

Urkund Analysis Result

Analysed Document: RODRIGUEZ_VELEZ_MERCADO_LOCAL.doc (D38080631)
Submitted: 4/27/2018 11:50:00 PM
Submitted By: dmorenoc@unemi.edu.ec
Significance: 2 %

Sources included in the report:

<http://www.elsevier.es/en-revista-medicina-familia-semergen-40-articulo-promocion-habitos-alimentarios-saludables-adolescentes-S1138359315003019>

<https://www.elespectador.com/noticias/salud/una-de-cada-cinco-muertes-en-el-mundo-esta-asociada-la-mala-alimentacion-articulo-713265>

Instances where selected sources appear:

3

INTRODUCCIÓN

En este trabajo de investigación se analizará varios factores que inciden en la mala alimentación a nivel mundial, se sabe que alrededor de 10 millones de personas murieron el año pasado que representa el 18.8% del total de muertos a nivel mundial por la mala alimentación.

AFP. 1 "

0: <https://www.elespectador.com/noticias/salud/una-de-cada-cinco-muertes-en-el-mundo-esta-asociada-la-mala-alimentacion-articulo-713265> 91%

Entre todas las formas de malnutrición, las malas costumbres alimenticias representan el mayor factor de riesgo de mortalidad".

Para el

desarrollo de este trabajo se ha considerado los malos hábitos de alimentación y el poco acceso a alimentación segura, la manera desordenada de alimentación provoca problemas de obesidad, diabetes, osteoporosis, anemia cáncer, hipertensión entre otras, según la AFP, Agencia Francesa Mundial informó que sólo en diabetes hubieron 1.43 millones de muertes a causa de la diabetes y 9 millones por cáncer, estas cifras despierta el interés y se considera relevante el análisis de estos hábitos de consumo y en qué puede aportar la carrera de Marketing y las estrategias que se pueden diseñar o aplicar para mejorar el consumo de productos convencionales frente a los productos orgánicos, naturales o con alto valor proteínico.

Dentro del desarrollo de este trabajo de investigación se recopilará información y criterios por autores y Organizaciones de reconocimiento, con la finalidad de darle la relevancia que se le debe, a la alimentación.

En el desarrollo del Marco Teórico se establecerán los diversos criterios científicos de los malos hábitos de alimentación y estrategias del Marketing Comunicacional, con la finalidad de crear una cultura diferente de consumir alimentos seguros.

Este trabajo se lo enfocará en el Cantón Milagro, y servirá como guía de información para que el lector se informe de manera sencilla y práctica de las consecuencias que conlleva a una alimentación desordenada con productos convencionales o tradicionales en el mercado local.

Para el diseño de las estrategias es fundamental realizar el análisis básico del problema, que genera la mala alimentación o el consumo de productos convencionales frente al consumo de los productos orgánicos, naturales o con alto valor proteínicos.

En la actualidad se debe mencionar que debido a las altas tasas de muertes y enfermedades generadas por los malos hábitos de consumo ha llevado que las Instituciones del Estado como es El Ministerio de Salud Pública como estrategia de tratar de culturalizar a las personas en el consumo de alimentos seguros, existe la disposición de que los productos en percha o en el

mercado tengan el conocido Semáforo Nutricional, esta estrategia adoptada es para informar al consumidor.

Se analizará en el desarrollo del trabajo un estudio de campo en la que buscaremos estadísticas de las enfermedades y los índices de muertes producidos en el cantón Milagro, además se realizará un muestreo por medio de observación directa de las personas que sufren de obesidad y sobrepeso, esto se lo efectuará con la finalidad de evidenciar el problema que tiene la población y la importancia de crear estrategias dentro del trabajo para contribuir a mejorar una nueva cultura de alimentación o conocida a nivel mundial como seguridad alimentaria.

Lastimosamente la falta de estudio técnicos y la aplicación o reconocimiento por parte de las entidades estatales conlleva a que en las ciudades se continúe con el desorden alimenticio hasta llegar al punto de que en Latinoamérica se haya reducido el promedio de vida tanto del hombre como de la mujer de 72 y 79 años respectivamente.

Obviamente a esto se suma la contaminación ambiental y otros factores, sin embargo, dentro de las campañas o estrategias de mercado a analizar buscarán en este trabajo afianzar la información y difundir lo que es seguridad alimentaria y que el consumidor incluso tenga mayor conciencia de consumir ciertos productos de empresas que cuentan con tecnologías amigables con el medio ambiente y productos orgánicos.

CAPÍTULO 1

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

En Ecuador debido a las cifras de enfermedades tales como: obesidad, diabetes,, hipertensión, cáncer, osteoporosis entre otras se han creado políticas o estrategias, basadas en normativas entre ellas el semáforo nutricional, impuesta por el Ministerio de salud Pública el 15 de mayo del año 2014, esta estrategia se enmarca en el conocido Marketing Comunicacional, la que busca influenciar la decisión de compra de un producto en base a los valores nutrientes o proteínicos, el semáforo nutricional es una de las reglas impuestas a todas las empresas alimenticias que oferten productos alimenticios.

Esta técnica es de fácil comprensión para el consumidor dentro de las cuales se puede referenciar que el color rojo indica alerta máxima en exceso de sal, azúcar o grasas en alimentos, el amarillo una advertencia del producto y el verde avisa como un producto con cero riesgos para el consumo.

Es importante también recordar que el semáforo nutricional no determina si uno de dichos componentes o ingredientes del producto produce enfermedades, la importancia de las estrategias de Marketing es utilizar técnicas mediante las cuales el consumidor se conciente a consumir alimentos seguros.

La tendencia a nivel mundial de consumir productos orgánicos ha ido creciendo a tal punto que en el mercado global para sus exportaciones necesitan una certificación orgánica que en Ecuador la entrega la Agencia de Regulación y Control Fito y Zoonosanitario esto demuestra que

existe mayor preocupación por parte del Estado y de los Gobierno a que dentro de los procesos de producción se apliquen tecnologías amigables con el medio ambiente y que dentro de sus insumos se utilicen productos orgánicos.

Según estadísticas de la IFOAM – Organics Internacional, organización mundial regente en el movimiento de agricultura orgánica y el Instituto de Investigación para la Agricultura Orgánica (FiBL), informan que actualmente hay 172 países donde se práctica la producción orgánica (de los 198 países que existen en el mundo).

Además hasta el año 2014 se registraron 2,3 millones agricultores orgánicos que manejaron 43,7 millones hectáreas de tierra agrícola de manera orgánica que equivale a casi 6 veces la superficie de producción agrícola del Ecuador. El desarrollo del mercado mundial de alimentos y bebidas orgánicas ha crecido cinco veces entre 1999 y 2014 llegando a 80 mil millones de dólares que equivalen al 80 % del BIP de todo el Ecuador en ese año. (Agrocalidad, 2017)

Se hace énfasis de esta información para demostrar la relevancia que tiene a nivel mundial la seguridad alimentaria y la necesidad de la aplicación de estrategias de mercado a la hora de decidir que comprar por parte del consumidor, Ecuador no es la excepción y se realizan grandes esfuerzos por competir en este mercado, pero lo fundamental no sólo está en que Ecuador oferte productos orgánicos para otros países sino que Ecuador sea el primer consumidor de estos productos.

Es necesario conocer que los productos orgánicos son de origen agropecuario, obviamente estos productos deben tener una certificación válida a nivel mundial, estos productos son considerados como orgánicos, ecológicos, y biológicos, esto quiere decir que dentro de su producción no se utilizan fertilizantes artificiales, plaguicidas convencionales ni se utilizan transgénicos, en el caso de los productos agrícolas y en el caso de productos orgánicos animales su crianza es sin administración sistemática de antibióticos y hormonas de crecimiento, cuidando del bienestar del animal y amigables con el medio ambiente.

Dentro del planteamiento del problema se ha analizado los productos orgánicos y dentro de esas estrategias se ha puntualizado una que ha impuesto el Ministerio de salud para tratar de informar de productos con ciertas características mediante la semaforización, sin embargo, el consumidor necesita conocer más acerca de los valores proteínicos y nutrientes que se oferta en el mercado y para dar a conocer dentro de las Estrategias del Marketing Comunicacional se debe tocar las actuales herramientas de Marketing como es el internet. El consumo de los productos orgánicos frente a los convencionales a través de esta herramienta implica una comunicación directa con el cliente, en la que se puede interactuar acerca de las bondades de los productos orgánicos.

Se plantea la semaforización porque es una herramienta utilizada para informar al consumidor, de la misma manera se debería diseñar estrategias mediante los cuales se promueva el consumo de los productos orgánicos. Trabajar en el consciente colectivo y llegar al inconsciente del consumidor mediante estrategias de Marketing, es necesario, fundamentalmente difundiendo los beneficios que tiene el consumidor al adquirir productos orgánicos.

Este trabajo ayudará a comprender que para promover una cultura de consumo de productos orgánicos, no es una tarea fácil, sin embargo, no es imposible, influir en la decisión de compras del consumidor vendiendo las características y bondades se debe difundir, lo que sí se puede rescatar es que en la actualidad existe una tendencia al consumo de productos naturales, el incremento de enfermedades, motiva a que la gente en la toma de decisiones de consumir vitaminas, practicar deportes, estas tendencias hay que aprovecharlas mediante estrategias de Marketing.

La proliferación de enfermedades a nivel global se ha convertido en uno de los factores que incide en la población de las nuevas tendencias en el consumo de productos orgánicos, que no contengan químicos dentro de sus procesos de producción, las campañas a nivel mundial sobre la seguridad alimentaria no sólo depende del factor sociocultural, sino también del factor económico. Esta es una de las barreras quizás que debe enfrentar el consumo de productos orgánicos, a pesar de que si las familias realizan un balance dentro de su economía, y realizando un ajuste, eximiéndose de consumir productos chatarras, y otros gastos innecesarios, podría ayudar a que el consumidor acceda a otro tipo de alimentos, tampoco se puede generalizar y decir que todos los productos orgánicos son caros, pero el cliente debe aprender a comprar y a consumir.

En el Marco Teórico se podrá observar las bondades que poseen los productos orgánicos, las diferentes enfermedades que pueden producir ciertos alimentos convencionales, que incluso pueden costar lo mismo, pero que quizás por los tantos saborizantes son preferidos por el consumidor. La población debe reaprender a alimentarse, y el Marketing es la herramienta que deben utilizar los técnicos para promover una cultura diferente de vivir sano o buscar productos que vayan en beneficio de la salud.

CAPÍTULO 2

MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

La seguridad alimentaria se entiende como la condición bajo la cual los individuos de una nación tienen: "en todo momento acceso físico y económico a suficientes alimentos inocuos y nutritivos para satisfacer sus necesidades alimenticias y sus preferencias en cuanto a los alimentos [con el fin] de llevar una vida activa y sana" (fao, 1996). Esta condición de seguridad alimentaria está definida por condiciones agronómicas, biológicas, económicas y sociales en una región y puede verse afectada por múltiples elementos tales como: i) el aumento en el precio de los alimentos; ii) el aumento de la población de una región en forma más que proporcional; iii) la contaminación y degradación ambiental que propicia suelos y ecosistemas agrícolas hostiles; iv) deficientes formas de producción y distribución del alimento; v) la presencia de mercados agroalimentarios segregados y oligopólicos; vi) el mal uso o desvío de productos agropecuarios para fines no alimentarios como la producción de combustibles, plásticos o fertilizantes e incluso por vii) crisis financieras y energéticas. La seguridad alimentaria se aplica a distintos niveles de agregación (nacional, regional, de hogar e individual) a distintas temporalidades (crónicas o transitorias) y se fundamenta en cuatro principales dimensiones: i) disponibilidad de alimentos; ii) acceso; iii) utilización y uso, y iv) estabilidad (Salvador, 2016).

El 26 de diciembre de 2012, la Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición firmó el nuevo

código de correulación (sic) de la publicidad de alimentos y bebidas dirigida a menores, prevención de la obesidad y salud (

Código PAOS)¹, al cual se han adherido voluntariamente la Federación Española de Industrias de la Alimentación y Bebidas, la Asociación para la Autorregulación de la Publicidad, y los sectores de la distribución, la hostelería y la restauración. Esta apuesta por la autorregulación se fundamenta en la supuesta «mejora de la calidad de los mensajes publicitarios dirigidos a menores conseguida con el código PAOS, siguiendo las recomendaciones sobre marketing de alimentos dirigidos a niños de la OMS». Este organismo internacional establece que «el objetivo general de las políticas debe ser reducir tanto la exposición de los niños como el poder de la promoción de los alimentos ricos en grasas saturadas, ácidos grasos de tipo trans, azúcares libres o sal»². Sin embargo, el código PAOS no regula la frecuencia de exposición ni el perfil nutricional de los productos anunciados. Un análisis de la publicidad alimentaria dirigida a menores en 2008 encontró que el 71,2% de las comunicaciones comerciales de alimentos y bebidas emitidas durante la franja horaria de protección reforzada anunciaban productos de perfil nutricional pobre («menos saludables»), según el modelo de perfil nutricional de Reino Unido (Royo-Bordonada, 2013)

En general existe evidencia de que los estilos de vida condicionan un mayor nivel de salud, y dentro de los hábitos saludables una alimentación equilibrada es fundamental y ayuda a prevenir gran número de enfermedades. Existen múltiples estudios que relacionan la dieta equilibrada con la salud, si bien actualmente es controvertida la relación entre hábitos alimentarios y autopercepción de salud. Algunos autores concluyen que existe una asociación entre la adherencia a la dieta mediterránea y el nivel de salud percibido, e incluso explican los efectos protectores en la salud de ciertos componentes individuales de la dieta. Un alto consumo de pescado, frutas y verduras y alimentos ricos en fibra está asociado con una mejor salud auto percibida, y es interesante destacar que el consumo de estos alimentos forma parte de la dieta mediterránea. El patrón de dieta mediterránea permite evaluar, más allá del efecto de un nutriente o alimento de forma aislada, el conjunto de alimentos consumidos y las posibles sinergias que puedan existir entre ellos. Se ha sugerido que el efecto protector de la dieta mediterránea sobre el estado de salud puede tener plausibilidad biológica, a través de varios mecanismos como un efecto beneficioso sobre el metabolismo, la resistencia a la oxidación de las células, la inflamación, la sensibilidad a la insulina y el estado anímico, lo que podría justificar a su vez el mejor estado de salud auto percibido. (Gemma Blázquez Abellán, 2015)

En España, el comedor es un servicio complementario de las escuelas que está presente en un 70% de los centros de educación primaria (CEP) públicos. Las directrices oficiales nacionales pretenden garantizar la calidad nutricional e higiénico-sanitaria de las comidas ofrecidas en los comedores escolares. Sin embargo, hay un vacío legal en cuanto a los criterios ambientales y sociales para la compra de alimentos. Aun así, existen iniciativas de ámbito autonómico, como las de Andalucía, Islas Canarias y el Principado de Asturias, que están

incentivando la compra de alimentos de proximidad y la compra de productos ecológicos para los comedores de sus centros escolares. No obstante, se desconocen los factores que han facilitado la incorporación de estos criterios en dichas comunidades y su impacto en la alimentación ofrecida en las escuelas. (Panmela Soares, 2017)

El cambio de pautas de consumo no es fruto de elecciones individuales descontextualizadas, sino que está condicionado estructuralmente por la situación económica, siendo aquellas personas cuya situación económica es mala, y como tal es percibida, las que modifican más su comportamiento. Los ciudadanos han cambiado sus hábitos de consumo para recortar gastos. Un 41,2% dice haber modificado sus pautas alimentarias para economizar; una cifra importante, pero que queda sensiblemente por debajo de otras partidas como las del agua, la electricidad y el gas (69,8%), la compra de prendas de vestir (64,2%), el ocio (69,9%) o las vacaciones (66,1%). La Encuesta de Presupuestos Familiares de 2012 muestra que la reducción del gasto en alimentación (-0,2%) está por debajo de la reducción media del gasto familiar (-3,2%), aunque el gasto en comer fuera de casa sí experimentó una reducción relevante superior a la media (-7,4%). Entre 2006 y 2012, el gasto en este capítulo descendió un 18,9%, bastante más que la reducción media del gasto familiar total (-6,8%) y que el gasto alimentario doméstico (-4,7%). (Josep Maria Antentas, 2014)

Los estudios sobre la crisis económica asiática a finales de la década de 1990 muestran que las familias reducen primero el gasto en los alimentos más caros, como los de origen animal, la fruta y la verdura,

así como la cantidad de alimentos ingeridos. Después, si el gasto ahorrado no es suficiente, suelen seguir los productos alimentarios básicos. Ello implica que la ingesta de nutrientes específicos suele disminuir antes que la de energía, creando deficiencias en la ingesta de micronutrientes necesarios para el organismo. (

Josep Maria Antentas, 2014)

El incremento masivo de productos alimentarios no recomendados en la población infantil y adolescente constituye una de las consecuencias de la globalización del comercio^{1,2}; además, el hecho de que sean de bajo coste favorece su consumo³. Los hábitos alimentarios inadecuados, entre otros factores obesogénicos, determinan que el sobrepeso y la obesidad sean problemas de gran calado social y sanitario. Por ello, las intervenciones dirigidas a mejorar dichos factores representan una prioridad en la salud pública mundial⁴. Los centros escolares, como provisosores de alimentos, configuran un ámbito privilegiado para promocionar una alimentación saludable, aunque existen diversos obstáculos: la rentabilidad económica de la venta de productos baratos y de baja calidad⁵ y su accesibilidad en los alrededores de los centros educativos^{6,7}. La existencia de cafetería en el centro escolar podría considerarse un predictor de dieta insalubre⁸ y la probabilidad del consumo de golosinas, paquetes de fritos y bollería aumenta con su existencia. (Francisca M. García-Padilla, 2016)

Desde el punto de vista sanitario, lo más adecuado para afrontar este problema es la prevención primaria, ya que el objetivo de la misma es disminuir la frecuencia o intensidad de los factores de riesgo, con el fin de disminuir la aparición de nuevos casos de enfermedad, en

este caso la obesidad. En España, se encuentra vigente un programa denominado «Estrategia NAOS» (Estrategia para la Nutrición, Actividad Física y Prevención de la Obesidad), que se publicó en el Boletín oficial del Estado el 22 de enero del 2004. Esta estrategia tiene como objetivos relevantes para la obesidad infantil: a) invertir la tendencia de la prevalencia de obesidad y, de forma particular, de obesidad infantil; b) promover la práctica regular de actividad física y la adquisición y mantenimiento de un patrón de alimentación saludable y equilibrada en función del gasto energético; c) lograr una mejor atención a los pacientes con obesidad, y d) fortalecer los sistemas de vigilancia y de información sobre obesidad⁹. En los años 2006 y 2007 el Comité de Nutrición de la Asociación Española de Pediatría publicó unas recomendaciones generales para la prevención y el tratamiento de la obesidad haciendo hincapié en los aspectos dietéticos. (L.A. Moreno, 2012)

Las enfermedades cardiovasculares son la principal causa de muerte en Colombia y en el mundo pues generan alto impacto para los sistemas de salud y un efecto negativo en la calidad de vida de las personas que las padecen. En el año 2008, el 63% de las muertes alrededor del mundo se atribuyeron a patologías cardiovasculares, con una afectación económica adversa para países en vía de desarrollo como Colombia. En un estudio de análisis económico realizado por Díaz et al. acerca de la mortalidad prevenible en Colombia entre el año 1998 y 2011, se estimó que el costo por patología isquémica del corazón estuvo entre los 2,6 y 4,8 billones de dólares y que las muertes se dieron principalmente en población en edad laboral. Esta condición mórbida está fuertemente relacionada con factores de riesgo modificables como el sedentarismo y la alimentación inadecuada, que, a través de un cambio a estilos de vida saludables, permite, a muy bajo costo, impactar de manera positiva la misma. (Palmett-Ríos, 2017)

Los niveles de actividad física y condición física se relacionan con numerosos parámetros indicativos del estado de salud, entre ellos la grasa corporal. El fomento e incremento de los niveles de actividad física, por un lado, y/o la mejora de la condición física, por otro, pueden tener un papel fundamental en la prevención del sobrepeso y la obesidad no solo durante la propia infancia y adolescencia sino incluso años más tarde. En consecuencia, es necesario analizar críticamente el estado actual de conocimiento y la evidencia actual que se desprende de estudios epidemiológicos para, con ello, realizar un adecuado diseño de los posibles programas de prevención que se puedan poner en marcha. El presente trabajo pretende sintetizar la información científica disponible, procedente de estudios transversales y longitudinales, sobre la relación entre actividad física, condición física y sobrepeso u obesidad durante las primeras etapas de la vida. (Francisco B. Ortega, 2012)

El envejecimiento humano es un fenómeno condicionado por el avance socioeconómico y científico, que ha permitido una mayor supervivencia. Actualmente tenemos una esperanza de vida de 78,9 años para los hombres y de 84,9 años para las mujeres, lo que supone uno de los logros mayores de los países desarrollados.

Los procesos de envejecimiento no son claros, pero la alimentación y la nutrición desempeñan papeles esenciales. Las personas mayores se vuelven vulnerables en relación con la salud

nutricional debido a los cambios fisiológicos, psíquicos y sociales, y a las enfermedades crónicas que aumentan el riesgo de malnutrición en este colectivo.

Consideramos necesario conocer cómo se alimenta la población mayor (identificar los alimentos ingeridos, las raciones que consumen, su aporte energético) y sus hábitos de vida para fundamentar recomendaciones al respecto que incidan positivamente en su salud. Según Varela Morelas y Alonso Aperte, la nutrición en personas mayores es la revolución pendiente y debería constituir una auténtica prioridad pública en una sociedad avanzada y progresista como es la española. (Manuela Gómez Sanchiz, 2015)

Algunos factores ambientales relacionados con condiciones de vida, tales como la lactancia materna, alimentación complementaria, la creciente inseguridad, el sedentarismo y factores tecnológicos, resultan relevantes para este proceso. Además, se ha podido demostrar con un nivel de asociación significativa, en particular en niñas, la relación entre el consumo de comida rápida y el nivel de sobrepeso.⁹ Según Torresani y cols.,¹⁰ esta comida por lo general contiene grandes cantidades de sodio, grasas saturadas y azúcares de rápida absorción, además de poseer escaso valor nutricional; está basada en menús de fácil preparación, es cómoda de ingerir, rápida de obtener y tiene una gran diversidad de sabores lo cual la hace más atractiva entre escolares y adolescentes. Un estudio de tipo prospectivo realizado entre escolares obesos del Reino Unido,¹¹ identificó los principales factores de riesgo de un total de 25 seleccionados, entre estos señaló, que la obesidad paterna aumenta 2.5 veces el riesgo de obesidad en los hijos, la obesidad materna 4.2 veces, y la presencia de ambos padres en el hogar les confiere un incremento de 10.4 veces la posibilidad de desarrollar obesidad. (Juan Carlos Trezzo-Terrazzino, 2014)

La inseguridad alimentaria (IA), medida a través de la Escala Latinoamericana y Caribeña de Seguridad Alimentaria (ELCSA),¹ identifica la percepción de inseguridad alimentaria y experiencias de hambre en el ámbito de los hogares. La ELCSA es utilizada en México como indicador de carencia por acceso a la alimentación de los hogares, que es una de las dimensiones de la pobreza multidimensional que utiliza el Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (Coneval).^{2,3} La IA, que resulta del acceso limitado a una dieta adecuada, es una de las causas inmediatas reconocidas de la desnutrición de los niños menores de cinco años.⁴ Por esta razón, es de esperar que la IA se asocie con la desnutrición, la cual tiene efectos adversos en la salud y el desarrollo. La desnutrición que ocurre principalmente durante la gestación y los primeros dos años de vida es causa de 35% de las muertes en niños y niñas menores de cinco años y contribuye con 11% de la carga total de enfermedad en el ámbito global.⁵ Además, sus efectos en salud y desarrollo de capacidades persisten en el largo plazo,⁶ de ahí la importancia de su prevención y control. (

Lucía Cuevas-Nasu, 2014)

En los últimos años se han producido importantes cambios en la manera de educar a los niños, con tendencia a una mayor permisividad por parte de los padres, lo que ha conducido a alteraciones en los patrones de alimentación. La infancia es un periodo de crecimiento y desarrollo rápidos, por lo que es importante tener una alimentación adecuada tanto en cantidad como en variedad, para así conseguir un crecimiento correcto y lograr también un

desarrollo intelectual e inmune óptimos¹. Es una época clave que determinará además el estado de salud en la vida adulta. La valoración del estado nutricional es una herramienta básica en la atención del niño, debiendo siempre recoger la historia nutricional y realizar una exploración física detallada². La historia nutricional siempre deberá incluir curva de crecimiento del niño en peso, talla y perímetro craneal (en menores de 2 años)³, así como la ingesta dietética habitual incluyendo preguntas sobre cantidad, calidad, variedad, frecuencia, duración, quiénes y cómo le dan la comida y de la actitud del niño y de los padres frente a la ingesta. (J. Martínez-Villanueva Fernández, 2014)

El etiquetado de alimentos constituye un derecho del consumidor y un deber de las empresas alimentarias, para proteger al consumidor. Una de las formas de etiquetado de alimentos es el sistema SEMÁFORO diseñado por la Food Standard Agency del Reino Unido para mejorar el entendimiento del etiquetado nutricional en alimentos industrializados. Estudios afirman que el etiquetado nutricional ayuda a mejorar la alimentación, a través de la elección de alimentos sanos, pero en países como Italia, la utilización de este sistema, constituyó un efecto negativo para el comercio así como una interferencia en la capacidad de elegir del consumidor. Ecuador necesita incorporar campañas de educación alimentaria para alcanzar el impacto positivo esperado sobre los hábitos alimentarios de los ecuatorianos, y no interfiera de una manera equívoca en la elección de alimentos. (María José Andrade, 2017)

O: <http://www.elsevier.es/en-revista-medicina-familia-semergen-40-articulo-promocion-habitos-alimentarios-saludables-adolescentes-S1138359315003019> 100%

Este estudio analiza el impacto de una intervención educativa sobre hábitos alimentarios, realizada en 2014, en la población de alumnos de primero de la ESO de los 3 institutos, que colaboraban con los profesionales de enfermería del programa «Salut i Escola», del área de influencia del CAP Terrassa Sud (grupo Mútua Terrassa), en Barcelona, y la satisfacción con el proceso.

O: <http://www.elsevier.es/en-revista-medicina-familia-semergen-40-articulo-promocion-habitos-alimentarios-saludables-adolescentes-S1138359315003019> 100%

La participación fue del 100% (n=229) entre los niños que asistieron a clase los días en que se distribuyeron los cuestionarios.

Se detectaron deficiencias en el desayuno. Destacó que el 32% de los adolescentes no desayunaban en casa a diario. Y el 2% de los adolescentes declararon no desayunar, ni en casa ni el patio. Además, el 10% no tomaban fruta ni siquiera una vez a la semana. Se observó una prevalencia del 12% de sobrepeso y del 7% de obesidad. La dieta mostró diferencias estadísticamente significativas según el sexo. Las chicas consumían más vegetales, legumbres y pescado, y menos refrescos y patatas chip. A los 4 meses postintervención la dieta experimentó ligeras mejorías, que no llegaron a alcanzar significación estadística. Tras la intervención aumentó el porcentaje de adolescentes que desayunaban antes de salir de casa y la calidad de la dieta. Ningún adolescente tenía el hábito de tomar un desayuno completo en la preintervención y el 10% lo adquirió después. Tras desaconsejar algunos alimentos

populares entre escolares con valor nutricional mínimo (golosinas, determinados refrescos y otros productos), su consumo disminuyó. (

J.A. Sabio, 2015)

CAPÍTULO 3

METODOLOGÍA

Para el desarrollo de este trabajo se utilizarán dos métodos el cualitativo y el cuantitativo, establecemos el Método Cuantitativo, porque se realizará un sondeo acerca de las preferencias de consumo de una sección del mercado, esta muestra será probabilística, porque cualquier persona podrá tener las mismas posibilidades de ser escogido o participar en la encuesta a realizar, es decir, en el momento que se realicen las preguntas no buscaremos un perfil de personas, el estrato socioeconómico, la profesionalización u otra característica, sino que todos tienen la misma oportunidad de ser elegido para dar su punto de vista u opinión acerca del tema a consultar.

El Método cuantitativo consiste en que esa información recopilada a través de la encuesta para determinar la percepción de la muestra a tomar, en base a tres preguntas puntuales y directas, las mismas que se procesaran de manera estadísticas, utilizando Excel, para convertirla en información numérica, porcentual.

En el desarrollo de esta investigación para la recopilación de información se utilizará referencias de diversos autores, con la finalidad de hacer análisis a los artículos científicos, estudios, y otros documentos de carácter científico, a este trabajo se denomina como Metodología documentada.

En todo trabajo es importante conocer la opinión de expertos en las temáticas a investigar, de esto se puede hacer un análisis y la comparación de las hipótesis, o variables y medir los indicadores en base a las estrategias aplicadas, la información que se registra, en todo trabajo, se debe considerar como importante, pero no como la última palabra en el diseño, siempre existen nuevas formas de diseñar nuevos procesos.

CAPÍTULO 4

DESARROLLO DEL TEMA

El desarrollo de este trabajo se fundamenta en el bienestar de la población cuando tiene acceso a alimentación segura, que en la actualidad se caracteriza por poseer nivel altos proteínicos y nutrientes, la característica de estos productos es que en sus procesos usan tecnologías amigables con el medio ambiente, se puede decir que estos productos calificados como orgánicos, son aquellos en los cuales no se utilizan químicos., para un mejor desarrollo se analizará las diferentes referencias tomadas por diversos autores.

Según Laura Salvador Martínez, manifiesta que la seguridad alimentaria se refiere aquella población que tiene accesos a productos inocuos, es decir, sometidos a estrictos procesos de

seguridad e higiene, y esto depende en gran medida a su poder adquisitivo, también hace eco, de que el crecimiento poblacional contribuye a la degradación y contaminación del ecosistema, en cuyo caso se establece que la responsabilidad de la comunidad es exigir mayor control a los procesos de producción de productos seguros. La población que pero en programas quizás muchos por la inconciencia del daño que se hacen consumen productos convencionales y se puede notar como enfermedades se incrementan entre ellas el cáncer la diabetes, hipertensión entre otras.

Miguel Royo Bordonada en el año de 2013, hace hincapié que en España, tienen un código de protección conocido como el SIC, que consiste en la regulación a la publicidad de alimentos seguros durante ciertas horas del día, debido a que en esas horas existe mayor cantidad de niños/as televidentes, sin embargo, realizando un análisis de la publicidad, encontraron que el 71.2% de la publicidad de productos no permitidos o con bajo nivel proteínico se anunciaban en horarios no permitidos, este tipo de reglamentación acá en Ecuador no existe este en cuanto a la alimentación, existe un control aquí en la televisión pero referente a los contenidos fuertes (sexuales). Esta estrategia debería implementarse acá en Ecuador pero primero se debería plantear la producción ecológica o amigable con el medio ambiente, en cuanto a la publicidad que restringen o comunican a la población de las características de un producto sólo se observa los semáforos nutricionales.

Gemma Blázquez Abellán, Jesús D. López-Torres Hidalgo, Joseba Rabanales Sotos, para estos autores la alimentación segura y saludable dice ir directamente relacionada con el factor económico, estos casos se dan en el mediterráneo, pero lo que recomiendan es dentro de los alimentos el pescado, verduras, frutas, es lo que más tenemos en nuestro medio, por lo que debería de existir un control y asesoría a los pequeños agricultores en la aplicación de procesos mediante abonos orgánicos. El Gobierno y sus instituciones, son las encargadas de brindar el soporte técnico, mientras las autoridades no comprendan que es mejor prevenir las enfermedades, porque el costo de curarlas es más alto.

Panmela Soares, Pablo Caballero, Mari Carmen Davó-Blanes, las autoras manifiestan que en España hay leyes que regulan y controlan la alimentación en los comedores de Educación Primaria (CEP), sin embargo manifiestan que existe un vacío legal, porque no existe control en la compra que realizan estos comedores, es el caso similar que se da acá en Ecuador existe la ley de bares que son los encargados de la alimentación de Escuelas y Colegios, si embargo se observa a diario que se violenta esta ley, porque no hay control dentro de los bares y la alimentación que se les provee a los alumno/as no es la adecuada. Todo esto influye en las enfermedades y las bajas defensas de los alumnos/as, sumado a la falta de cultura de una alimentación a alimentos seguros o sanos empeora la situación de la población.

Josep Maria Antentas, Esther Vivas, los autores se refieren también de manera directa al factor económico, y que la población a recortado los gastos en la alimentación, sin embargo, no se debería considerar que gastar en productos con bajos niveles en proteínas, necesariamente se le deba atribuir a gastar más, La población debe educarse, no sólo debe esperar del Estado la información porque quienes están en riesgo son directamente sus familias. Lastimosamente el ecuatoriano gasta más en ropa o artículos para el hogar que en la propia

alimentación, vie mucho del que dirán, eso afecta a la familia la prioridad debe ser la alimentación.

Josep Maria Antentas, 2014, toca un tema interesante en la alimentación, que la población al recortar los gastos en alimentación, no considera o prioriza los alimentos con altos niveles de proteína, lo que crea deficiencias, esto también se observa en nuestro medio, la falta de conocimiento conlleva a que la población, desmejore la calidad en la alimentación, en nuestro medio las legumbres y verduras en el medio se puede decir que son más accesibles, sin embargo prefieren las frituras y otros.

Francisca M. García-Padilla, 2016, hace énfasis en la mala alimentación y que conlleva a la obesidad, que es un problema que está incrementando en el país, el consumo de golosinas, incluso las cafeterías son consideradas en estos países como dieta insalubre, la educación en la alimentación de la familia es imprescindible, la población no puede considerar como alimentos sano todo aquello que para el gusto sepa bien. Existe algo muy curioso en Europa, en cuanto a la cultura de consumo de productos llamadas en Ecuador como golosinas en Europa los niños/as consumen en muy pocas cantidades. Lo que lleva a pensar que los malos hábitos alimenticios son desde pequeño promovido por los padres.

L.A. Moreno, L. Gracia-Marco, Comité de Nutrición de la Asociación Española de Pediatría, se refieren a que existe un programa de alimentación con la finalidad de reducir los casos de obesidad, se puede observar que en estos países Europeos existen programas y estrategias para disminuir los malos hábitos de alimentación, porque finalmente el Estado debe invertir en las enfermedades que adquiere su población, en el Ecuador el consumo de productos convencionales o rápidos como se las conoce lleva que enfermedades como el cáncer y la diabetes producidas por la mala alimentación sean las enfermedades con mayores índices de mortandad. Este estudio busca concientizar y convertirse en una guía práctica mediante la cual podamos decidir cambiar los hábitos de consumo. La estrategia en España se llama NAOS, Estrategia para la Nutrición, Actividad Física y Prevención de la obesidad, estos ejemplos y experiencias son dignos de investigar, y acoplarlos dentro del Ecuador.

Según Palmett-Ríos, Héctor E. las principales causas de muerte son las enfermedades cardiovasculares, por la mala alimentación, y que Colombia gastó alrededor de 2.6 y 4.8 millones de dólares en atención a sus pacientes, esta cifra lleva a la reflexión y que este tipo de trabajos de investigación se difundan mediante estrategias de mercado.

Sanna, Domingo 2013, Determina la influencia del marketing en la decisión de compras este libro determina que las redes sociales en la actualidad es un medio mediante el cual, se puede llegar al consumidor e influenciar al comprador, una buena campaña de marketing, puede educar al consumidor en lo referente al consumo de productos orgánicos frente al consumo de productos convencionales, estos medios de comunicación fortalecen la comunicación entre las empresas y el consumidor por lo que se puede decir, que una campaña a nivel nacional de los beneficios que conlleva la alimentación segura, y las enfermedades que provoca el consumo de los alimentos convencionales bajos en proteínas, es una estrategia en que el Marketing puede influenciar, mediante mensajes claros y directos.

Según Harold Silva, 2014, las estrategias de Marketing se realizan en base a las necesidades del consumidor, si las necesidades son más amplias existe mayores oportunidades de realizar las estrategias y de ofertar una variedad de productos, sin embargo, hay que recordar que esta estrategia también las utilizan las empresas que ofertan productos convencionales entonces hay que atacar en la información basada en la salud poblacional, por lo que dentro de las políticas de estado y sus estrategias se debe incluir campañas agresivas para salvaguardar la salud de la población, y esta debe estar por encima de los interés económicos de las empresas.

Este autor establece que las decisiones de compra se basan en cuatro factores, que son: la motivación, percepción, aprendizaje, creencias y actitudes, en estos factores hay que trabajar mediante el diseño gráfico como se analizó en la referencia anterior, el ser humano y su instinto de sobrevivencia hay que aprovecharlo.

CAPÍTULO 5

CONCLUSIONES

El trabajo de investigación mediante la recopilación de información por Organismo a nivel Internacional como la Agencia Francesa Mundial la que manifiesta que 1.43 millones de muertes son a causa de la diabetes, y 9 millones a causa de cáncer, es alarmante y que los promedios de vida se reduzcan a nivel de Latinoamérica a 72 años en los hombres y 79 años en las mujeres, para que no continúe reduciendo e incrementándose el número de víctimas en la población Ecuatoriana, concluimos que dentro las estrategias de las Instituciones del Estado como es el Ministerio de Salud, se incluyan campañas de Marketing utilizando la herramienta del Diseño Gráfico, para que promueva el consumo de productos orgánicos basado en seguridad alimentaria frente al consumo de productos convencionales.

Las políticas de estado tal cómo la obligatoriedad de la semaforización dentro de los productos que marca ciertas características en los productos que se ofertan deben ampliarse, es notable e importante la obligatoriedad de la venta de los alimentos en los bares escolares es importante, pero el control debe ser estricto, lo importante dentro de las campañas de Marketing es concientizar a la población el acceso y la decisión al consumir productos ecológicos, biológicos y amigables con el ecosistema. Los productos convencionales ocupan un lugar importante

1 <https://www.elespectador.com/noticias/salud/una-de-cada-cinco-muertes-en-el-mundo-esta-asociada-la-mala-alimentacion-articulo-713265>

Hit and source - focused comparison, Side by Side:

Left side: As student entered the text in the submitted document.

Right side: As the text appears in the source.

Instances from: <http://www.elsevier.es/en-revista-medicina-familia-semergen-40-articulo-promocion-habitos-alimentarios-saludables-adolescentes-S1138359315003019>

1: <http://www.elsevier.es/en-revista-medicina-familia-semergen-40-articulo-promocion-habitos-alimentarios-saludables-adolescentes-S1138359315003019> 100%

Este estudio analiza el impacto de una intervención educativa sobre hábitos alimentarios, realizada en 2014, en la población de alumnos de primero de la ESO de los 3 institutos, que colaboraban con los profesionales de enfermería del programa «Salut i Escola», del área de influencia del CAP Terrassa Sud (grupo Mútua Terrassa), en Barcelona, y la satisfacción con el proceso.

2: <http://www.elsevier.es/en-revista-medicina-familia-semergen-40-articulo-promocion-habitos-alimentarios-saludables-adolescentes-S1138359315003019> 100%

1: <http://www.elsevier.es/en-revista-medicina-familia-semergen-40-articulo-promocion-habitos-alimentarios-saludables-adolescentes-S1138359315003019> 100%

Este estudio analiza el impacto de una intervención educativa sobre hábitos alimentarios, realizada en 2014, en la población de alumnos de primero de la ESO de los 3 institutos, que colaboraban con los profesionales de enfermería del programa «Salut i Escola», del área de influencia del CAP Terrassa Sud (grupo Mútua Terrassa), en Barcelona, y la satisfacción con el proceso.

2: <http://www.elsevier.es/en-revista-medicina-familia-semergen-40-articulo-promocion-habitos-alimentarios-saludables-adolescentes-S1138359315003019> 100%

La participación fue del 100% (n=229) entre los niños que asistieron a clase los días en que se distribuyeron los cuestionarios.

La participación fue del 100% (n=229) entre los niños que asistieron a clase los días en que se distribuyeron los cuestionarios.

Instances from: <https://www.elespectador.com/noticias/salud/una-de-cada-cinco-muertes-en-el-mundo-esta-asociada-la-mala-alimentacion-articulo-713265>

0: <https://www.elespectador.com/noticias/salud/una-de-cada-cinco-muertes-en-el-mundo-esta-asociada-la-mala-alimentacion-articulo-713265> 91%

Entre todas las formas de malnutrición, las malas costumbres alimenticias representan el mayor factor de riesgo de mortalidad".

Para el

0: <https://www.elespectador.com/noticias/salud/una-de-cada-cinco-muertes-en-el-mundo-esta-asociada-la-mala-alimentacion-articulo-713265> 91%

Entre todas las formas de malnutrición, las malas costumbres alimenticias representan el mayor factor de riesgo de mortalidad", según el