan en su investigación “nivel de conocimiento empírico del uso de plantas medicinales con actividad antioxidante” sobre el consumo general de plantas medicinales de los comerciantes 33.3% no saben que las plantas medicinales

pueden causar toxicidad, 70% no saben que el consumo excesivo de plantas con actividad antioxidante podría causar alteración del sistema nervioso y estreñimiento, las razones de estos resultados podrían ser por factores como desconocimiento del modo de empleo, dosis y otros (3,4).

Los resultados de la Tabla N°21, del nivel de conocimiento sobre la eficacia de las propiedades del aguaymanto (*Physalis peruviana*) en los usuarios del mercado Lampa de Oro, el porcentaje fue Intermedio respecto al nivel Bajo y alto, es decir, se conoce muy poco o no se conoce nada con respecto a la eficacia de las propiedades del fruto. Laureano y Martínez. Señalan en su investigación “Nivel de conocimiento empírico del uso de plantas medicinales con actividad antioxidante” que un 92.5% consideran que las plantas medicinales son más efectivas que los medicamentos, el 87.1% cuando se enferman acuden a una casa naturista. Sin embargo, los resultados en cuanto a la complejidad de las preguntas para los usuarios del mercado reflejaron un nivel bajo, diferente a lo expuesto, no por desinterés sino porque necesidad de tener mayor información, capacitación, talleres u otras actividades que tengan como temas relacionados con la transmisión de información sobre las propiedades que poseen los frutos de distintas especies que produce el Perú (3,4)

4.2. CONCLUSIONES

- Se logró recopilar información útil del consumidor del fruto de aguaymanto y otros tipos de data más para usarlo con fines de estudio e investigación para determinar parámetros en cuanto en cuanto a ingresos, ocupación, ingresos mensuales y otros que son de suma importancia para la definición de cómo podría influir la calidad de vida que tiene con los beneficios y sus cuidados de su salud. En el cual se evidencio grandes obstáculos en cuanto a su economía ya que la mayoría de usuarios tiene un bajo ingreso lo cual lleva a que el usuario no goce de una buena educación y alimentación
- Se determinó que el nivel de conocimiento sobre las propiedades antioxidantes del aguaymanto (*Physalis peruviana*) en los usuarios del Mercado Lampa de Oro Santa Anita, Lima – Perú 2022 más del 50 % reflejan tener un nivel de conocimiento bajo según el criterio de calificación utilizado en el anexo A.
- Respecto al nivel de conocimiento de acuerdo a la dimensión “definiciones” de las propiedades antioxidantes del aguaymanto (*Physalis peruviana*) de los usuarios del Mercado Lampa de Oro Santa Anita, Lima – Perú 2022; el 3% del total de usuarios refleja un nivel conocimiento alto, el 22% un conocimiento medio y el 75% bajo según el criterio de calificación utilizado en el anexo.
- En el nivel de conocimiento de acuerdo a la dimensión “Actividad farmacológica” de las propiedades antioxidantes del aguaymanto (*Physalis peruviana*) de los usuarios del Mercado Lampa de Oro Santa Anita, Lima – Perú 2022, del total de usuarios demostraron tener un nivel alto de conocimiento solo el 2%. el 76% un conocimiento medio y el 70% un conocimiento bajo según el criterio de calificación utilizado en el anexo.
- En el nivel de conocimiento de acuerdo a la dimensión “Efectos adversos” de las propiedades antioxidantes del aguaymanto (*Physalis peruviana*) de los usuarios del Mercado Lampa de Oro Santa Anita, Lima – Perú 2022; existió una gran diferencia en sus niveles demostrando datos pertinentes de los

cuales más del 73% del total de usuarios demostraron tener un nivel conocimiento bajo.

- En el ultima dimensión que trata sobre “Eficacia” en cuanto al nivel de conocimiento sobre las propiedades antioxidantes del aguaymanto (*Physalis peruviana*) en los usuarios del Mercado Lampa de Oro Santa Anita, Lima – Perú 2022; más del 23% del total de usuarios demostraron tener un nivel de conocimiento bajo.

4.3. RECOMENDACIONES

Teniendo en cuenta los resultados obtenidos en el presente estudio, se recomienda lo siguiente:

1. Promover la investigación, producción científica y disposición accesible de información sobre Frutos nutritivos, temas relacionados a los beneficios, propiedades, más énfasis en la parte de compuestos, modo de consumo, almacenamiento y posibles interacciones que puedan tener con alimentos; fármacos y otros, también se recomienda mayor interés en la información relacionada a los beneficios que poseen los frutos del Perú en la población. garantizar la difusión de información accesible en todo lugar público para que los pobladores puedan saber que hay alternativas preventivas con menor costo y fácil de acceso
2. Es fundamental revisar antecedentes que guarden relación con el objetivo del presente estudio de investigación, en caso de plantas y frutos que sean del mismo género, de la misma especie y de la misma familia, ello facilitará a futuras investigaciones el logro de metas de una forma más eficiente.
3. Enfatizar en estudios clínicos y el reporte de beneficios de éstas propiedades, como también el trabajo conjunto de los municipios, también que incluyan el sector privado, en coordinación con los alcaldes, dirigentes, cooperativas y otros de los distintos poblados que hay en el Perú, que juegan un rol importante como encargados de difundir la salud pública a través de su función que cumple cada uno de ellos procurando siempre salvaguardar la salud de las personas.
4. En los estudios futuros que se hagan sobre las propiedades de un fruto se recomienda utilizar un lenguaje más asertivo y herramientas didácticas, tecnológicas y de fácil comprensión que permitan llegar a los participantes de una manera óptima para lograr los objetivos propuestos.
5. Promover la información de un fruto desconocido por muchos ya que existió desde épocas ancestrales, dar a conocer a los usuarios del mercado Lampa de Oro Santa Anita – Lima la existencia que el fruto de aguaymanto tiene gran

grandes beneficios entre ellos la capacidad antioxidante y sirve para prevenir y tratar varias enfermedades, este fruto el Perú lo produce y está al alcance de todos los bolsillos ya que se puede encontrar en Supermercados, Mercados locales, tiendas de frutas, o incluso en las calles, la información relacionada al aguaymanto(*Physalis peruviana*) es de gran utilidad para que se tome en cuenta como una alternativa ya que se puede evidenciar el bajo consumo de este fruto y esto se da por el desconocimiento que se tiene sobre él.

.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- (1) Elizabeth VZ, Angélica RV y Olivia TB. Una poderosa herramienta en la medicina preventiva del cáncer: los antioxidantes. *El Residente* 2017; 12(3):104-110 Disponible en: <https://www.medigraphic.com/cgi-bin/new/resumen.cgi?IDARTICULO=75579#:~:text=Las%20evidencias%20de%20participaci%C3%B3n%20del,de%20diversos%20tipos%20de%20c%C3%A1ncer.>
- (2) Iglesias Navas, M. A., Estrada López, H. E., & Bahamón Muñeton, M. J. 2017 Oportunidades de mercado para alimentos nutraceuticos desde la psicología del consumidor. *Revista GEON (Gestión, Organizaciones Y Negocios)*, 4(2), 81-87. Disponible en: <https://doi.org/10.22579/23463910.25>
- (3) Laureano H, Martínez L. “nivel de conocimiento empírico del uso de plantas medicinales con actividad antioxidante en el mercado primero de noviembre del distrito de Satipo - Junín 2020”. [Tesis para optar por el grado de Químico Farmacéutico]. Lima: Universidad María auxiliadora. 2020; 66. Disponible en: <https://repositorio.uma.edu.pe/handle/20.500.12970/308?show=full>
- (4) Maite Rodriguez Díaz. Importancia del Conocimiento por la Población de las Propiedades Antioxidantes en Plantas Nativas de Chile, *Contribuciones Científicas y Tecnológicas*. 2020; 45 (1): 29-33. Disponible en: <https://www.revistas.usach.cl/ojs/index.php/contribuciones/article/view/4628>
- (5) Cayllahua E. Cutisaca J. “Nivel de conocimiento empírico del uso de plantas medicinales con actividad diurética en el mercado 24 de junio del distrito de El agustino, 2020” [Tesis para optar el grado de bachiller]. Lima: Universidad María auxiliadora. 2020; 78. Disponible en: <https://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/3016207>
- (6) Chauca M, Segundo G y Chávez Q. Fenoles y capacidad antioxidante de *Psidium guajava*, *Vaccinium myrtillus*, *Selenicereus megalanthus* y *Physalis peruviana* de diferentes procedencias. *Bioagro*. 2020; 32(3): 225-230.

Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7901984>

- (7) Alvarez W., Chalco E. "Nivel de conocimiento de las propiedades antioxidantes de las frutas nativas y su consumo en adultos mayores usuarios del mercado san pedro BELLAVISTA-CALLAO, JUNIO 2021". [Tesis para optar por el grado de Químico Farmacéutico]. Lima: Universidad INTERAMERICANA PARA EL DESARROLLO. 2021; 107. Disponible en: http://repositorio.unid.edu.pe/bitstream/handle/unid/209/T117_73012560_T%20%20%20%20%20T117_25603266_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- (8) Obregón A. Elias, Contreras E, Constanza G, Bracamonte M. Características fisicoquímicas, nutricionales y morfológicas de frutas nativas. Revista de Investigaciones Altoandinas. 2021; 3 (1)17-25. Disponible en: http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=S2313-29572021000100017&script=sci_arttext
- (9) Aguilar O, Castillo C, Díaz R, Nieto A y Méndez D. Antioxidantes e inhibición de radicales libres: lipoperoxidación y carbonilación. Mexican Journal of Biotechnology. 2018; 3(1): 60-72. Disponible en: <https://biblat.unam.mx/es/revista/mexican-journal-of-biotechnology/articulo/antioxidantes-e-inhibicion-de-radicales-libres-lipoperoxidacion-y-carbonilacion>
- (10) Teresa Y, Taipe I. Capacidad antioxidante del aguaymanto (*Physalis peruviana* L.) En tres presentaciones para el consumo humano. [Tesis para optar por el grado de magister]. Lima: Universidad Femenina del Sagrado Corazón; 2020 Disponible en: <https://repositorio.unife.edu.pe/repositorio/handle/20.500.11955/725#:~:text=Lo%20resultados%20muestran%20que%20la,12.69%20y%2017.73%20mg%2FmL.>
- (11) Velasquez C, Velasquez E. Evaluación de las características fisicoquímicas del Aguaymanto (*Physalis Peruviana* L.) de la zona Andina

- y Selva en diferentes estados de madurez, 2017. [Tesis para optar por el grado de bachiller]. Huancayo: Universidad Nacional del Centro del Perú; 2017. Disponible en: <https://repositorio.uncp.edu.pe/handle/20.500.12894/1593>
- (12) Galina Hidalgo, Miguel Ángel. "Estrés oxidativo y antioxidantes." Avances en Investigación. 2018, (22); 47. Disponible en: https://www.ucol.mx/conocenos/buscar.htm?cx=008220538144971964399%3Amwxy_s7mt4u&cof=FORID%3A10&ie=UTF-8&q=Estr%C3%A9s+oxidativo+y+antioxidantes&cx=008220538144971964399%3Amwxy_s7mt4u&cof=FORID%3A10&ie=UTF-8
- (13) Eréndira V, Figueroa I, Sosa M, Bartolomé C, Martínez F y García P. Polifenoles: propiedades antioxidantes y toxicológicas. Revista de la Facultad de Ciencias Químicas. (Buenos Aires) 2017; (16) :1390-1869. Disponible en: <https://publicaciones.ucuenca.edu.ec/ojs/index.php/quimica/article/view/1583>
- (14) Vásquez R. Virginia D. "Perfil del consumidor de productos alimenticios saludables en la ciudad de Trujillo, en el año 2018" [Tesis para optar por el grado de bachiller] Trujillo. Universidad Privada del Norte. Disponible en: <https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/14902>
- (15) Zanotti A., Zanette C. Perfil socioeconómico de consumidores de productos naturales. Virvi Ramos [Internet]. 2018 [consultado 5 Mar. 2022] Vol 6. 64 – 71p Disponible en: <https://www.virviramamos.com.br/ensino-e-pesquisa/revista-virvi-ramos>
- (16) Caneiro A., "Perfil del consumidor de plantas medicinales en el municipio de Comodoro-MT". [Tesis para optar por el grado de Licenciado en Agronomía]. Vilhena, Brasil. 2019. <http://repositorio.fama-ro.com.br/handle/123456789/102>

- (17) Hossam B, Heba I. Mohamed y Gehan S, Mohammed Gamal. Composición química y actividad biológica de *Physalis peruviana* L. *Gesunde Pflanzen*. 2019; (71): 113–122. Disponible en: <https://link.springer.com/article/10.1007/s10343-019-00456-8>
- (18) Vallejo Z, Juarez J y Arroyo J. Evaluación de la actividad antiinflamatoria de un gel con extracto de cálices de *Physalis peruviana* “aguaymanto”. *Ciencia e Investigación*. 2019; 22(1): 5-10. Disponible en: <https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/farma/article/view/1689>
- (19) Velásquez F, Rafael D. y Ramirez E. Efecto del tiempo y temperatura de almacenamiento en los parámetros físico-químicos y de color de frutos de aguaymanto (*Physalis peruviana*) *Revista de Invest. Agropecuaria Science and Biotechnology* ISSN:2788-6913 vol. 2, No. 01 Enero- Marzo 2022 29-38 Disponible en: <http://revistas.untrm.edu.pe/index.php/RIAGROP>
- (20) Chau M, Herrera O, Condorhuamán M. Actividad antioxidante in vitro, de diferentes extractos del fruto de *Physalis peruviana* L. (aguaymanto). *REV PERU MED INTEGRATIVA*. 2019; 4(1):22-7. <https://pesquisa.bvsalud.org/portal/resource/pt/biblio-1145753>
- (21) Hernández, Fernández. *Metodología de la Investigación*. 3era edición Colombia Editorial Mc Graw Hill. 2010. p705 Disponible en: https://www.academia.edu/36750638/METODOLOGIA_DE_LA_INVESTIGACION_Hern%C3%A1ndez_Fernandez_y_Babtista_5ta_Edicion
- (22) Impi Puagchig N. “Nivel de conocimiento sobre plantas medicinales ancestrales de los estudiantes de la Institución Educativa N° 17262 de Gereza, Condorcanqui, 2019” [tesis para obtener el título profesional de licenciado en educación primaria intercultural bilingüe] Chachapoyas: UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRÍGUEZ DE MENDOZA DE AMAZONAS 2019, 68. Disponible en:

<https://repositorio.untrm.edu.pe/handle/20.500.14077/2572#:~:text=Los%20resultados%20muestran%20que%20el,formas%20de%20proteger%20estas%20plantas.>

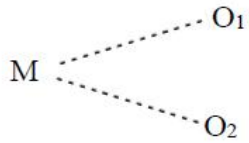
- (23) De la Cruz A. Castillo, Mostacero J. Uso de plantas medicinales para la cura de enfermedades y/o dolencias: El caso del poblador de la provincia de Trujillo, Perú. Revista Manglar- Universidad de tumbes 2019. Disponible en:
<https://erp.untumbes.edu.pe/revistas/index.php/manglar/article/view/127/230>
- (24) Díaz Y., Torrencilla R., Peña M., Molina J., Quintana L. Nivel de conocimiento y aplicación de la Medicina Natural y Tradicional en adultos mayores. Revista de Ciencias Médicas de Pinar del Río, [S.l.], v. 25, n. 6, p. e5129, dic. 2021. ISSN 1561-3194. Disponible en:
<http://revcmpinar.sld.cu/index.php/publicaciones/article/view/5129/pdf>
- (25) Segura F. “Nivel de conocimiento de los estudiantes sobre plantas naturales en afecciones orales del IESPP José Faustino Sánchez Carrión, Huamachuco2020” [tesis para obtener el título profesional de CIRUJANO DENTISTA] Trujillo: UNIVERSIDAD PRIVADA ANTENOR ORREGO 2010, 54. Disponible en:
https://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/20.500.12759/7517/1/REP_FIOR ELLA.SEGURA_PLANTAS.NATURALES.EN.AFECCIONES.pdf
- (26) Chamba M., Mora G., Paccha C., Reyes E. CONOCIMIENTOS, ACTITUDES Y PRÁCTICAS DE LA MEDICINA ANCESTRAL EN LA POBLACIÓN DE CASACAY ECUADOR, Rev. Tzhoecoen Octubre – diciembre 201 v. 11, n. 4, p. e5129, dic. 2021. ISSN: 1997-8731 Disponible en: <https://revistas.uss.edu.pe/index.php/tzh/article/view/1237>

ANEXOS

Anexo A: Operacionalización de variables

VARIABLE	TIPO VARIABLE SEGUN SU NATURALEZA	ESCALA DE MEDICION	NATURALEZA	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	UNIDAD DE MEDIDA	INDICADORES	VALOR DE LOS PUNTAJE
Perfil del consumidor del aguaymanto (<i>Physalis peruviana</i>)	Variable Cualitativa	Nominal	Cualitativa	Es un conjunto de características relevantes que definen e identifican al consumidor.	Perfil del consumidor se podrá recolectar datos del encuestado (usuarios)	Datos socio-demográficos	Alternativas de opción múltiple y opcional	7 ITEMS	Sin puntaje
						Frecuencia de uso	Alternativas de opción múltiple y opcional	5 ITEMS	
						Motivo de consumo	Alternativas de opción múltiple y opcional	6 ITEMS	
Nivel de conocimiento sobre la propiedad antioxidante del fruto de Aguaymanto	Variable Cualitativa	Ordinal	Cualitativa	Es la capacidad cognitiva del hombre sobre el nivel de información que maneja los usuarios sobre la propiedad antioxidante que posee el fruto aguaymanto para prevenir, tratar diferentes enfermedades	Nivel de conocimiento sobre la propiedad antioxidante del fruto aguaymanto se podrá medir a través de un instrumento que está constituido por un cuestionario de 20 preguntas cada una con una sola respuesta.	Definiciones	Alternativas de opción multiple	10 ITEMS (1 al 10)	Alto 17 -20 Medio 12 – 16 Bajo 0 - 11
						Actividad farmacológica	Alternativas de opción multiple	5 ITEMS (11 al 15)	
						Efectos adversos	Alternativas de opción multiple	2 ITEMS (16 al 17)	
						Eficacia	Alternativas de opción multiple	3 ITEMS (18 al 20)	

Anexo B: Matriz de consistencia

TEMA: Perfil del consumidor y nivel de conocimiento de las propiedades antioxidantes del fruto de aguaymanto (<i>Physalis peruviana</i>) en usuarios del mercado Lampa de Oro Santa Anita, Lima - Perú, 2022			
Problema General	Objetivo general	Variables y dimensiones	Metodología
¿Cuál es el perfil del consumidor y cuál es su nivel de conocimiento acerca de las propiedades antioxidantes del fruto de aguaymanto (<i>Physalis peruviana</i>) en usuarios del mercado Lampa de Oro Santa Anita, Lima - Perú, 2022?	Identificar cual es el perfil del consumidor y determinar el nivel de conocimiento acerca de las propiedades antioxidantes del fruto de aguaymanto (<i>Physalis peruviana</i>) en usuarios del mercado Lampa de Oro Santa Anita, Lima - Perú, 2022?	Variables Variable 1: Perfil del consumidor del fruto de aguaymanto (<i>Physalis peruviana</i>) en los usuarios del Mercado Lampa de Oro.	Alcance de la investigación: 1. Dirigido a usuarios del mercado Lampa de Oro 2. Para los estudiantes de la Universidad María Auxiliadora 3. Para el público lector
Problemas específicos	Objetivos específicos		Método de la investigación: ➤ Descriptivo de corte transversal
<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuál es el perfil del consumidor y cuál es su nivel de conocimiento acerca de las propiedades antioxidantes del fruto de aguaymanto (<i>Physalis peruviana</i>) en la dimensión definición en usuarios del mercado Lampa de Oro Santa Anita, Lima - Perú, 2022? • ¿Cuál es el perfil del consumidor y cuál es su nivel de conocimiento acerca de las propiedades antioxidantes del fruto de aguaymanto (<i>Physalis peruviana</i>) en la dimensión acción farmacológica en 	<ul style="list-style-type: none"> • Identificar cual es el perfil del consumidor y determinar el nivel de conocimiento sobre la definición acerca de las propiedades antioxidantes del fruto de aguaymanto (<i>Physalis peruviana</i>) en usuarios del mercado Lampa de Oro Santa Anita, Lima - Perú, 2022 • Identificar cual es el perfil del consumidor y determinar el nivel de conocimiento sobre la acción farmacológica acerca de las propiedades antioxidantes del fruto de aguaymanto (<i>Physalis peruviana</i>) en usuarios del mercado Lampa de Oro 	Variable 2: Nivel de conocimiento de las propiedades antioxidantes del fruto de aguaymanto (<i>Physalis peruviana</i>) en los usuarios del Mercado Lampa de Oro. Dimensiones <ul style="list-style-type: none"> ➤ Definición ➤ Acción farmacológica ➤ Efectos adversos ➤ Eficacia 	 <p>Donde: M: usuarios del mercado Lampa de Oro – Santa Anita O1: Información relevante o de interés que recogemos de la muestra Perfil del consumidor. O2: Información relevante sobre el nivel de conocimiento: ➤ La población de estudio estará conformada por los usuarios del Mercado Lampa de Oro en tu total de 258</p> <p>Muestra: ➤ Probabilística: Conformada por</p>

<p>usuarios del mercado Lampa de Oro Santa Anita, Lima - Perú, 2022?</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuál es el perfil del consumidor y cuál es su nivel de conocimiento acerca de las propiedades antioxidantes del fruto de aguaymanto (<i>Physalis peruviana</i>) en la dimensión efectos adversos en usuarios del mercado Lampa de Oro Santa Anita, Lima - Perú, 2022? • ¿Cuál es el perfil del consumidor y cuál es su nivel de conocimiento acerca de las propiedades antioxidantes del fruto de aguaymanto (<i>Physalis peruviana</i>) en la dimensión eficacia en usuarios del mercado Lampa de Oro Santa Anita, Lima - Perú, 2022? 	<p>Santa Anita, Lima - Perú, 2022</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identificar cual es el perfil del consumidor y determinar el nivel de conocimiento sobre los efectos adversos acerca de las propiedades antioxidantes del fruto de aguaymanto (<i>Physalis peruviana</i>) en usuarios del mercado Lampa de Oro Santa Anita, Lima - Perú, 2022 • Identificar cual es el perfil del consumidor y determinar el nivel de conocimiento sobre la eficacia acerca de las propiedades antioxidantes del fruto de aguaymanto (<i>Physalis peruviana</i>) en usuarios del mercado Lampa de Oro Santa Anita, Lima - Perú, 2022 		<p>258 usuarios.</p> <p>Técnicas de recopilación de información:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ La técnica que se utilizará es la Encuesta y el instrumento será el Cuestionario. <p>Técnicas de procesamiento de información:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Los datos recolectados fueron procesados en Microsoft Excel 2016, para luego utilizando el software SPSS versión 26. ➤ Los resultados se presentan en gráficos para su análisis e interpretación de datos considerando el marco teórico
---	---	--	--

Anexo C: Instrumentos de recolección de datos

Antes de aplicar los cuestionarios, deberá verificarse que el encuestado consuma el fruto aguaymanto (*Physalis peruviana*).

Cuestionario

PERFIL DEL CONSUMIDOR Y NIVEL DE CONOCIMIENTO DE LAS PROPIEDADES ANTIOXIDANTES DEL FRUTO DE AGUAYMANTO (*Physalis peruviana*) EN USUARIOS DEL MERCADO LAMPA DE ORO SANTA ANITA, LIMA - PERÚ, 2022

Estimado usuario:

La información obtenida será de carácter confidencial y la información que nos proporcione será de utilidad para el desarrollo del presente estudio.

Instrucciones:

Lea atentamente cada pregunta y marque con una "X" la respuesta que considere correcta y especifique se en caso considere necesario.

PERFIL DEL CONSUMIDOR

CUESTIONARIO

I. DATOS SOCIODEMOGRÁFICOS

¿Qué edad tiene?

- a) De 18 a 30 años
- b) De 31 a 40 años
- c) De 41 a 50 años
- d) De 51 a 60 años
- e) Mayor de 60 años

Sexo

- a) Femenino

b) Masculino

¿En qué región geográfica del Perú nació?

Departamento / Provincia / Distrito

_____ / _____ / _____

Grado de instrucción

- a) Primaria completa
- b) Primaria incompleta
- c) Secundaria completa
- d) Secundaria incompleta
- e) Superior técnica
- f) Superior universitaria
- g) Otro: _____

Ocupación

- a) Trabajador
- b) Estudiante
- c) Ama de casa
- d) Otro _____

Ingreso mensual

- a) 400-800
- b) 801-1000
- c) 1001-1500
- d) 1501-2000

e) 2001 - 4000

f) 4000 a mas

g) Otro: _____

II. FRECUENCIA DE USO

¿Con que frecuencia consume el fruto aguaymanto (*Physalis peruviana*)?

- a) Menor igual a 1 vez por semana
- b) 2 veces por semana
- c) 3 veces por semana
- d) Más de 3 veces por semana
- e) Todos los días

¿Usted ha consumido los productos procesados a base del fruto aguaymanto (*Physalis peruviana*) que están disponibles en el mercado peruano?

- a) Si
- b) No

¿En qué forma consume el fruto aguaymanto (*Physalis peruviana*)?

- a) Licuado
- b) Entero
- c) Polvo (harina)
- d) Otros _____

¿Cómo adquiere el fruto aguaymanto (*Physalis peruviana*)?

- a) En mercados locales.
- b) En supermercados.
- c) En la calle (venta ambulante)
- d) Lo trae del interior del país (otras regiones)

e) Otros_____

¿Consume el aguaymanto acompañado a otros productos?

- a) Ensaladas de frutas
- b) Licuado con otros frutos
- c) Bebidas con alcohol (cocteles)
- d) Otros_____

III. MOTIVO PARA EL CONSUMO

Usted consume el fruto aguaymanto (*Physalis peruviana*) para tratar alguna de las afecciones siguientes:

- a) Infecciones a la piel
- b) La Diabetes
- c) Para el hígado y los riñones
- d) Dolores articulares
- e) Solo lo consumo porque me gusta el sabor
- f) Otros_____

¿Por qué llego a consumir el fruto aguaymanto (*Physalis peruviana*)?

- a) Recomendación del médico
- b) Recomendación de un familiar o conocido
- c) Propaganda escuché que tenía grandes beneficios
- d) Otros_____

¿Qué beneficios tiene para usted el fruto aguaymanto (*Physalis peruviana*)?

- a) Tiene grandes atributos diuréticos
- b) Importante fuente de vitaminas y minerales
- c) Potente antioxidante
- d) Excelente antidiabético
- e) No conozco sus beneficios

f) Otros _____

¿Conoce las ventajas y desventajas de consumir el fruto aguaymanto (*Physalis peruviana*)?

- a) No
- b) Si
- c) Otros _____

¿Qué impacto considera usted generaría el incluir el aguaymanto a su dieta de frutas?

- a) Disminuye el estrés
- b) Disminuye el nivel de colesterol y triglicéridos en la sangre
- c) Retarda el envejecimiento de las células
- d) No estoy seguro
- e) Otros _____

En base a la satisfacción y/o beneficios obtenidos con el aguaymanto, ¿Qué tan probable es que recomiende el consumo de éste?

- a) Totalmente probable
- b) Probable
- c) Poco probable
- d) Nada probable

NIVEL DE CONOCIMIENTO

Cuestionario

Marque con "X" la respuesta que considere correcta:

I. DEFINICIONES:

1. **¿El fruto aguaymanto (*Physalis peruviana*) es originario del Perú?**
 - a) Si
 - b) No
 - c) No lo sé
2. **¿El fruto aguaymanto (*Physalis peruviana*) retarda y previene el daño celular por oxidación (retrasa el envejecimiento celular)?**
 - a) Si
 - b) No
 - c) No lo sé
3. **¿Una dieta con el fruto de aguaymanto llegaría a cubrir una parte de los requerimientos antioxidantes que se necesita?**
 - a) Si
 - b) No
 - c) No lo sé
4. **¿El color anaranjado oreado es un indicativo del estado de madurez del fruto aguaymanto (*Physalis peruviana*)?**
 - a) Si
 - b) No
 - c) No lo sé
5. **¿El fruto aguaymanto (*Physalis peruviana*) contiene fibra, vitaminas, minerales, proteína vegetal, fosforo y otros nutrientes?**

- a) Si
- b) No
- c) No lo sé

6. Al momento de poner el fruto aguaymanto (*Physalis peruviana*) a temperaturas altas de almacenamiento, cocción, trituración. ¿Pueden afectarse la mayor parte de sus nutrientes?

- a) Si
- b) No
- c) No lo sé

7. ¿Consumir el fruto aguaymanto (*Physalis peruviana*) te ayudaría a reducir problemas reumáticos?

- a) Si
- b) No
- c) No lo sé

8. ¿Consumir el fruto aguaymanto (*Physalis peruviana*) te ayudaría a reducir el cansancio mental, la depresión y a regular los niveles de glucosa en sangre?

- a) Si
- b) No
- c) No lo sé

9. ¿Consumir el fruto aguaymanto (*Physalis peruviana*) ayudaría en el fortalecimiento de huesos y dientes?

- a) Si
- b) No
- c) No lo sé

10. ¿Consumir el fruto aguaymanto (*Physalis peruviana*) ayudaría con la prevención y el tratamiento de enfermedades hepáticas y renales?

- a) Si

- b) No
- c) No lo sé

II. ACTIVIDAD FARMACOLÓGICA

11. ¿El fruto aguaymanto (*Physalis peruviana*) tiene la capacidad de mantener un equilibrio celular y/o reparar el daño celular?

- a) Si
- b) No
- c) No lo sé

12. ¿El fruto aguaymanto (*Physalis peruviana*) puede reducir el riesgo a desarrollar cáncer, al disminuir el estrés oxidativo y dar un equilibrio interno?

- a) Si
- b) No
- c) No lo sé

13. ¿El fruto aguaymanto (*Physalis peruviana*) ayuda a curar los tejidos dañados y combatir las infecciones (reforzando el sistema inmunológico)?

- a) Si
- b) No
- c) No lo sé

14. Por su propiedad antioxidante el fruto aguaymanto (*Physalis peruviana*) ¿puede prevenir las enfermedades cardiovasculares, el alzhéimer (Enfermedad progresiva que afecta a la memoria y otras importantes funciones mentales.) y otras dolencias crónicas?

- a) Si
- b) No

c) No lo sé

15. ¿El fruto aguaymanto (*Physalis peruviana*) mejora los niveles hormonales y aumenta la fertilidad en mujeres?

a) Si

b) No

c) No lo sé

III. EFECTOS ADVERSOS

16. ¿El consumo de aguaymanto podría causar efectos adversos como disminuir o incrementar la acción de los medicamentos?

a) Si

b) No

c) No lo sé

17. ¿El consumo de aguaymanto todos los días sería tóxico ya que contiene compuestos que causarían efectos negativos para la salud?

a) Si

b) No

c) No lo sé

IV. EFICACIA

18. ¿El aguaymanto por sus propiedades antioxidantes previene enfermedades como el sobrepeso, enfermedades degenerativas y lesiones?

a) Si

b) No

c) No lo sé

19. Para aprovechar las propiedades del aguaymanto este fruto se debería consumir:

- a) De manera directa naturalmente sin someterlo a ningún proceso
- b) De forma deshidratada o desecada (fruta seca)
- c) De forma procesada (bebidas, harinas, suplementos y otros)
- d) Todas son correctas
- e) No sé la respuesta

20. ¿El aguaymanto gracias a su propiedad antioxidante ayuda a mantener, formar huesos y cartílagos más fuertes previniendo enfermedades como la osteoporosis (los huesos se debilitan y se vuelven frágiles)?

- a) Si
- b) No
- c) No lo sé

Respuestas del cuestionario de nivel de conocimiento:

1. A	2. A	3. A	4. A
5. A	6. A	7. A	8. A
9. A	10. A	11. A	12. A
13. A	14. A	15. A	16. A
17. A	18. A	19. D	20. A

Anexo D: Consentimiento informado

UNIVERSIDAD MARIA AUXILIADORA
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD
ESCUELA PROFESIONAL DE FARMACIA Y BIOQUIMICA

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Al firmar el presente documento doy mi consentimiento para participar de este proyecto de investigación que lleva por título, “Perfil del consumidor y nivel de conocimiento de las propiedades antioxidantes del fruto de aguaymanto (*Physalis Peruviana*) en usuarios del mercado Lampa de Oro Santa Anita, Lima - Perú, 2022”

Se me notifica e informa que la presente encuesta a desarrollar es de manera voluntaria; y que después de iniciada el mismo, si decido no continuar puedo hacerlo en el momento que desee. Así mismo la información que brinde en mis respuestas no serán reveladas a nadie y que no se me identificará en ningún informe; en caso de tener alguna duda sobre la encuesta o alguna información adicional podré consultar al investigador y el me proporcionará la información que solicito.


.....

Firma del participante

.....

Firma del investigado

Anexo E: Ficha de validación del Instrumento

UNIVERSIDAD MARÍA AUXILIADORA FACULTAD DE CIENCIAS DE SALUD Escuela Profesional de Farmacia y Bioquímica							
FICHA DE VALIDACIÓN							
Nombre del instrumento de evaluación	Autores del instrumento						
Perfil del consumidor y nivel de conocimiento de las propiedades antioxidantes del fruto de aguaymanto (<i>Physalis Peruviana</i>).	- MORENO QUICAÑO LUIS MANUEL - YALLE OSORIO, GABRIEL JHONATAN						
Título de investigación:							
PERFIL DEL CONSUMIDOR Y NIVEL DE CONOCIMIENTO DE LAS PROPIEDADES ANTIOXIDANTES DEL FRUTO DE AGUAYMANTO (<i>Physalis Peruviana</i>) EN USUARIOS DEL MERCADO LAMPA DE ORO SANTA ANITA, LIMA - PERÚ, 2022							
I. ASPECTOS DE VALIDACIÓN							
Después de revisado el instrumento, es valiosa su opinión acerca de lo siguiente:							
	Menos de 50	50	60	70	80	90	100
1. ¿En qué porcentaje estima usted que con esta prueba se logrará el objetivo propuesto?	()	()	()	()	()	(X)	()
2. ¿En qué porcentaje considera que los ítems están referidos a los conceptos del tema?	()	()	()	()	()	(X)	()
3. ¿Qué porcentaje de los ítems planteados son suficientes para lograr los objetivos?	()	()	()	()	()	(X)	()
4. ¿En qué porcentaje, los ítems de la prueba son de fácil comprensión?	()	()	()	()	()	(X)	()
5. ¿En qué porcentaje los ítems siguen una secuencia lógica?	()	()	()	()	()	(X)	()
6. ¿En qué porcentaje valora usted que con esta prueba se obtendrán datos similares en otras muestras?	()	()	()	()	()	(X)	()
I. SUGERENCIAS							
1. ¿Qué ítems considera usted que deberían agregarse? ... Ninguno							
2. ¿Qué ítems considera usted que podrían eliminarse? Ninguno.....							
3. ¿Qué ítems considera usted que deberían reformularse o precisarse mejor? Ninguno.....							
Fecha: 10 de junio del 2022							
Validado por: Siancas Tao, Norío							
Firma:.....							

FICHA DE VALIDACIÓN

Nombre del instrumento de evaluación	Autores del instrumento
Perfil del consumidor y nivel de conocimiento de las propiedades antioxidantes del fruto de aguaymanto (<i>Physalis Peruviana</i>)	<ul style="list-style-type: none"> - MORENO QUICAÑO LUIS MANUEL - YALLE OSORIO, GABRIEL JHONATAN

Título de investigación:

PERFIL DEL CONSUMIDOR Y NIVEL DE CONOCIMIENTO DE LAS PROPIEDADES ANTIOXIDANTES DEL FRUTO DE AGUAYMANTO (*Physalis Peruviana*) EN USUARIOS DEL MERCADO LAMPA DE ORO SANTA ANITA, LIMA - PERÚ, 2022

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

Después de revisado el instrumento, es valiosa su opinión acerca de lo siguiente:

	Menos de 50	50	60	70	80	90	100
1. ¿En qué porcentaje estima usted que con esta prueba se logrará el objetivo propuesto?	()	()	()	()	()	(X)	()
2. ¿En qué porcentaje considera que los ítems están referidos a los conceptos del tema?	()	()	()	()	()	(X)	()
3. ¿Qué porcentaje de los ítems planteados son suficientes para lograr los objetivos?	()	()	()	()	()	(X)	()
4. ¿En qué porcentaje, los ítems de la prueba son de fácil comprensión?	()	()	()	()	()	(X)	()
5. ¿En qué porcentaje los ítems siguen una secuencia lógica?	()	()	()	()	()	(X)	()
6. ¿En qué porcentaje valora usted que con esta prueba se obtendrán datos similares en otras muestras?	()	()	()	()	()	(X)	()

III. SUGERENCIAS

1. ¿Qué ítems considera usted que deberían agregarse?
.....
2. ¿Qué ítems considera usted que podrían eliminarse?
.....
3. ¿Qué ítems considera usted que deberían reformularse o precisarse mejor?
.....

Fecha: 13-06-22

Validado por: Mg. María Martha Hernández Peves

Firma:



FICHA DE VALIDACIÓN

Nombre del instrumento de evaluación	Autores del instrumento
Perfil del consumidor y nivel de conocimiento de las propiedades antioxidantes del fruto de aguaymanto (<i>Physalis Peruviana</i>)	<ul style="list-style-type: none"> - MORENO QUICAÑO LUIS MANUEL - YALLE OSORIO, GABRIEL JHONATAN

Título de investigación:
 PERFIL DEL CONSUMIDOR Y NIVEL DE CONOCIMIENTO DE LAS PROPIEDADES ANTIOXIDANTES DEL FRUTO DE AGUAYMANTO (*Physalis Peruviana*) EN USUARIOS DEL MERCADO LAMPA DE ORO SANTA ANITA, LIMA - PERÚ, 2022

IV. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

Después de revisado el instrumento, es valiosa su opinión acerca de lo siguiente:

	Menos de 50	50	60	70	80	90	100
1. ¿En qué porcentaje estima usted que con esta prueba se logrará el objetivo propuesto?	()	()	()	()	()	(X)	()
2. ¿En qué porcentaje considera que los ítems están referidos a los conceptos del tema?	()	()	()	()	()	(X)	()
3. ¿Qué porcentaje de los ítems planteados son suficientes para lograr los objetivos?	()	()	()	()	()	()	(X)
4. ¿En qué porcentaje, los ítems de la prueba son de fácil comprensión?	()	()	()	()	()	(X)	()
5. ¿En qué porcentaje los ítems siguen una secuencia lógica?	()	()	()	()	()	(X)	()
6. ¿E n qué porcentaje valora usted que con esta prueba se obtendrán datos similares en otras muestras?	()	()	()	()	()	(X)	()

V. SUGERENCIAS

1. ¿Qué ítems considera usted que deberían agregarse?

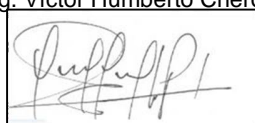
2. ¿Qué ítems considera usted que podrían eliminarse?

3. ¿Qué ítems considera usted que deberían reformularse o precisarse mejor?

Fecha: 18 de junio de 2022

Validado por: Mg. Víctor Humberto Chero Pacheco

Firma:



Anexo F: Carta de presentación sellada

 UNIVERSIDAD MARÍA AUXILIADORA

"Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional"

San Juan de Lurigancho 20 de julio del 2022

CARTA N°146-2022/ EPFYB-UMA

Sr.
CARLOS HUATUCO CARO
Presidente de Mercado Lampa de Oro
Santa Anita
Presente. -

De mi especial consideración:

Es grato dirigirme a usted para saludarlo en nombre propio y de la Universidad María Auxiliadora, a quien represento en mi calidad de Director de la Escuela de Farmacia y Bioquímica.

Sirva la presente para pedir su autorización a que los bachilleres: YALLE OSORIO, Gabriel Jhonatan, DNI 73068787 y MORENO QUICAÑO, Luis Manuel, DNI 47455657 puedan recopilar datos para su proyecto de tesis titulado: **"PERFIL DEL CONSUMIDOR Y NIVEL DE CONOCIMIENTO DE LAS PROPIEDADES ANTIOXIDANTES DEL FRUTO DE AGUAYMANTO (*Physalis peruviana*) EN USUARIOS DEL MERCADO LAMPA DE ORO SANTA ANITA, LIMA- PERÚ, 2022"**.

Sin otro particular, hago propicio la ocasión para expresarle los sentimientos de mi más alta consideración y estima.

Atentamente,



Dr. Jhonnel Samaniego Joaquin
Director de la Escuela Profesional de
Farmacia y Bioquímica





Av. Canto Bello 431, San Juan de Lurigancho
Telf: 389 1212
www.umaperu.edu.pe

LGC/jlr

Anexo G: Trabajo de campo

Imagen 1



Imagen 2

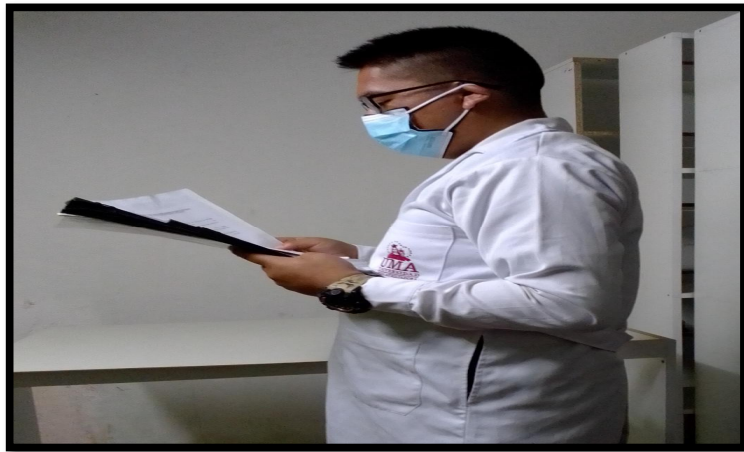


Imagen 3

