

## RESUMEN

Autor [Figueroa Escorza, S.K.](#)  
Autor corporativo [Universidad Nacional Agraria La Molina, Lima \(Peru\). Facultad de Economía y Planificación](#)  
Título [Influencia del packing en el comportamiento del consumidor del producto Néctar La Molina del INDDA \[Instituto de Desarrollo Agroindustrial\]](#)  
Impreso Lima : UNALM, 2018

### Copias

Ubicación	Código	Estado
Sala Tesis	<a href="#">E70. F5 - T</a>	USO EN SALA
Descripción	255 p. : 110 fig., 49 tablas, 52 ref. Incluye CD ROM	
Tesis	Tesis (Ing Gestión Empresarial)	
Bibliografía	Facultad : Economía y Planificación	
Sumario	Sumarios (En, Es)	
Materia	<a href="#">JUGO DE FRUTAS</a> <a href="#">ETIQUETADO DE ALIMENTOS</a> <a href="#">ENVASADO</a> <a href="#">CONSUMIDORES</a> <a href="#">NECTAR</a> <a href="#">DISEÑO</a> <a href="#">NORMAS</a> <a href="#">TECNICAS DE MERCADEO</a> <a href="#">EVALUACION</a> <a href="#">VIABILIDAD ECONOMICA</a> <a href="#">PERU</a> <a href="#">NECTAR DE FRUTAS</a> <a href="#">PACKING</a> <a href="#">COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR</a>	
Nº estándar	PE2018000837 B / M EUVZ E70	

El objetivo de la presente investigación fue diseñar una nueva etiqueta (packing) para el Néctar La Molina del Instituto de Desarrollo Agroindustrial, con la finalidad de proponer lineamientos de acción que promuevan el comportamiento positivo del consumidor hacia el producto, eviten la competencia desleal y que mejoren la diferenciación del producto y la seguridad alimentaria del consumidor. El estudio fue realizado mediante la aplicación de una lista de verificación de los requisitos normativos vigentes, una encuesta de mercado y análisis descriptivo y documental. Los resultados del estudio mostraron que el rotulado actual tiene una incorrecta descripción de la naturaleza del producto y de las declaraciones presentadas, se encontraron deficiencias mercadotécnicas relacionadas con el producto que no van acorde a las expectativas del mercado analizado. Finalmente se propone la colocación de estímulos en el ambiente de acuerdo a la mezcla de marketing y el diseño de una nueva etiqueta que ayuden a superar las deficiencias encontradas, con el menor tiempo e inversión posible, y con gran incidencia en la calidad del producto final.

### Abstract

The objective of this research focuses on designing a new label (packing) for the Nectar La Molina of the Agroindustrial Development Institute, in order to propose guidelines that promote the positive behavior of the consumer towards the product, avoid unfair competition and that improve product differentiation and consumer food safety. The study was conducted through the application of a current regulatory requirements checklist, a market survey and descriptive and

documentary analysis. The results of the study showed that the current labeling has an incorrect description of the nature of the product and of the nutrition and health claims, marketing deficiencies related to the product were found that do not match the expectations of the market analyzed. Finally, the placement of stimuli in the environment is proposed according to the marketing mix and the design of a new label that helps to overcome the deficiencies found, with the least possible time and investment, and with a great impact on the quality of the final product.