



REPÚBLICA DEL ECUADOR

UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN Y POSGRADO

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO PREVIO A LA OBTENCIÓN
DEL TÍTULO DE:**

**MAGÍSTER EN NUTRICIÓN Y DIETÉTICA CON MENCIÓN EN
NUTRICIÓN COMUNITARIA**

TEMA:

CONOCIMIENTOS ACTITUDES Y PRÁCTICAS FRENTE AL CONSUMO DE
PRODUCTOS PARA BAJAR DE PESO EN MUJERES DE 18 A 45 AÑOS DEL GAD
MUNICIPAL DEL CANTÓN MARCELINO MARIDUEÑA EN EL AÑO 2022

Autor:

SOLÓRZANO IBARRA NATHALIA FERNANDA

Director:

MSC. LORENA DANIELA DOMÍNGUEZ BRITO.

Milagro, 2022

Derechos de autor

Sr. Dr.
Fabrizio Guevara Viejó
Rector de la Universidad Estatal de Milagro
Presente.

Yo, **Nathalia Fernanda Solórzano Ibarra** en calidad de autor y titular de los derechos morales y patrimoniales de este informe de investigación, mediante el presente documento, libre y voluntariamente cedo los derechos de Autor de este proyecto de desarrollo, que fue realizada como requisito previo para la obtención de mi Grado, de **Magíster en Nutrición y Dietética con mención en Nutrición Comunitaria** como aporte a la Línea de Investigación Salud pública y bienestar Humano integral de conformidad con el Art. 114 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, concedo a favor de la Universidad Estatal de Milagro una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservo a mi favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizo a la Universidad Estatal de Milagro para que realice la digitalización y publicación de este Proyecto de Investigación en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

El autor declara que la obra objeto de la presente autorización es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo la responsabilidad por cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y liberando a la Universidad de toda responsabilidad.

Milagro, 17 de octubre de 2022



Firmado electrónicamente por:
**NATHALIA FERNANDA
SOLORZANO IBARRA**

Nathalia Fernanda Solórzano Ibarra

CI: 0951982479

Aprobación del Director del Trabajo de Titulación

Yo, Lorena **Daniela Domínguez Brito** en mi calidad de director del trabajo de titulación, elaborado por **Nathalia Fernanda Solórzano Ibarra** cuyo tema es Conocimientos actitudes y prácticas frente al consumo de productos para bajar de peso en mujeres de 18 a 45 años del GAD municipal del cantón Marcelino Maridueña en el año 2022, que aporta a la Línea de Investigación Salud pública y bienestar Humano integral previo a la obtención del Grado **Magíster en Nutrición y Dietética con Mención en Nutrición Comunitaria**. Trabajo de titulación que consiste en una propuesta innovadora que contiene, como mínimo, una investigación exploratoria y diagnóstica, base conceptual, conclusiones y fuentes de consulta, considero que el mismo reúne los requisitos y méritos necesarios para ser sometido a la evaluación por parte del tribunal calificador que se designe, por lo que lo APRUEBO, a fin de que el trabajo sea habilitado para continuar con el proceso de titulación de la alternativa de Informe de Investigación de la Universidad Estatal de Milagro.

Milagro, 17 de octubre de 2022



Firmado electrónicamente por:
**LORENA DANIELA
DOMINGUEZ BRITO**

N.D. Lorena Daniela Domínguez Brito. Msc
C.I. 060430728-0

VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN Y POSGRADO

DIRECCIÓN DE POSGRADO

CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA

El TRIBUNAL CALIFICADOR previo a la obtención del título de **MAGISTER EN NUTRICIÓN Y DIETÉTICA CON MENCIÓN EN NUTRICIÓN COMUNITARIA**, presentado por **LCDA SOLORZANO IBARRA NATHALIA FERNANDA**, otorga al presente proyecto de investigación denominado "CONOCIMIENTOS ACTITUDES Y PRACTICAS FRENTE AL CONSUMO DE PRODUCTOS PARA BAJAR DE PESO EN MUJERES DE 18 A 45 AÑOS DEL GAD MUNICIPAL DEL CANTÓN MARCELINO MARIDUEÑA EN EL AÑO 2022", las siguientes calificaciones:

TRABAJO DE TITULACION	59.33
DEFENSA ORAL	40.00
PROMEDIO	99.33
EQUIVALENTE	Excelente



Firmado electrónicamente por:
**ANGELICA MARIA
SOLIS MANZANO**

**SOLIS MANZANO ANGELICA MARIA
PRESIDENTE/A DEL TRIBUNAL**



Firmado electrónicamente por:
**EMILY GABRIELA
BURGOS GARCIA**

**Mgs. BURGOS GARCIA EMILY GABRIELA
VOCAL**



Firmado electrónicamente por:
**MARIA VICTORIA
PADILLA
SAMANIEGO**

**Mgs. PADILLA SAMANIEGO MARIA VICTORIA
SECRETARIO/A DEL TRIBUNAL**

DEDICATORIA

Quiero empezar dedicando este trabajo a Dios por permitirme cumplir con esta etapa de mi vida ya que sin Él no lo hubiera podido conseguir.

A mis Abuelos Norma y Roberto por enseñarme que con esfuerzo y sacrificio todo se puede alcanzar,

A mis padres Dalinda y Boris por apoyarme en cada sueño de mi vida.

A mi compañero de vida Bryan por su apoyo, comprensión y por motivarme cada día a ser mejor.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios y a la Virgen por ser mi guía en todo el proceso de la maestría, a mi familia por apoyarme en todo momento.

Quiero Agradecer de manera especial a Msc. Angélica Solís por sus conocimientos brindados, por siempre estar dispuesta a ayudar a quien necesite, a Msc. Daniela Domínguez por toda su paciencia y enseñanzas durante este trabajo de investigación.

Resumen

En la actualidad en el mercado existen un sinnúmero de productos para bajar de peso los cuales están al alcance de toda la población, las publicidades de los mismos convencen a la población promocionando dichos productos como saludables o “naturales” y por la desesperación de las personas que desean adelgazar de una manera rápida y fácil no miden consecuencias y optan por la compra de estos productos sin tener un previo conocimiento del mismo.

Por lo tanto este estudio tiene como objetivo determinar los conocimientos, actitudes y prácticas de las mujeres de 18 a 45 del GAD municipal del cantón Marcelino Maridueña frente al consumo de productos para bajar peso. La metodología empleada en este estudio fue de enfoque cuantitativo de corte transversal, no experimental. La muestra estuvo conformada por 87 trabajadoras del GAD municipal del cantón Marcelino Maridueña de las cuales el 89.66% ha escuchado información sobre productos para bajar de peso, sin embargo el 98.85% no conoce los compuestos de estos productos, el 12.64% ha consumido productos para perder peso mientras que de las trabajadoras que si han consumido el 45.4% mencionan que si les ha dado resultados.

En conclusión los productos para perder peso están promocionados por todos los medios de comunicación sin embargo la población solo toma la información proporcionada por los vendedores más no se informa sobre el contenido de dichos productos ni sus repercusiones en la salud, en el presente estudio existió un porcentaje bajo de trabajadoras que han consumido productos para bajar de peso sin embargo no a todas les ha dado resultados favorables.

Palabras claves: productos para perder peso, sobrepeso, obesidad, consumo.

Abstract

Currently in the market there are countless products for weight loss which are available to the entire population, their advertisements convince the population by promoting these products as healthy or "natural" and the desperation of people who want to lose weight quickly and easily do not measure consequences and opt for the purchase of these products without prior knowledge of it.

Therefore, the objective of this study is to identify the knowledge, attitudes and practices of women from 18 to 45 years of age in the municipal government of Marcelino Maridueña canton regarding the consumption of weight loss products. The methodology used in this study was qualitative, cross-sectional, descriptive and non-experimental. The sample consisted of 87 female workers of the municipal government of Marcelino Maridueña canton, 89.66% of whom had heard information about weight loss products; however, 98.85% did not know about the compounds of these products. 12.64% had consumed weight loss products, of whom 45.4% mentioned that they had obtained results.

In conclusion, weight loss products are promoted by all the media, however, the population only takes the information provided by the sellers and is not informed about the content of these products or their repercussions on health. In the present study, there was a low percentage of female workers who have consumed weight loss products; however, not all of them have had favorable results.

Key words: weight loss products, overweight, obesity, consumption.

Lista de Tablas

Tabla 1. Operacionalización de Variables	7
Tabla 2. Distribución porcentual de las trabajadoras del GAD municipal del cantón Marcelino Maridueña según estado Civil.....	27
Tabla 3. Distribución porcentual de las trabajadoras del GAD municipal del cantón Marcelino Maridueña según Nivel de instrucción	28
Tabla 4. Distribución porcentual de las trabajadoras del GAD municipal del cantón Marcelino Maridueña que respondieron a la encuesta según área de trabajo.	28
Tabla 5. Distribución porcentual de las trabajadoras del GAD municipal del cantón Marcelino Maridueña según la pregunta ¿Ha escuchado información sobre productos para bajar de peso?	29
Tabla 6. Distribución porcentual de las trabajadoras del GAD municipal del cantón Marcelino Maridueña según la pregunta ¿Conoce algún producto para bajar de peso?.	30
Tabla 7. Distribución porcentual de las trabajadoras del GAD municipal del cantón Marcelino Maridueña según la pregunta ¿Conoce los compuestos o ingredientes que contienen los productos para bajar de peso?.....	31
Tabla 8. Distribución porcentual de las trabajadoras del GAD municipal del cantón Marcelino Maridueña según la pregunta ¿Los productos para bajar de peso son saludables?	31
Tabla 9. Distribución porcentual de las trabajadoras del GAD municipal del cantón Marcelino Maridueña según la pregunta ¿En qué medio de comunicación se informó sobre los productos para bajar de peso?.....	32
Tabla 10. Distribución porcentual de las trabajadoras del GAD municipal del cantón Marcelino Maridueña según la pregunta ¿El consumo de productos para bajar de peso tiene consecuencias para la salud?.....	33
Tabla 11. Distribución porcentual de las trabajadoras del GAD municipal del cantón Marcelino Maridueña según la pregunta ¿Qué nivel de eficacia piensa que tienen los productos para bajar de peso?.....	34
Tabla 12. Distribución porcentual de las trabajadoras del GAD Municipal del cantón Marcelino Maridueña según la pregunta ¿Usted piensa que está correcto la venta de productos para bajar de peso sin prescripción médica?.....	35
Tabla 13. Distribución porcentual de las trabajadoras del GAD municipal del cantón Marcelino Maridueña según la pregunta: ¿Ha consumido algún producto para bajar de peso?	36
Tabla 14. Distribución porcentual de las trabajadoras del GAD municipal del cantón Marcelino Maridueña según la pregunta ¿Cuántas veces a la semana lo consumía?.....	36

Tabla 15. Distribución porcentual de las trabajadoras del GAD municipal del cantón Marcelino Maridueña según la pregunta ¿Le ha dado resultados el consumo de estos productos?.....	37
Tabla 16. Distribución porcentual de las trabajadoras del GAD municipal del cantón Marcelino Maridueña según la pregunta ¿En qué tiempo observó cambios en su peso?	38
Tabla 17. Factores sociodemográficos frente al consumo de productos para bajar de peso.	39
Tabla 18. Consumo de Productos para perder peso frente al conocimiento de las trabajadoras del GAD municipal del cantón Marcelino Maridueña.....	39
Tabla 19. Consumo de productos para bajar de peso frente a las actitudes de las trabajadoras del GAD municipal del cantón Marcelino Maridueña.....	40
Tabla 20. Consumo de productos para bajar de peso frente a las Prácticas de las trabajadoras del GAD municipal.....	41
Tabla 21. Prueba Chi cuadrado en estadístico SPSS para determinar la asociación entre variables.....	43
Tabla 22. Prueba Chi cuadrado en estadístico SPSS para determinar la asociación entre variables.....	44
Tabla 23. Prueba Chi cuadrado en estadístico SPSS para determinar la asociación entre variables.....	44
Tabla 24. Prueba Chi cuadrado en estadístico SPSS para determinar la asociación entre variables.....	45

Índice de figuras

.Ilustración 1 Distribución porcentual según Estado Civil	27
Ilustración 2. Distribución porcentual según nivel de instrucción.....	28
Ilustración 3. Distribución porcentual según área de trabajo.....	29
Ilustración 4. Distribución porcentual según la pregunta ha escuchado información sobre productos para bajar de peso?.....	29
Ilustración 5. según la pregunta ¿Conoce algún producto para bajar de peso?.	30
Ilustración 6 . Según la pregunta ¿Conoce los compuestos o ingredientes que contienen los productos para bajar de peso?.....	31
.Ilustración 7. según la pregunta ¿Los productos para bajar de peso son saludables?.....	32
Figura 8. Ilustración 8. según la pregunta ¿En qué medio de comunicación se informó sobre los productos para bajar de peso?.	32
Figura 9. Ilustración 9. según la pregunta ¿El consumo de productos para bajar de peso tiene consecuencias para la salud?.....	33
Ilustración 10. según la pregunta ¿Qué nivel de eficacia piensa que tienen los productos para bajar de peso?.....	34
Ilustración 11. según la pregunta ¿Usted piensa que está correcto la venta de productos para bajar de peso sin prescripción médica?.....	35
Ilustración 12. Según la pregunta: ¿Ha consumido algún producto para bajar de peso?.....	36
Ilustración 13. Según la pregunta ¿Cuántas veces a la semana lo consumía?	37
Ilustración 14. Según la pregunta ¿Le ha dado resultados el consumo de estos productos? ...	37
Ilustración 15. según la pregunta ¿En qué tiempo observó cambios en su peso?.....	38

Índice / Sumario

Derechos de autor	i
Aprobación del Director del Trabajo de Titulación	ii
Aprobación del tribunal calificador	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTOS	v
Resumen.....	vi
Abstract.....	vii
Lista de Tablas	viii
Índice de figuras.....	x
Índice / Sumario.....	xi
Introducción	1
CAPÍTULO I: El problema de la investigación.....	2
1.Planteamiento del problema	2
1.1.Delimitación del problema	3
1.2.Formulación del problema	4
1.3.Identificar los productos esperados:.....	5
1.4.Preguntas de investigación	5
1.5.Determinación del tema	6
1.6.Objetivo general	6
1.7.Objetivos específicos.....	6
1.8.Hipótesis (de existir)	6
1.9.Declaración de las variables (operacionalización)	7
1.10.Justificación.....	9
1.11.Alcance y limitaciones	10
CAPÍTULO II: Marco teórico referencial	13
2.Antecedentes	13
2.1.Antecedentes históricos.....	13
2.1.1.Antecedentes referenciales	15
2.2.Contenido teórico que fundamenta la investigación	17
2.2.1.Sobrepeso y Obesidad.	17
2.2.2.Causas.....	17
2.2.2.1.Consecuencias.	17
2.2.2.2.Tratamiento	18
2.2.3.Productos para bajar de peso.....	20

CAPÍTULO III: Diseño metodológico	24
3. Tipo y diseño de investigación.....	24
3.1. La población y la muestra	24
3.1.1. Características de la población.....	24
3.1.2. Delimitación de la población.....	24
3.1.3. Tipo de muestra.....	24
3.1.4. Tamaño de la muestra	24
3.1.5. Proceso de selección de la muestra	25
3.2. Los métodos y las técnicas	25
3.3. Procesamiento estadístico de la información.	25
CAPÍTULO IV: Análisis e interpretación de resultados	27
4. Análisis de la situación actual	27
4.1. Análisis Comparativo.....	42
4.2. Verificación de las Hipótesis (en caso de tenerlas).....	43
CAPÍTULO V: Conclusiones y Recomendaciones	47
5. Conclusiones	47
5.1. Recomendaciones.....	48
Bibliografía	49
Anexos	53

Introducción

el sobrepeso y la obesidad son problemas de salud pública a nivel mundial que generan repercusiones sobre la calidad de vida de las personas que la padecen, facilita la aparición y desarrollo de enfermedades crónicas no transmisibles como: hipertensión arterial, dislipidemias, diabetes mellitus tipo II y enfermedades cardiovasculares, además cabe recalcar que la publicidad en los medios de comunicación y la sociedad promocionan figuras esbeltas como sinónimo de salud y belleza (Cuevas et al., 2021).

Por todo aquello mencionado anteriormente es necesario que la población tenga conocimientos sobre las consecuencias que generan el consumo de productos para perder peso debido a que en la actualidad existen en el mercado un sinnúmero de productos ya sean considerados como químicos o naturales que ofrecen perder peso de manera rápida, dichos productos están al alcance de toda la población sin importar edad, género, nivel socioeconómico.

La presente investigación se la realiza con la finalidad de identificar los conocimientos, actitudes y prácticas que tienen las mujeres trabajadoras del GAD municipal del cantón Marcelino Maridueña frente al consumo de productos para bajar de peso, lo que se desea lograr es motivar a la población especialmente a las mujeres que padecen de sobrepeso y obesidad a llevar un estilo de vida saludable todo esto se lo puede lograr mediante la aplicación de programas educativos sobre alimentación y las consecuencias del consumo de productos para bajar de peso.

Este trabajo de investigación será cuantitativo de corte transversal el cual permitirá asociar los conocimientos actitudes y prácticas con el consumo de productos para bajar de peso, es un estudio no experimental debido a que no se manipularán las variables, los métodos y las técnicas que se utilizarán son Analítico-sintético la cual nos permitirá llegar con exactitud a la realidad, Inductivo ayudará a establecer conclusiones de lo general a lo particular : éste método nos ayudó a establecer conclusiones de lo general a lo particular.

CAPÍTULO I: El problema de la investigación

1. Planteamiento del problema

El sobrepeso y obesidad son uno de los mayores problemas de salud a nivel mundial provocado por un desequilibrio entre la ingesta de calorías y el gasto energético, los problemas mencionados anteriormente son considerados como una epidemia que tiene como consecuencias graves problemas de salud tales como: diabetes, hipertensión, enfermedades cardiovasculares entre otras (Montero-López et al., 2021).

Es necesario recalcar que la prevalencia de Sobrepeso y obesidad cada vez va incrementando, para el año 2016 alrededor de 1900 millones de adultos lo padecían es decir el 13% de la población y se estima que para el 2030 el 50% de la población a nivel mundial presentará una ganancia excesiva de peso (ENSANUT, 2018).

Por otra parte en América de Sur y el Caribe aumentó la prevalencia de sobrepeso y obesidad 70% desde 1980 hasta el 2004 y en el año 2016 se estimó el 59.5% de adultos. Dentro de los países con mayor prevalencia en América del Sur se encuentra México (28.1%), Chile (27.8%) y Argentina (27.7%), en el Ecuador la encuesta ENSANUT-2012 manifiesta que el 62.8% de la población adulta padece de sobrepeso y obesidad (ENSANUT, 2018)

Cabe mencionar que en casi todos los países de América Latina la población al verse afectada por sobrepeso, obesidad o enfermedades crónicas no transmisibles, no solo consumen ciertos productos caseros o elaborados a base de plantas como lo hacían algunas décadas pasadas en la actualidad optan por suplementos alimenticios que se comercializan como “naturales” promocionando la cura de dichas enfermedades y a la pérdida de peso, sin cambiar estilos de vida y hábitos alimentarios (Hospital et al., 2021).

Además desde hace varios siglos las hierbas y productos botánicos se han utilizado en varias culturas para la curación de enfermedades, el uso de estos productos con el tiempo han ido progresando, fabricándose en diferentes laboratorios y posteriormente siendo expendidos para la población; cabe recalcar que en el mercado existen muchos productos que ofertan perder peso y mejorar la salud sin embargo no todos cuentan con un registro sanitario aprobado o brindan seguridad para la salud de la población que lo consume. (Mengual-Moreno et al., 2015).

En resumen existen muchos productos industrializados o suplementos herbales que salen al mercado como “naturales” o “saludables” para mejorar la salud o perder peso, de toda la población el grupo más interesado por adquirir estos productos son las mujeres con sobrepeso u obesidad, que por su desesperación o por facilidad de bajar de peso se dejan convencer por las publicidades engañosas; recomiendan el producto en reemplazo de una de las comidas del

día y aseguran a la población que se pierde peso de manera rápida y nutritiva (Hospital et al., 2021). Por estas razones es importante realizar un análisis de los conocimientos, actitudes y prácticas que tiene la población especialmente las mujeres adultas frente al consumo de productos para bajar de peso.

A partir de un estudio realizado en México en el año 2015 sobre el consumo de productos para la pérdida de peso se evidenció que “el 38% manifestó consumirlos (15,78%, hombres y 84,2%, mujeres). Los productos más consumidos fueron: Green Tea (té verde), 15%; Xenical (Orlistat), 18,51% (usado sólo por las mujeres); L-carnitina, 22,2% (el más utilizado por los hombres), y finalmente, el 44,29% declaró consumir diferentes productos. Por otra parte, aquellos que consumen más de un producto para adelgazar representan el 28,94% (90,9%, mujeres y 9,09%, hombres)”(Ceja-Ramírez Laura Guadalupe, 2015).

Cabe señalar que no existe evidencia científica que compruebe que estos productos son eficaces y seguros, los estimulantes incluidos como ingredientes en estos productos y suplementos poseen propiedades que a largo plazo tienen efectos secundarios como: la elevación de la presión sanguínea, taquicardia, alteración del metabolismo hepático y muerte (Vásquez V. & Vanegas L., 2014).

Por último, es importante destacar que este estudio nos permitirá medir el grado de conocimiento, actitudes y prácticas que tiene la población frente al consumo de productos para bajar de peso, para que a su vez conozca la población la verdadera realidad de estos productos y sean más conscientes al escoger entre un producto para perder peso o llevar un estilo de vida saludable que garantizará una buena salud, todo esto se puede lograr mediante la educación alimentaria nutricional.

1.1. Delimitación del problema

Este estudio se realizará en el GAD Municipal del cantón Marcelino Maridueña de la provincia del Guayas, que lleva como título Conocimientos Actitudes y prácticas del consumo de productos para bajar de peso en mujeres de 18 a 45 años.

Línea de investigación: Salud pública y bienestar humano integral.

Sublínea de investigación: Alimentación y Nutrición.

Objeto de estudio: Conocimientos Actitudes y prácticas frente al consumo de productos para bajar de peso

Unidad de observación: En mujeres de 18 a 45 años del GAD Municipal del cantón Marcelino Maridueña en el año 2022

Tiempo: año 2022

Espacio: GAD Municipal del cantón Marcelino Maridueña, mediante la aplicación del cuestionario CAP (conocimientos, actitudes y prácticas)

1.2. Formulación del problema

La propuesta de esta investigación parte de la siguiente pregunta:

¿Qué Conocimientos, Actitudes y prácticas tienen las mujeres de 18 a 45 años referente al consumo de productos para bajar de peso?

Para evaluar la pregunta presentamos los siguientes aspectos:

Delimitado: Determinación de los Conocimientos, Actitudes y Prácticas frente al consumo de productos para bajar de peso

Claro: La redacción del problema se encuentra descrita de una manera fácil y sencilla en el cual nos va a permitir identificar los CAP frente al consumo de productos para perder peso.

Evidente: Facilita la aplicación de encuestas CAP (Conocimientos, Actitudes y Prácticas)

Concreto: Su escritura es concreta, corta y de fácil comprensión.

Relevante: Permitirá identificar el nivel de conocimiento, las actitudes que toman y las prácticas que realizan las mujeres frente al consumo de productos para bajar de peso ya que esto es tendencia en la actualidad y así mismo poder intervenir con propuestas y educación nutricional para concientizar a la población sobre alimentación saludable y las consecuencias que generan el consumo de estos productos.

Original: El estudio de investigación que se va a realizar es innovador el cual permitirá posteriormente a la realización de investigaciones similares.

Factible: Se contará con recursos como: Computador, proyector, diapositivas además del espacio prestado por el GAD Municipal que nos facilitará el salón auditorio para impartir charlas sobre la importancia de la alimentación saludable dirigida a las trabajadoras de 18 a 45 del GAD Municipal del cantón Marcelino Maridueña, la duración de la charla será de 30 minutos y posterior se procederá a realizar la encuesta CAP, lo que se quiere lograr con esto es

orientar y motivar a llevar un estilo de vida saludable mediante la alimentación y la realización de actividad física

VARIABLES:

Variable independiente: Consumo de productos para bajar de peso.

Variable dependiente: Conocimientos, actitudes y prácticas

1.3. Identificar los productos esperados:

El presente trabajo de investigación se lo realizará con la finalidad de concientizar a la población en especial a mujeres de edad adulta sobre las consecuencias del consumo de productos para bajar de peso, de tal manera que se pueda colaborar mediante charlas educativas sobre alimentación saludable para promover estilos de vida saludables demostrando que en conjunto con la actividad física se logra una mejor calidad de vida y se puede cumplir el objetivo de perder peso de una manera eficaz y sin hacer daño a su salud.

Uno de los principales motivos por los cuales las mujeres toman la iniciativa de consumir dichos productos es la fuerte presión que hace la sociedad sobre los estereotipos, las figuras esbeltas y los cuerpos perfectos, lo que ha hecho que las mujeres sientan la necesidad de bajar de peso recurriendo a productos “milagros” para adelgazar fácil y rápido (Otero, 2014).

Además hoy en día los productos para bajar de peso se comercializan libremente, son difundidos por redes sociales, televisión u otros medios de comunicación que los hacen accesibles y muy fácil de adquirirlos, sin embargo la ingesta de estos productos traen consigo riesgos para la salud como: problemas renales, hepáticos, problemas cardiacos (Vásquez V. & Vanegas L., 2014).

Con todo lo mencionado anteriormente se espera conocer la situación sobre el consumo de productos para bajar de peso en las trabajadoras del GAD municipal del cantón Marcelino Maridueña.

Además de eso también contribuir en el mejoramiento del conocimiento que tienen las trabajadoras en cuanto a la alimentación saludable.

Por otro lado también se espera informar a la población objetivo las consecuencias que conlleva el consumo de estos productos para perder peso y por qué es mejor evitar consumirlo.

1.4. Preguntas de investigación

Para el análisis del objeto de estudio se ha planteado las siguientes preguntas:

1. ¿Qué características sociodemográficas tienen las trabajadoras del GAD municipal del cantón Marcelino Maridueña?
2. ¿Cuáles son los conocimientos que tienen las mujeres entre 18 a 45 años sobre el consumo de productos para bajar de peso?
3. ¿Cuáles son las actitudes y prácticas del consumo de productos para bajar de peso que realizan las mujeres entre 18 a 45 años para perder peso de manera rápida?

1.5. Determinación del tema

Conocimientos actitudes y prácticas frente al consumo de productos para bajar de peso en mujeres de 18 a 45 años del GAD municipal del cantón Marcelino Maridueña en el año 2022

1.6. Objetivo general

Determinar conocimientos, actitudes y prácticas frente al consumo de productos para bajar de peso en mujeres de 18 a 45 años del GAD municipal del cantón Marcelino Maridueña año 2022.

1.7. Objetivos específicos

1. Caracterizar sociodemográficamente a las trabajadoras del GAD municipal del cantón Marcelino Maridueña.
2. Identificar los conocimientos sobre productos para bajar de peso que tienen las trabajadoras de 18 a 45 años del GAD municipal del cantón Marcelino Maridueña.
3. Conocer las actitudes y prácticas sobre el consumo de productos para bajar de peso que tienen las trabajadoras de 18 a 45 años del GAD municipal del cantón Marcelino Maridueña.

1.8. Hipótesis (de existir)

Hipótesis General

Los Conocimientos, Actitudes y prácticas de mujeres de 18 a 45 años del GAD municipal de Marcelino Maridueña influyen en el consumo de productos para bajar de peso

Hipótesis particulares

- Las características sociodemográficas de las mujeres entre 18 a 45 años tienen una relación frente al consumo de productos para bajar de peso.

- Las mujeres de 18 a 45 años tienen conocimiento sobre productos para bajar de peso.
- Las actitudes y prácticas que tienen las mujeres de 18 a 45 años del GAD municipal del cantón Marcelino Maridueña influyen de manera sustancial en el consumo de productos para bajar de peso.

1.9. Declaración de las variables

Tabla 1. Operacionalización de Variables

HIPÓTESIS GENERAL	VARIABLES	DEFINICIÓN	DIMENSIÓN	INDICADORES	ESCALA
Los Conocimientos, Actitudes y prácticas de mujeres de 18 a 45 años del GAD municipal de Marcelino Maridueña influyen en el consumo de productos para bajar de peso.	EDAD	Tiempo transcurrido desde su nacimiento hasta la fecha actual	Tiempo	Años transcurridos	Años cumplidos
	ESTADO CIVIL	Situación de una persona que une su vínculo familiar con otra.	Estado civil	Porcentajes	Soltera Casada Divorciada Viuda Unión libre
	NIVEL DE INSTRUCCIÓN	Grado de estudios realizados a lo largo de su vida.	Educación	Porcentajes	Primaria Secundaria Tercer Nivel Cuarto Nivel Ninguna
	ÁREA DE TRABAJO	Lugar de labores en la que se desenvuelve día con día	Área de trabajo	Porcentajes/frecuencias	Administrativo Obrero
	CONOCIMIENTO	Es la capacidad que posee la persona	Conocimiento sobre productos para	¿Ha escuchado información sobre productos para bajar?	Si No

	ACTITUDES	para entender por medio de la razón las cosas que suceden a su alrededor.	bajar de peso	¿Conoce algún producto para bajar de peso?	Si No
				¿Conoce los compuestos o ingredientes que contienen los productos para bajar de peso?	Si No
				¿Los productos para bajar de peso son saludables?	Si No
				¿En qué medio de comunicación se informó sobre los productos para bajar de peso?	Redes sociales Radio Televisión otros
				Consecuencias del consumo para bajar de peso ¿El consumo de productos para bajar de peso tiene consecuencias para la salud?	Si No
		Manera de comportarse dentro de una situación	ACTITUDES	¿Qué nivel de eficacia piensa que tienen los productos para bajar de peso?	Alto Medio Bajo Nulo
				¿Considera que el consumo de productos para bajar de peso es una buena opción? ¿Por qué?	Si No
				¿Usted recomendaría a sus amigos y/o familiares el consumo de estos productos?	Si No

				Usted piensa que está correcto la venta para bajar de peso sin prescripción médica?	Si No
	PRÁCTICAS		Prácticas sobre el consumo de productos para perder peso	Ha consumido algún producto para bajar de peso.	Si No
				¿Cuántas veces a la semana lo consumía?	1 – 2 veces 3- 4 veces 5-7 veces Más de 7 veces
				¿Qué producto para bajar de peso consumió?	
				¿Le ha dado resultados el consumo de estos productos?	Si No
				Si su respuesta es Sí. ¿En qué tiempo observó cambios en su peso?	A corto plazo A medio plazo A largo plazo

Elaborado por: Nathalia Solórzano Ibarra.

1.10. Justificación

El incremento de la prevalencia de sobrepeso y obesidad a nivel mundial ha hecho que en el mercado se expendan con facilidad productos que tienen como objetivo perder peso sin cambiar estilos de vida, en un estudio realizado en el año 2011 por Wiedeman, Ochoa, Maury y Gotteland en donde evaluaron la evidencia científica sobre la eficacia del uso de productos para la pérdida de peso disponibles en Chile, como resultado manifiestan que para los productos inhibidores de amilasa e inhibidor de proteasa funcionan in vitro, sin embargo no muestran

ningún control ponderal en personas con normopeso, sobrepeso y obesidad, por lo consiguiente el apoyo al uso de estos productos es insuficiente (Alejandra Wiedeman et al., 2011).

Cabe señalar que el consumo de dichos productos a largo plazo trae consigo consecuencias graves en la salud como: el aumento de la presión sanguínea, producen palpitaciones, taquicardia, infarto y alteración del metabolismo hepático (Vásquez V. & Vanegas L., 2014).

La publicidad en la actualidad se enfoca en crear buenas expectativas sobre el producto al consumidor por medio de la transmisión de mensajes o simplemente mostrando cuerpos perfectos e ideales para llamar la atención de cada individuo para generar la compra y posteriormente la ingesta de determinado producto, por otro lado también se encuentran los colores de las presentaciones muchos de ellos para atraer a la población y mostrar que es un producto saludable, el color más utilizado para los productos “nutritivos” es el color verde lo relacionan directamente con una cultura orgánica que está muy de moda en estos últimos tiempos. La población en general se deja llevar más por la apariencia o empaque del producto sin importar su contenido o ingredientes que este posee (Sayas-Contreras et al., 2019)

Con lo descrito anteriormente el principal objetivo de la presente investigación es identificar los conocimientos actitudes y prácticas que tienen las mujeres de 18 a 45 años frente al consumo de productos para la pérdida de peso e intervenir oportunamente mediante la educación alimentaria nutricional con el fin de mejorar el estilo de vida de la población objeto.

Además la importancia de realizar este estudio es para concientizar a la población en especial a mujeres sobre la ingesta de estos productos y demostrar con base científica sus consecuencias a largo plazo y que no existe algún producto o suplemento más importante que la alimentación saludable. Cabe mencionar que servirá de aporte para la realización de investigaciones futuras tanto locales como regionales y así tomar más asunto sobre estos temas que están muy de moda en el país y en el mundo.

1.11. Alcance y limitaciones

A continuación se presentan los Alcances y limitaciones que se desarrollaron en la presente investigación sobre conocimientos, actitudes y prácticas frente al consumo de productos para bajar de peso en mujeres de 18 a 45 años del GAD municipal del cantón Marcelino Maridueña.

Alcances:

La presente investigación nos permitió realizar un cuestionario CAP adaptado al tema planteado, para poder obtener la información necesaria e identificar los conocimientos, actitudes y prácticas que tienen las trabajadoras del GAD municipal del cantón Marcelino Maridueña.

Para la realización de este trabajo de investigación se procedió a solicitar los permisos con la entidad en donde a desarrollar el proyecto de investigación, por lo cual se procedió a sacar cita para dialogar sobre el proyecto con el alcalde del cantón Marcelino Maridueña, luego de lo mencionado se otorgó la apertura para poder realizar las encuestas en donde se elaboró un oficio de solicitud para que se permita la entrada al GAD municipal y continuar con el proceso del estudio.

Por otra parte este estudio pretende contribuir con la sociedad informando a la población en general sobre las consecuencias que generan el consumo de productos para bajar de peso, dando a conocer los compuestos de los mismos y como éstos afectan a la salud, para que de esta manera la población en especial las mujeres que padecen de sobrepeso u obesidad mejoren sus conocimientos sobre alimentación.

Cabe recalcar que para la realización de las encuestas se logró conversar con las trabajadoras de cada departamento del GAD municipal de Marcelino Maridueña indicándoles los objetivos del proyecto y agradeciéndoles por la ayuda brindada, posteriormente a que respondieron el cuestionario CAP se procedió a indicarles el motivo del tema y se pudo despejar dudas e inquietudes con respecto al tema planteado.

Además de todo lo mencionado anteriormente la población objetivo será capaz de diferenciar que la palabra dieta no es dejar de comer, restringir demasiados alimentos o suprimir tiempos de comida y reemplazarlos por un producto para perder peso, sino que tomen en consideración de lo que realmente es ser saludable y no dejarse convencer por publicidades engañosas, por información de proveedores que para vender sus productos solo anuncian lo positivo y en la mayoría de ocasiones información sin bases científicas.

Por lo tanto es importante que se aprenda a leer el etiquetado de los productos que se ofrecen en el mercado, los ingredientes que componen aquellos productos denominados “naturales” los cuales se los expende de manera fácil y se encuentra accesible para todos sin importar el grupo poblacional.

Limitaciones:

La investigación se la realizó a las trabajadoras del GAD municipal del cantón Marcelino Maridueña por lo cual una de las limitantes es el tiempo predispuesto por las trabajadoras para la realización de la encuesta ya que por cuestiones laborales se les resulta difícil destinar tiempo para leer cada pregunta.

Por otra parte la limitante que se podría considerar como una de las principales es la falta de fidelidad y veracidad al realizar la encuesta por parte de las trabajadoras del GAD municipal del cantón Marcelino Maridueña

Otra de las limitaciones fue el encontrar en sus puestos a todas las trabajadoras de cada área debido a que algunas estaban destinadas a salir de las oficinas para cumplir con sus obligaciones de trabajo, sin embargo se obtuvo toda la información requerida.

Cabe mencionar que en el GAD municipal hay un proyecto en el cuál se brinda almuerzos a personas de bajos recursos y a personas con adicciones en el que las trabajadoras se rotan para preparar dichos almuerzos y realizar las compras para sus preparaciones por ese motivo se nos dificultó encontrar a todas las trabajadoras dentro de sus oficinas, por ello se tuvo que invertir más tiempo e ir hasta el lugar en el cual realizan dichas preparaciones.

Una de las limitantes fue la actitud de ciertas trabajadoras que venden dichos productos o suplementos para bajar de peso las cuales consideraban estar muy expertas en el tema y que no era necesario realizar un cuestionario, sin embargo pese a estas dificultades se pudo dialogar y llenar todas las encuestas.

También junto a todo lo anterior mencionado una limitante es la falta de cooperación por parte de las servidoras del GAD municipal.

Otras limitantes como investigadora fue el tiempo predispuesto para el desarrollo de las encuestas por motivos laborales.

CAPÍTULO II: Marco teórico referencial

2. Antecedentes

2.1. Antecedentes históricos

El sobrepeso y la obesidad se definen como la acumulación excesiva de grasa en el cuerpo que puede causar graves problemas de salud, hoy en día afectan a gran parte de la población en todo el mundo, se ha evidenciado que este acumulo de grasa provoca estrés metabólico y se asocia con el desarrollo de enfermedades crónicas no trasmisibles (Fuentes et al., 2021).

Por otra parte la prevalencia de sobrepeso y obesidad en América del Sur y el caribe aumentó en un 70% desde el año 1980 hasta el 2004, para el año 2016 se estimó el 59.6% en la población adulta (ENSANUT, 2018).

Cabe señalar que desde el año 2016 la OMS manifiesta que 1900 millones de personas entre 18 años o más padecen de sobrepeso, lo mismo que equivale al 39% los cuales, 650 millones de personas son obesas (Ciro Marin, Nicol Andrea; Giraldo Forero, Laura Tatiana; Pulgarin Castaño, Nicolas; Acevedo Osorio, 2018). Además se estima que para el año 2030 más del 50% de la población padecerá de sobrepeso u obesidad (ENSANUT, 2018).

Por esto puede decirse que el sobrepeso y la obesidad son problemas de salud pública a nivel mundial que generan repercusiones sobre la calidad de vida de las personas que la padecen, facilita la aparición y desarrollo de enfermedades crónicas no trasmisibles como: hipertensión arterial, dislipidemias, diabetes mellitus tipo II y enfermedades cardiovasculares, además cabe recalcar que la publicidad en los medios de comunicación y la sociedad promocionan figuras esbeltas como sinónimo de salud y belleza (Cuevas et al., 2021).

Por lo tanto estos problemas parten desde la niñez como consecuencia de hábitos alimentarios poco saludables, los cuales son difíciles de modificar en la edad adulta debido a la cultura, costumbres y rutinas que se han inculcado en cada persona (Hernández-Corona et al., 2021).

También es cierto que los trastornos alimentarios principalmente se reflejan en mujeres adolescentes como en adultas, en donde la preocupación por su imagen corporal es algo importante, que por verse bien y no sufrir discriminación rechazan la imagen obesa y comienzan en la búsqueda de disminuir de peso de una manera fácil y rápida (Ciro Marin, Nicol Andrea; Giraldo Forero, Laura Tatiana; Pulgarin Castaño, Nicolas; Acevedo Osorio, 2018).

Añadiendo a esto existen estrategias que se han implementado para la adquisición de estilos de vida saludable que no han generado cambios significativos en el problema, porque a la

población les resulta difícil incorporarlos, teniendo como consecuencia el consumo de suplementos o productos herbarios que ofrecen la reducción de peso de manera fácil sin modificar hábitos y actividad física (Ciro Marin, Nicol Andrea; Giraldo Forero, Laura Tatiana; Pulgarin Castaño, Nicolas; Acevedo Osorio, 2018).

Además las estrategias realizadas para el tratamiento del sobrepeso y la obesidad no llenan todas las expectativas de las personas que lo padecen por tal motivo lo consideran insuficiente, lo que ha generado el consumo de productos “naturales” para bajar de peso que se los puede adquirir sin receta médica en el mercado.

Y sin embargo, Los vendedores de productos o suplementos dietarios han hecho de la publicidad su mejor aliado, creando propagandas innovadoras que llaman la atención del consumidor ofreciendo perder peso sin cambiar hábitos alimentarios (Ciro Marin, Nicol Andrea; Giraldo Forero, Laura Tatiana; Pulgarin Castaño, Nicolas; Acevedo Osorio, 2018).

Así mismo, dichos productos no complementan la alimentación de cualquier individuo, cuando existe una deficiencia de nutrientes detectada clínicamente, existen tratamientos específicos que están aprobados bajo la guía de un profesional de la salud, para esto se debería descartar consejos de talentos de pantalla como: influencers, youtubers también couches, entrenadores de gimnasio, vendedores de productos (Hospital et al., 2021).

Cabe recalcar que la popularidad que han alcanzado estos productos “naturales” hacen que más del 60% de la población lo consideren como seguros, naturales y saludables, sin embargo en algunos estudios evidencian las consecuencias que genera el consumo excesivo de los mismos, una de las principales que se relaciona directamente es la hepatotoxicidad; este es un tema de mucha preocupación ya que a medida que pasa el tiempo salen a la venta libre más productos para llamar la atención de la población prometiendo bajar de peso (Hospital et al., 2021).

En el estudio realizado por (Cuevas et al., 2021) permiten observar que en el mercado se ofertan suplementos adelgazantes que a su vez están compuestos por hierbas destacando que el consumo de tres o más hierbas pueden desarrollar efectos antagónicos afectando a la salud de la población.

Además dicho estudio también destaca que el mayor porcentaje de personas que padecen de sobrepeso u obesidad recomiendan el consumo de estos productos como fuente principal para la pérdida de peso, incluso se los recomiendan a amigos, familiares (Cuevas et al., 2021).

Entonces los productos herbarios “son clasificados como suplementos dietéticos, y su consumo se ha incrementado en los últimos años. En el año 2007, el 17,9 % de los adultos, en Estados Unidos, reportó la utilización de un suplemento herbario en el año previo” (Cavalieri & Arcucci, 2019).

Cabe recalcar que la mayoría de productos herbarios son comercializados bajo el concepto de favorecer la pérdida de peso y garantizar una buena salud por lo general estos contienen extracto de té verde, quien cumple la función de acelerar el metabolismo y quemar grasa. Aunque se ha evidenciado que el té verde tiene propiedades termogénicas pero también trae repercusiones a la salud de las cuales podemos mencionar a las lesiones hepáticas, que varios estudios científicos han evidenciado su potencial tóxico (Cavalieri & Arcucci, 2019).

Es por ello que el uso de estos productos generalmente van de la mano con una dieta baja en calorías alrededor de 500 kcal/día y tienen como objetivo restaurar el metabolismo y modificar hábitos alimentarios llegando a perder de 9 a 14 kg en 30 a 40 días, pero aunque las personas que los consumen manifiestan que es efectivo, por otro lado estudios demuestran lo contrario como lo indica Elizabeth Miller que la pérdida de peso se da por la restricción de calorías y no por el consumo de dichos productos (LIMA, 2018).

Ramírez A, JA. En la tesis de la Universidad de San Carlos de Guatemala titulada: “Identificación de sustancias antagónicas, presentes en preparados sólidos para la reducción de peso” hacen referencia que han salido del mercado varios productos para bajar de peso esto es debido a los efectos secundarios que causan, por otra parte también mencionan que se han encontrado como ingredientes sustancias ilegales y de anfetaminas. El objetivo de este producto era la de causar efecto de saciedad, algunos profesionales de la salud indican que el consumo de dichos productos generan un descontrol hormonal que tiene su repercusión en la personalidad del individuo (LIMA, 2018).

2.1.1. Antecedentes referenciales

(Ceja-Ramírez Laura Guadalupe, 2015) en su estudio denominado “Relación del consumo de productos para bajar de peso con el sobrepeso y la obesidad en profesores universitarios de Puebla, México” cuyo objetivo fue encontrar la relación existente entre el consumo de productos para bajar de peso, el sobrepeso y la obesidad en profesores de una universidad privada en México, el diseño de investigación fue no experimental, transversal descriptivo, utilizando un muestreo probabilístico aleatorio simple, en el que participaron 100

profesionistas; 27 hombres y 73 mujeres. Se aplicó un cuestionario para conocer los hábitos, el consumo de agentes para pérdida de peso (Ceja-Ramírez Laura Guadalupe, 2015)

Como conclusión de este estudio demostró que el 45% de la población registrada fueron mujeres. Entre más es el índice de masa corporal (IMC) mayor es la ingesta de productos para bajar de peso ($p < 0.05$) (Ceja-Ramírez Laura Guadalupe, 2015).

(Vásquez V. & Vanegas L., 2014) en su investigación denominada “Suplementos dietéticos para reducir de peso: dilemas médicos y éticos” mencionan que la finalidad de su trabajo fue discutir los dilemas médicos y éticos en el uso de los suplementos dietéticos para la reducción de peso. “El uso de suplementos dietéticos para reducir de peso es una práctica habitual de los consumidores obesos, que recurren a estos productos por diversas razones. Sin embargo, esta opción no implica modificar los hábitos inadecuados de alimentación y actividad física, que constituyen las causas primarias de la obesidad”. Finalmente se concluye que el uso de suplementos dietéticos para la pérdida de peso debe ser restringido y no venderlo libremente, debido a que la obesidad es considerada una enfermedad y por lo tanto requiere de atención médica, cada paciente debe tener conciencia de su enfermedad y asumir voluntariamente al tratamiento profesional. (Vásquez V. & Vanegas L., 2014).

Por otra parte encontramos la investigación realizada por (Mireles Velázquez, 2014) sobre la “revisión de los efectos de los ingredientes de productos alternativos para bajar de peso en la población que asiste a las plazas comerciales de Ixtapaluca, estado de México” en el cual el objetivo fue valorar ensayos clínicos de manera aleatoria con respecto a la pérdida de peso con los ingredientes de productos más consumidos en el país de México. En cuanto a la metodología se realizó una encuesta para valorar la prevalencia de consumo de productos para bajar de peso en Ensenada, Baja California. Se investigaron los productos más vendidos y se obtuvieron los componentes activos. Se revisaron ensayos clínicos aleatorios registrados en Pubmed para los componentes activos más utilizados. Se incluyeron y analizaron aquellos que evaluaran cambios en el peso. En los resultados de este estudio se puede evidenciar que “Treinta y seis por ciento de los encuestados han utilizado algún método alternativo para la pérdida de peso (83 % mujeres). Los productos a los cuales la población más se refirió fueron té, linaza, pastillas y brebajes. Se encontraron 16 ensayos clínicos aleatorios de cuatro ingredientes: Garcinia Cambogia, té verde, L-carnitina y linaza. Solamente dos estudios demostraron una pérdida de peso significativa (2 – 5 %) entre el grupo control y el

experimental. En los estudios de L-Carnitina y linaza no se encontró (Mireles Velázquez, 2014).

2.2. Contenido teórico que fundamenta la investigación

2.2.1. Sobrepeso y Obesidad.

El sobrepeso y obesidad se define como la acumulación anormal de grasa que atentan contra la salud de la persona, en la actualidad afecta a la mayoría de la población sin considerar género, edad, raza, se ha demostrado que la acumulación de grasa genera estrés metabólico y todo esto conlleva a que la persona padezca de enfermedades crónicas no transmisibles como: diabetes mellitus, enfermedades cardiovasculares, hipertensión arterial, dislipidemias, también es importante destacar que la obesidad es considerada como el mayor riesgo para padecer enfermedades cardiovasculares a la cual se puede diagnosticar mediante la circunferencia de cintura y según el IMC (Fuentes et al., 2021).

Cierto es que el sobrepeso y la obesidad se ven implicados en los estigmas sociales en cuanto a las limitaciones de una persona al querer desenvolverse exitosamente ante la sociedad todo esto debido a la baja autoestima que genera por su baja valoración de su aspecto físico (Otero, 2014).

2.2.2. Causas

La obesidad tiene múltiples causas entre las cuales se encuentran la genética, los comportamientos metabólicos, endócrinos y metabólicos; pero por otra parte también se incluye el estilo de vida que lleva el individuo

Se puede mencionar que como los principales factores que causan la acumulación de grasa en el cuerpo tenemos a la ingesta excesiva de calorías en la alimentación, falta de actividad física lo que conlleva a que se genere un desequilibrio entre la ingesta de calorías y el gasto de las mismas provocando sobrepeso u obesidad (Oral, 2019)

2.2.2.1. Consecuencias.

Se atribuye a esta patología varias complicaciones subsecuentes como lo son: Hipertensión arterial, Diabetes mellitus y enfermedades cardíacas, La genética también cumple un rol importante ya que para un niño con padres obesos es alta la probabilidad de que este sea obeso en la edad adulta, como consecuencias de la cultura alimentaria o estilos de vida que lleva cada familia (Oral, 2019).

Diabetes Mellitus tipo 2:

Es una de las enfermedades que afecta a millones de personas en el mundo, teniendo su incidencia significativa en la salud y bienestar, esta patología considerada como crónica aparece cuando el páncreas no produce suficiente insulina para nivelar la glucosa en la sangre o cuando el organismo no la utiliza de manera adecuada, una persona que padece de diabetes debe llevar un estilo de vida saludable considerando desde la alimentación así como también la realización de actividad física (Alicia et al., 2021).

Hipertensión Arterial.

La hipertensión arterial es una enfermedad prevalente en el mundo la cual disminuye la calidad de vida de la población, la elevación de la presión arterial es un factor influyente para el desarrollo de enfermedades cardiovasculares y junto con la obesidad son la principal causa de que una persona padezca de síndrome metabólico provocando varias complicaciones en su salud incluso hasta la muerte (Menecier & Lomaglio, 2021).

Enfermedades Cardiovasculares

Son consideradas la principal causa de muerte a nivel mundial, la diabetes y la obesidad son las principales patologías que contribuyen para que se desarrolle esta enfermedad. “El tejido adiposo (TA) blanco ha sido identificado como un órgano endocrino con metabolismo activo que afecta múltiples actividades corporales como regulación de energía, funciones neuroendocrina y cardiovascular, metabolismo de glucosa y lípidos, termogénesis, reproducción e inmunidad” (Jorly Mejia-Montilla, Nadia Reyna- Villasmil, Andreina Fernaández- Ramirez, 2021)

2.2.2.2. Tratamiento

El tratamiento para la reducción de peso es un proceso que toma tiempo sin embargo mejora las comorbilidades que están asociadas a esta afección, entre ellos se encuentran: la modificación de los estilos de vida, la promoción de hábitos alimentarios saludables y la incorporación de actividad física (Rodrigo-Cano et al., 2017).

Recomendaciones Dietéticas:

Para conseguir una reducción de peso del 10% en un lapso de 6 meses cuando una persona padece de obesidad ya sea tipo 1 o 2, las recomendaciones se orientan a una restricción de

calorías diarias que van de 500 a 1000, con el objetivo de alcanzar a la semana una disminución de peso entre 0.5 a 1 kg de peso corporal, con una distribución de la molécula calórica del 45% - 55% de carbohidratos (Rodrigo-Cano et al., 2017).

Actividad Física:

En el tratamiento del sobrepeso y obesidad se inicia con ejercicios leves como: caminar, trotar por 15 minutos los primeros tres días luego de este ir aumentando paulatinamente el tiempo hasta llegar a completar una hora diaria de actividad física, combinando ejercicios aeróbicos con anaeróbicos considerando siempre sesiones de estiramientos para evitar lesiones (Rodrigo-Cano et al., 2017).

Tratamiento Farmacológico

Este tipo de tratamiento se recomienda siempre y cuando el individuo refleje como resultado de $IMC \geq 30 \text{ kg/m}^2$ o $>27 \text{ kg/m}^2$ y que con la modificación de hábitos alimentarios y cambios de estilos de vida no se ha logrado llegar a la pérdida de peso (Rodrigo-Cano et al., 2017).

Orlistat: “Es un inhibidor de la lipasa gástrica y pancreática con capacidad de reducir la absorción grasa y factores de riesgo cardiovascular”(Rodrigo-Cano et al., 2017).

Liraglutida: “Es un análogo de Glucagón tipo 1 (GLP-1) con capacidad de estimular la liberación pancreática de insulina, enlentecer el vaciado gástrico y con posible capacidad de reducción del apetito”(Rodrigo-Cano et al., 2017).

Naltrexona-Bupropión: Esta combinación si se lo administra conjuntamente “reduce el apetito, la ingesta y potencia el gasto calórico” (Rodrigo-Cano et al., 2017).

Tratamiento Quirúrgico

Este tipo de tratamientos son recomendados cuando el individuo refleja un $IMC >40 \text{ kg/m}^2$ o $>35 \text{ kg/m}^2$ y si presentan comorbilidades, si anteriormente no ha sido eficaz el método empleado para la pérdida de peso, “con esta opción terapéutica se busca una importante disminución de la ingesta y la obtención de una sensación de saciedad precoz” (Rodrigo-Cano et al., 2017).

Para las diversas técnicas quirúrgicas se las emplea de acuerdo a los hábitos alimentarios del individuo y el peso. Las técnicas se dividen en:

Técnicas restrictivas: se fundamenta en la reducción del volumen gástrico, obteniendo una rápida sensación de saciedad dentro de ellas se encuentran: gastroplastia vertical anillada, banda gástrica y la gastrectomía tubular (Rodrigo-Cano et al., 2017).

Técnicas malabsortivas: Este tipo de cirugías se apoyan en la eliminación de una parte del intestino delgado, generando una limitación en la absorción y digestión de nutrientes (Rodrigo-Cano et al., 2017).

Técnicas mixtas: Esta técnica combina la reducción gástrica con una resección intestinal, el más usado es el by pass gástrico en Y de Roux “obteniéndose un pequeño reservorio gástrico anastomosado al yeyuno mediante Y de Roux, conectado al intestino delgado mediante una derivación proximal”(Rodrigo-Cano et al., 2017).

2.2.3. Productos para bajar de peso.

Los productos para bajar de peso tienden a ser publicidades destacando que son elaborados a base de ingredientes naturales, los cuales tienen atribuciones como: controlar el apetito, dan sensación de saciedad, elevan el metabolismo y queman las grasas del cuerpo.(Molares et al., 2012).

Por otro lado hay que considerar que actualmente la sociedad se preocupa mucho por la apariencia física, se puede mencionar también que mediante los medios de comunicación o redes sociales existe una presión muy fuerte en mostrar figuras esbeltas y casi perfecta junto a la publicidad de estos productos, sin embargo las expectativas de la eficacia de estos productos se encuentran por debajo de lo considerable pero hay que tomar en consideración que la publicidad se apodera de las redes sociales y el poder de convencimiento de los mismos ha logrado un incremento en el uso de productos para bajar de peso que pueden ser adquiridos sin receta médica (Otero, 2014).

Cabe destacar, que no existen evidencias científicas sobre la total eficacia de estos productos alternativos. “Las mujeres no tienen en cuenta que las dietas y el empleo de algunos productos pueden no tener el efecto esperado, y que para conseguir bajar de peso de una manera saludable es necesario cambiar los hábitos alimenticios y hacer ejercicio” (Otero, 2014).

La comercialización de estos productos se dan a diferentes lugares desde puestos en las calles, tiendas de barrio, minimarkets, supermercados, farmacias, tiendas naturistas, dichos productos

están al alcance de toda la población indistintamente del nivel socioeconómico, género y edad (Molares et al., 2012).

Por otro lado también se encuentran las pastillas para adelgazar las cuales en un estudio realizado en el 2010 por Ciocan mencionan que estas pueden llegar a ser adictivas y su consumo traen efectos secundarios que afectan a la salud debido a que tienen ingredientes como la fenilpropanolamina y la cafeína, a otras se las ha considerado la capacidad de absorber grasas y otras actúan como diuréticos o laxantes eliminando líquidos o residuos del cuerpo; entre las complicaciones se encuentran síntomas como: dolor de cabeza, taquicardias, deshidratación, náuseas, insomnio, diarreas, flatulencias entre otras (Otero, 2014).

Con todo lo expuesto anteriormente se puede indicar que hay productos para perder peso elaborados con productos químicos y a base de plantas denominándose “naturales”

Productos Químicos

Los productos para bajar de peso más usados por la población son: “la Sibutramina, Reduce FatFast, Fruta Planta, Fataché, Formula Irene Melo, malteadas Herbalife, malteadas Amway, Citrishape, entre otros” (Otero, 2014)

Se puede manifestar que el uso de los productos químicos mencionados anteriormente generan efectos secundarios, en el estudio realizado por Otero en el 2014 mencionan que los síntomas más representativos en el consumo son: “diarrea, dolor de cabeza, pérdida de apetito, fatiga, reacciones en la piel, taquicardia, palpitaciones, aumento en la presión arterial, náuseas, insomnio, ansiedad, alteraciones en el sentido del gusto, hipertensión, aumento en la frecuencia cardíaca, entre otros” (Otero, 2014).

Productos Naturales

Cabe señalar que existen productos para bajar de peso considerados como naturales por ser provenientes de plantas como por ejemplo el té verde, té de ortiga, té negro, té amarillo, agua de berenjena, entre otros, los cuales en sus publicidades afirman tener un efecto positivo dentro de la reducción de peso. “Sin embargo, se encontró que métodos llamados naturales, como la fruta planta, contienen Sibutramina, la cual salió del mercado en 2012, debido a efectos adversos para la salud (Food and Drug Administration, 2010)” (Otero, 2014). Estos productos aunque se denominen naturales también su alto consumo tienen repercusiones en la salud entre

los más comunes se encuentran: trastornos gastrointestinales, temblores, diarrea, vomito, acidez, palpitaciones. Considerando todo lo mencionado uno de los métodos que presenta mayor efectos secundarios es el té verde (Otero, 2014).

Además el consumo de dichos productos presentan alteraciones a nivel psicológicos de los cuales se pueden mencionar como efectos secundarios a la ansiedad, crisis de angustia, abstinencia, dependencia, alteración del sueño, Otero en su estudio menciona que la mayoría de estos productos están compuestos por aminoácidos, oligoelementos, taurina y guaraná que como efectos secundarios producen aumento de energía, calor y micción frecuente (Otero, 2014).

Marco Conceptual

Obesidad: Se define como una enfermedad complicada, por lo que su concepto ha sido un proceso difícil. Su evidente relación con el consumo de alimentos determinó que durante mucho tiempo fuera vista como un trastorno de conducta, existiendo una gran resistencia a considerar las múltiples alteraciones que le dan el carácter de enfermedad (García, García, 2004).

Producto: De acuerdo con la definición del profesor Santesmases, un producto es “cualquier bien material, servicio o idea que posea un valor para el consumidor y sea susceptible de satisfacer una necesidad”(Pérez & Pérez Martínez, 2006).

Dieta: Es lo que un individuo consume de manera habitual en el curso del día (desayuno, comida, cena y colaciones)

Hábitos: Se define como hábito a todo comportamiento que reincide en el tiempo de manera metódica. “Debe quedar claro que un hábito no es una mera conducta asidua, sino que debe ser de un grado de regularidad que se confunda con la vida del individuo que lo ostenta” (UNICEF, 2012).

Conocimientos: El conocimiento es el acto consciente e intencional para aprender las cualidades del objeto y primariamente es referido al sujeto (Ramírez, 2009).

Actitudes: Una definición clásica de actitud es la establecida por Allport, que la consideraba ‘un estado de disposición mental y nerviosa, organizado mediante la experiencia, que ejerce un

influjo directivo dinámico en la respuesta del individuo a toda clase de objetos y situaciones’(Ubillos et al., 1994).

Prácticas alimentarias: las prácticas alimentarias son un espacio de transmisión de normas, reglas, valores y la base para establecer hábitos nutricionales adecuados(Garzón Medina & Barreto, 2013).

CAPÍTULO III: Diseño metodológico

3. Tipo y diseño de investigación

El presente proyecto de investigación es de enfoque cuantitativo, de corte transversal, con diseño no experimental.

- Según su contexto: Es una investigación de campo se recopiló datos mediante la encuesta CAP aplicada en el GAD Municipal del cantón Marcelino Maridueña.
- Según el control de las variables: No experimental ya que no se manipularon las variables.
- Según la orientación temporal: estudio de corte transversal debido a que se recopilaron datos en un periodo de tiempo establecido de una población definida.

3.1. La población y la muestra

3.1.1. Características de la población

La población está conformada por 87 mujeres en edades entre 18 a 45 años.

3.1.2. Delimitación de la población

Se trabajará directamente con las 87 trabajadoras del GAD municipal del cantón Marcelino Maridueña, donde se procedió a la recopilación de datos mediante la encuesta de Conocimientos, actitudes y prácticas, la cual permitirá identificar los conocimientos de las trabajadoras, conocer la actitud y las prácticas que realizan en cuanto al consumo de productos para bajar de peso.

3.1.3. Tipo de muestra

La muestra para la presente investigación es no probabilística ya que se trabajó con todos los individuos que reunieron las características de interés para el estudio.

3.1.4. Tamaño de la muestra

El tamaño del universo tiene un número reducido por lo cual se tomará como muestra a toda la población.

3.1.5. Proceso de selección de la muestra

La muestra es no probabilística y se trabajará con el total de la población.

3.2. Los métodos y las técnicas

- Analítico-sintético: éste método ayudó a llegar con exactitud a la realidad, analizando cada uno de sus elementos que tienen lógica entre sí acercándose con la problematización planteada.
- Inductivo: éste método nos ayudó a establecer conclusiones de lo general a lo particular.

Métodos empíricos

Método empírico o complementario o técnicas de investigación.

Estudio documental: éste estudio nos permitió realizar una búsqueda de información documental acorde al tema elegido en diferentes fuentes bibliográficas.

3.3. Procesamiento estadístico de la información.

Técnicas e instrumentos

Cuestionario de conocimientos actitudes y prácticas

Se aplicó el cuestionario CAP (Conocimientos, Actitudes y prácticas) sobre la problemática planteada, y se realizó la respectiva validación del instrumento en una población similar a la del estudio.

Consideraciones éticas

Se aplicó un consentimiento informado a las trabajadoras del GAD municipal del cantón Marcelino Maridueña para proceder a realizar la encuesta.

La encuesta CAP será totalmente confidencial y se la utilizará únicamente para este estudio de investigación.

PROPUESTA DE PROCESAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN

Para el proceso de la información se inició realizando una base de datos para la tabulación mediante el programa de Microsoft Excel 2013 lo que facilitó ordenar cada pregunta utilizada para el levantamiento de la información. Luego se procedió a realizar la distribución porcentual de cada pregunta, utilizando el programa Microsoft Excel 2013, posterior a esto se utilizó el programa estadístico SPSS statistic 25 el cual nos permitió realizar la prueba Chi cuadrado para la asociación de variables.

CAPÍTULO IV: Análisis e interpretación de resultados

4. Análisis de la situación actual

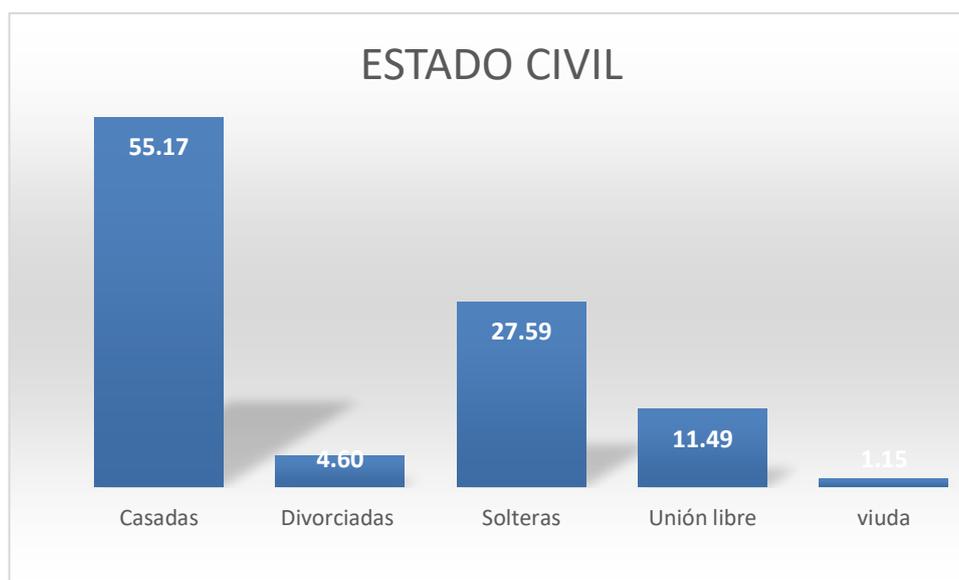
Análisis Univariado

A continuación se exponen los resultados obtenidos de la encuesta de Conocimientos, Actitudes y Prácticas realizadas en el GAD Municipal del cantón Marcelino Maridueña en mujeres de 18 a 45 años de edad.

Tabla 2. Distribución porcentual de las trabajadoras del GAD municipal del cantón Marcelino Maridueña según estado Civil.

ESTADO CIVIL	PORCENTAJE %	FRECUENCIA
Casadas	55.17	48
Divorciadas	4.60	4
Solteras	27.59	24
Unión libre	11.49	10
viuda	1.15	1
TOTAL	100.00	87

.Ilustración 1 Distribución porcentual según Estado Civil

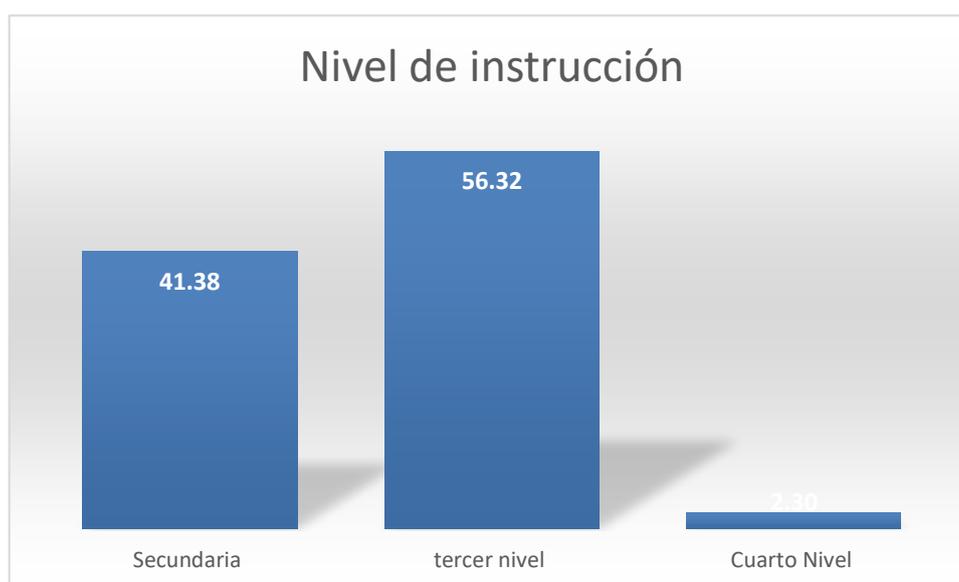


Análisis: Dentro de las encuestas realizadas se pudo evidenciar que el 55.17% de mujeres son casadas, el 27.59% Solteras, un 11.49% se encuentra en unión libre, 4.60% son divorciadas y el 1.1 % viuda.

Tabla 3. Distribución porcentual de las trabajadoras del GAD municipal del cantón Marcelino Maridueña según Nivel de instrucción

NIVEL DE INSTRUCCIÓN	PORCENTAJE %	FRECUENCIA
Secundaria	41.38	36
tercer nivel	56.32	49
Cuarto Nivel	2.30	2
TOTAL	100.00	87

Ilustración 2. Distribución porcentual según nivel de instrucción.

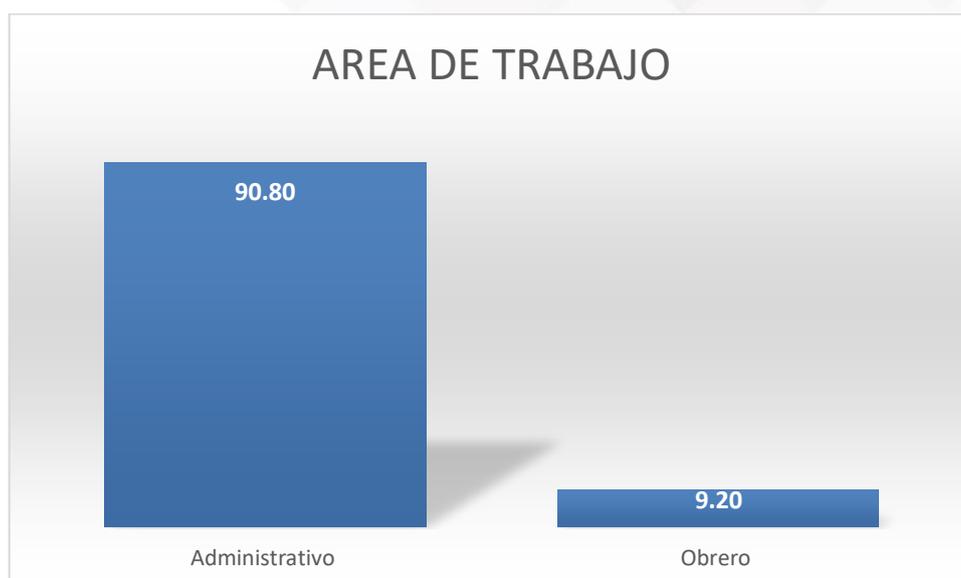


Análisis: En las encuestas realizadas se pudo evidenciar que el 56.32% tienen estudios de tercer nivel mientras que el 41.38% son bachilleres y el 2.3% tienen estudios de cuarto nivel siendo así que la mayor parte de las trabajadoras del GAD municipal son profesionales.

Tabla 4. Distribución porcentual de las trabajadoras del GAD municipal del cantón Marcelino Maridueña que respondieron a la encuesta según área de trabajo.

ÁREA DE TRABAJO	PORCENTAJE %	FRECUENCIA
Administrativo	90.80	79
Obrero	9.20	8
TOTAL	100.00	87

Ilustración 3. Distribución porcentual según área de trabajo

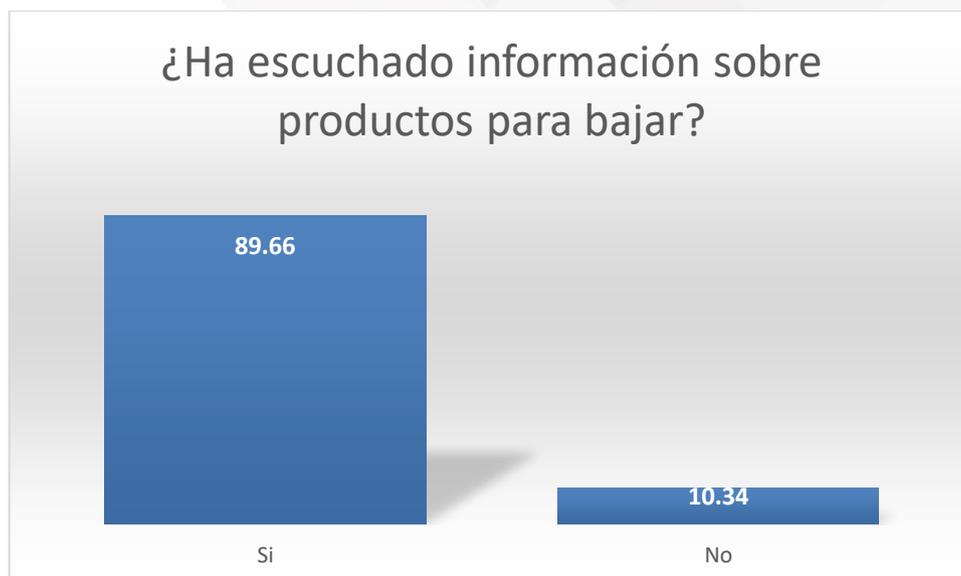


Análisis: La mayor parte de la población encuestada estuvo en el área administrativa representado por un 90.80% y en un 9.20% fueron trabajadoras en el área de obreros.

Tabla 5. Distribución porcentual de las trabajadoras del GAD municipal del cantón Marcelino Maridueña según la pregunta ¿Ha escuchado información sobre productos para bajar de peso?

¿Ha escuchado información sobre productos para bajar de peso?	porcentaje	frecuencia
Si	89.66	78
No	10.34	9
total	100.00	87

Ilustración 4. Distribución porcentual según la pregunta ha escuchado información sobre productos para bajar de peso?



Análisis: De las 87 trabajadoras del GAD municipal el 89.66% ha escuchado información sobre productos para bajar de peso las cuales mencionan que son productos que reducen la sensación de hambre, que son buenos y es más fácil bajar de peso, y el 10.34% manifiesta que no han escuchado información de dichos productos.

Tabla 6. Distribución porcentual de las trabajadoras del GAD municipal del cantón Marcelino Maridueña según la pregunta ¿Conoce algún producto para bajar de peso?.

¿Conoce algún producto para bajar de peso?	porcentaje	frecuencia
Si	81.61	71
No	18.39	16
total	100.00	87

Ilustración 5. según la pregunta ¿Conoce algún producto para bajar de peso?.



Análisis: Dentro de las encuestas realizadas a las trabajadoras del GAD municipal del cantón Marcelino Maridueña el 81.61% tiene conocimiento de algún producto para bajar de peso entre ellos mencionaron Herbalife, té divina, lipofit, chupapanza, mientras que el 18.39% no tienen conocimientos de dichos productos.

Tabla 7. Distribución porcentual de las trabajadoras del GAD municipal del cantón Marcelino Maridueña según la pregunta ¿Conoce los compuestos o ingredientes que contienen los productos para bajar de peso?

¿Conoce los compuestos o ingredientes que contienen los productos para bajar de peso?	porcentaje	frecuencia
Si	1.15	1
No	98.85	86
total	100.00	87

Ilustración 6 . Según la pregunta ¿Conoce los compuestos o ingredientes que contienen los productos para bajar de peso?

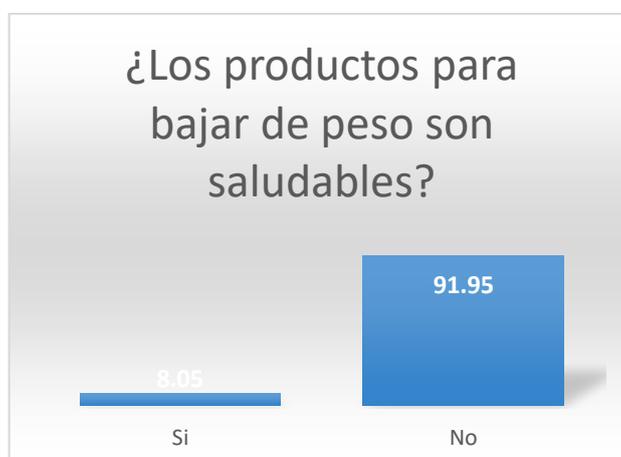


Análisis: De todas las mujeres encuestadas aquellas que afirmaron que conocen diversos productos para bajar de peso: el 98.85% de trabajadoras del GAD municipal no conocen los compuestos de dichos productos mientras que el 1,15% si tienen conocimientos de los compuestos de los productos.

Tabla 8. Distribución porcentual de las trabajadoras del GAD municipal del cantón Marcelino Maridueña según la pregunta ¿Los productos para bajar de peso son saludables?

¿Los productos para bajar de peso son saludables?	Porcentaje	frecuencia
Si	8.05	7
No	91.95	80
total	100.00	87

.Ilustración 7. según la pregunta ¿Los productos para bajar de peso son saludables?



Análisis: El 91.9 % de las mujeres trabajadoras del GAD municipal consideran que los productos para bajar de peso no son saludables a la cual justificaron la respuesta mencionando que son químicos, tienen efectos secundarios, causan efectos rebote y por otro lado el 8.05% responden que si mencionando que ayudan a bajar o quitar la grasa, porque son naturales.

Tabla 9. Distribución porcentual de las trabajadoras del GAD municipal del cantón Marcelino Maridueña según la pregunta ¿En qué medio de comunicación se informó sobre los productos para bajar de peso?.

¿En qué medio de comunicación se informó sobre los productos para bajar de peso?	porcentaje	frecuencia
Redes Sociales	86.21	75
Televisión	4.60	4
Otros	9.20	8
total	100.00	87

Figura 8. Ilustración 8. según la pregunta ¿En qué medio de comunicación se informó sobre los productos para bajar de peso?.

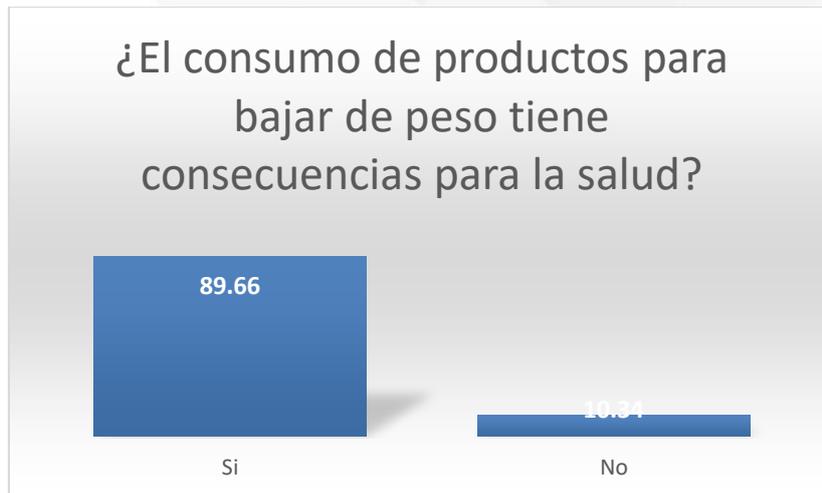


Análisis: De las trabajadoras encuestadas se evidencia que el 86.21% se informaron de la existencia de dichos productos mediante redes sociales, mientras que el 4.6% y el 9.20% se informan mediante televisión y otros medios.

Tabla 10. Distribución porcentual de las trabajadoras del GAD municipal del cantón Marcelino Maridueña según la pregunta ¿El consumo de productos para bajar de peso tiene consecuencias para la salud?

¿El consumo de productos para bajar de peso tiene consecuencias para la salud?	Porcentaje	frecuencia
Si	89.66	78
No	10.34	9
total	100.00	87

Figura 9. Ilustración 9. según la pregunta ¿El consumo de productos para bajar de peso tiene consecuencias para la salud?



Análisis: En cuanto a la pregunta realizada el 89.6% de las encuestadas responden que el consumo de productos para bajar de peso si tienen consecuencias para la salud mientras que el 10.34% no lo consideran.

Tabla 11. Distribución porcentual de las trabajadoras del GAD municipal del cantón Marcelino Maridueña según la pregunta ¿Qué nivel de eficacia piensa que tienen los productos para bajar de peso?

¿Qué nivel de eficacia piensa que tienen los productos para bajar de peso?	porcentaje	frecuencia
Alto	2.30	2
Medio	66.67	58
Bajo	16.09	14
Nulo	14.94	13
total	100.00	87

Ilustración 10. según la pregunta ¿Qué nivel de eficacia piensa que tienen los productos para bajar de peso?

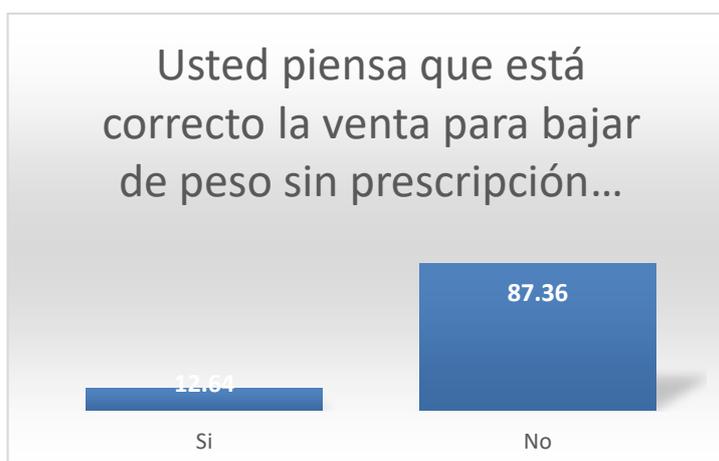


Análisis: Con respecto al nivel de eficacia que tienen los productos para bajar de peso el 66.67% de las encuestadas responden que tiene un nivel de eficacia medio, el 16.09 responden bajo, 14.94% nulo y un 2.3 alto.

Tabla 12. Distribución porcentual de las trabajadoras del GAD Municipal del cantón Marcelino Maridueña según la pregunta ¿Usted piensa que está correcto la venta de productos para bajar de peso sin prescripción médica?

Usted piensa que está correcto la venta de productos para bajar de peso sin prescripción médica?	Porcentaje	frecuencia
Si	12.64	11
No	87.36	76
total	100.00	87

Ilustración 11. según la pregunta ¿Usted piensa que está correcto la venta de productos para bajar de peso sin prescripción médica?



Análisis: Según las trabajadoras encuestadas el 87.36% piensan que no está correcto la venta de productos para bajar de peso sin prescripción médica mientras que el 12.64% Si está de acuerdo a la venta libre de estos productos porque es una ayuda para las personas que no pueden bajar de peso.

Tabla 13. Distribución porcentual de las trabajadoras del GAD municipal del cantón Marcelino Maridueña según la pregunta: ¿Ha consumido algún producto para bajar de peso?

Ha consumido algún producto para bajar de peso	porcentaje	frecuencia
Si	12.64	11
No	87.36	76
total	100.00	87

Ilustración 12. Según la pregunta: ¿Ha consumido algún producto para bajar de peso?



Análisis: En cuanto al consumo de productos para bajar de peso el 87.36% de trabajadoras del GAD municipal no ha consumido dichos productos mientras que un 12.64% respondieron que sí.

Tabla 14. Distribución porcentual de las trabajadoras del GAD municipal del cantón Marcelino Maridueña según la pregunta ¿Cuántas veces a la semana lo consumía?

¿Cuántas veces a la semana lo consumía?	porcentaje	frecuencia
1 - 2 veces	27.27	3

3-4 veces	36.36	4
5-7 veces	27.27	3
más de 7 veces	9.09	1
total	100.00	11

Ilustración 13. Según la pregunta ¿Cuántas veces a la semana lo consumía?



Análisis: En cuanto a la pregunta que antecede las trabajadoras contestaron de manera afirmativa que consumían productos para bajar de peso a la semana el 36.36% consumen dicho producto de 3 – 4 veces, el 27.2 % de 5 – 7 veces y de 1-2 veces y en un 9.09% consumen más de 7 veces. De los cuales los productos más mencionados fueron Herbalife, te divina.

Tabla 15. Distribución porcentual de las trabajadoras del GAD municipal del cantón Marcelino Maridueña según la pregunta ¿Le ha dado resultados el consumo de estos productos?

¿Le ha dado resultados el consumo de estos productos?	porcentaje	frecuencia
Si	45.45	5
No	54.55	6
total	100.00	11

Ilustración 14. Según la pregunta ¿Le ha dado resultados el consumo de estos productos?



Análisis: Según la encuesta realizada en las trabajadoras que si han consumido productos para bajar de peso al 45.45% si les ha dado resultados mientras que el 54.55% siendo mayor no les ha dado resultados.

Tabla 16. Distribución porcentual de las trabajadoras del GAD municipal del cantón Marcelino Maridueña según la pregunta ¿En qué tiempo observó cambios en su peso?

Si su respuesta es Sí. ¿En qué tiempo observó cambios en su peso?	porcentaje	frecuencia
a largo plazo	71.43	5
a corto plazo	28.57	2
total	100.00	7

Ilustración 15. según la pregunta ¿En qué tiempo observó cambios en su peso?

ANALISIS: En cuanto a la pregunta que antecede las trabajadoras que si vieron resultados el 71.43% observó cambios en su peso a largo plazo mientras que solo un 28.57% a corto plazo consumiendo productos para bajar de peso.

Análisis Bivariado.

De acuerdo con las características sociodemográficas de las trabajadoras del GAD municipal del cantón Marcelino Maridueña se describe lo siguiente: según el estado civil la mayoría de encuestadas fueron casadas de las cuales el 89.6% no han consumido productos para bajar, sin embargo considerando quienes han consumido productos para bajar de peso entre los diferentes estados civiles las solteras son las que más optan por consumirlos.

De acuerdo con la edad se clasificó en juventud considerando edades entre 18 a 30 años y adultez entre 31 a 45 años de los cuales se puede mencionar que la mayoría de encuestadas fueron mujeres mayores a 30 años. El 88.7% de mujeres adultas respondieron no haber consumido productos para bajar de peso.

En cuanto al nivel de instrucción de la población objetivo existe un nivel alto de trabajadoras con títulos de tercer nivel de las cuales se pudo evidenciar al igual que las anteriores que la mayoría no ha consumido productos para bajar de peso representado por el 81.6% del total de las encuestadas.

Tabla 17. Factores sociodemográficos frente al consumo de productos para bajar de peso.

VARIABLE	RANGO	ESTADO CIVIL	EDAD	NIVEL DE INSTRUCCIÓN
		Casadas	Adultez	Tercer nivel
Consumo de productos para bajar de peso	SI	10.4%	11.3%	18.4%
	NO	89.6%	88.7%	81.6%
	TOTAL	100%	100%	100%

De todas las trabajadoras del GAD municipal encuestadas que han consumido productos para bajar de peso, el 11.5% manifiesta no conocer los compuestos que contienen dichos productos mientras que el 1.1% afirman conocer. Además el 2.3% consideran que es saludable consumir productos para perder peso y 10.5% no lo consideran saludable. Por otro lado mencionan en un 11.6% que se informaron de los productos por redes sociales mientras que un 1.2% por medio de televisión. De todas las encuestadas que afirmaron el consumo de productos para perder peso el 11.5% consideran que el consumo trae consecuencias para la salud y el 1.1% no considera.

Tabla 18. Consumo de Productos para perder peso frente al conocimiento de las trabajadoras del GAD municipal del cantón Marcelino Maridueña.

CONSUMO DE PRODUCTOS PARA BAJAR DE PESO				
VARIABLES DE CONOCIMIENTOS	RANGO	SI	NO	TOTAL
¿Conoce los compuestos o ingredientes que contienen los productos para bajar de peso?	SI	1.1%	0%	1.1%
	NO	11.5 %	87.4%	98.9%

¿Los productos para bajar de peso son saludables?	SI	2.3%	5.8%	8.1%
	NO	10.5 %	81.4%	91.9%
¿En qué medio de comunicación se informó sobre los productos para bajar de peso?	REDES SOCIALES	11.6%	74.4 %	86%
	TELEVISIÓN	0.0%	4.7%	4.7%
	OTROS	1.2%	8.1%	9.3 %
¿El consumo de productos para bajar de peso tiene consecuencias para la salud?	SI	11.5 %	78.2%	89.7 %
	NO	1.1%	9.2%	10.3 %

En relación del consumo de productos para perder peso y las actitudes se encontró que de todas las encuestadas que afirmaron haber consumido productos para perder peso el 8.0% considera que tienen un nivel de eficacia medio, mientras que bajo y nulo representan en un 2.3% y alto 0%.

Tabla 19. Consumo de productos para bajar de peso frente a las actitudes de las trabajadoras del GAD municipal del cantón Marcelino Maridueña.

CONSUMO DE PRODUCTOS PARA BAJAR DE PESO				
VARIABLES DE ACTITUDES	RANGO	SI	NO	TOTAL
¿Qué nivel de eficacia piensa que tienen los productos para bajar de peso?	NULO	2.3%	12.2%	14.9%
	BAJO	2.3%	13.8%	16.1%
	MEDIO	8.0%	58.6%	66.7%
	ALTO	0.0%	2.3%	2.3%
¿Considera que el consumo de productos para bajar de peso es una buena opción?	NO	10.3%	77.0%	87.3%
	SI	2.3%	10.3%	12.6%

¿Usted piensa que está correcto la venta de producto para bajar de peso sin prescripción médica?	NO	10.3%	77.0%	87.4%
	SI	2.3%	10.3%	23.6%

En cuanto a los resultados de los productos para bajar de peso el 24.0% de las trabajadoras encuestadas que lo han consumido mencionan que no les ha dado resultado y un 20.0% manifiestan que si les ha dado resultados, el 74.4% vieron resultados a largo plazo y el 28.6% a corto plazo.

Tabla 20. Consumo de productos para bajar de peso frente a las Prácticas de las trabajadoras del GAD municipal.

CONSUMO DE PRODUCTOS PARA BAJAR DE PESO				
VARIABLES DE PRÁCTICAS.	RANGO	SI	NO	TOTAL
¿En qué tiempo observó cambios en su peso?	CORTO PLAZO	28.6%	-	28.6%
	LARGO PLAZO	74.4%	-	74.4%
¿Le ha dado resultados el consumo de estos productos?	NO	24.0%	56.0%	80%
	SI	20.0%	0%	20%

4.1. Análisis Comparativo

En un estudio realizado en México por (Ceja-Ramírez Laura Guadalupe, 2015) en profesores universitarios demuestran que más de un tercio de profesionales consumían productos para bajar de peso, de los cuales las mujeres tenían un alto consumo, también por otro lado muestran que más de la tercera parte de la población objetivo consumía más de un producto esto como resultado de la adicción que suelen generar.

En el trabajo de investigación en estudiantes realizado por (LIMA, 2018) demuestra que de todos los encuestados más de la cuarta parte afirmó haber consumido infusiones, comprimidos naturales para perder peso dando como resultado 27 estudiantes y los que indicaron no haberlo consumido fue un porcentaje mayor sin embargo en este estudio no se excluyó la posibilidad que en un futuro lo consuman, uno de los productos mayormente consumidos en este grupo fue el té verde (*camellia sinensis*), dicho producto tiene efecto termogénico más no garantiza que es efectivo para la pérdida o mantenimiento de peso.

En el presente trabajo de investigación el 12.34% manifiesta haber consumido productos para perder peso siendo uno de los más nombrados Herbalife, las encuestadas manifiestan que lo han consumido por ser naturales y porque han visto reducción de peso en personas cercanas de su círculo social, sin embargo del total que afirmaron que consumieron el 11.5 % desconoce los compuestos del contenido de dichos productos, es decir la población los adquiere por el convencimiento del proveedor más no por tener una buena información.

4.2. Verificación de las Hipótesis (en caso de tenerlas)

En el presente estudio se realizó el prueba estadística Chi cuadrado entre variables cualitativas nominales para determinar si existe asociación entre una variable y otra, por ello es importante mencionar que si la significancia del valor de P es < 0.05 quiere decir que es altamente significativo asumiendo que hay un mínimo error entre la asociación de las variables y rechazando la hipótesis nula y en caso de salir > 0.05 se asume la hipótesis nula planteada. (Quevedo Ricardi, 2011).

Para la verificación de la hipótesis del trabajo de investigación se usaron las variables consumo de productos para bajar de peso y edad de las trabajadoras del GAD municipal del cantón Marcelino Maridueña, en la cual se puede evidenciar que no existe una asociación entre la edad y el consumo de productos para bajar de peso evidenciado por un valor de $p > 0.05$, en este caso como se obtuvo una cuenta de las celdas menor a 5 se asoció con la prueba exacta de Fisher's la cual refleja una significancia de 0.7, aceptando la hipótesis nula es decir la edad de la mujer no influye en el consumo de productos para bajar de peso.

Tabla 21. Prueba Chi cuadrado en estadístico SPSS para determinar la asociación entre variables.

Chi-Square Tests					
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)	Exact Sig. (2- sided)	Exact Sig. (1- sided)
Pearson Chi-Square	.358 ^a	1	.550		
Continuity Correction ^b	.058	1	.809		
Likelihood Ratio	.344	1	.557		
Fisher's Exact Test				.722	.391
N of Valid Cases	87				

a. 1 cells (25.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3.16.

b. Computed only for a 2x2 table

Obtenido de: SPSS Statistics

Por otro lado también se realizó la asociación entre la variable sociodemográfica área de trabajo y consumo de productos para bajar de peso en la cual se puede evidenciar que de igual manera el conteo de las celdas es < 5 por lo cual se procede a interpretar la prueba

exacta de Fisher's evidenciando que no existe una asociación entre el área de trabajo y el consumo de productos para bajar de peso.

Tabla 22. Prueba Chi cuadrado en estadístico SPSS para determinar la asociación entre variables.

Chi-Square Tests					
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)	Exact Sig. (2- sided)	Exact Sig. (1- sided)
Pearson Chi-Square	.000 ^a	1	.990		
Continuity Correction ^b	.000	1	1.000		
Likelihood Ratio	.000	1	.990		
Fisher's Exact Test				1.000	.734
Linear-by-Linear Association	.000	1	.990		
N of Valid Cases	87				

a. 1 cells (25.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1.01.

b. Computed only for a 2x2 table

Obtenido de: SPSS Statistics.

Para la realización de la asociación de variables de conocimientos se incluyó la variable clase edad y ¿conoce productos para bajar de peso? en la cual se evidencia al igual que las anteriores que se obtuvo un conteo de celdas < 5 por lo cual se verifica la prueba exacta de Fisher's para comprobar significancia demostrando que no existe una asociación entre la edad de las mujeres y el conocimiento de productos para bajar de peso debido a que el valor de p es igual a 1.

Tabla 23. Prueba Chi cuadrado en estadístico SPSS para determinar la asociación entre variables.

Chi-Square Tests					
	Value	df	Asymptotic Significance (2- sided)	Exact Sig. (2- sided)	Exact Sig. (1- sided)
Pearson Chi-Square	.134 ^a	1	.715		
Continuity Correction ^b	.004	1	.952		
Likelihood Ratio	.137	1	.712		
Fisher's Exact Test				1.000	.488
N of Valid Cases	87				

a. 1 cells (25.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 4.60.

b. Computed only for a 2x2 table

Obtenido de: SPSS Statistics.

En la siguiente tabla podemos evidenciar que entre la variable consumo de productos para bajar de peso y frente a la variable de actitud los productos para bajar de peso es una buena opción, mediante la prueba estadística exacta de Fisher's no existe una asociación entre las 2 considerando que La actitud que tienen las trabajadoras del GAD municipal del cantón Marcelino Maridueña no influyen sustancialmente en el consumo de productos para bajar de peso.

Tabla 24. Prueba Chi cuadrado en estadístico SPSS para determinar la asociación entre variables.

Chi-Square Tests					
			Asymptotic		
	Value	df	Significance	Exact Sig. (2-	Exact Sig. (1-
			(2-sided)	sided)	sided)
Pearson Chi-Square	.350 ^a	1	.554		
Continuity Correction ^b	.011	1	.916		
Likelihood Ratio	.319	1	.572		
Fisher's Exact Test				.625	.421
Linear-by-Linear	.346	1	.557		
Association					
N of Valid Cases	87				

a. 1 cells (25.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1.39.

b. Computed only for a 2x2 table

Obtenido de: SPSS Statistics.

Continuando con la asociación en cuanto a la relación de la variable Consumo de productos para bajar de peso y la variable de práctica: resultados del consumo de productos para bajar de peso se pudo evidenciar que existe una asociación entre ambas con un valor de significancia de la prueba exacta de Fisher's de 0.009 aceptando en este caso que las prácticas de las mujeres de 18 a 45 años influyen de manera sustancial en el consumo de productos para bajar de peso.

Chi-Square Tests					
			Asymptotic		
	Value	df	Significance	Exact Sig. (2-	Exact Sig. (1-
			(2-sided)	sided)	sided)
Pearson Chi-Square	7.955 ^a	1	.005		
Continuity Correction ^b	5.367	1	.021		
Likelihood Ratio	9.862	1	.002		
Fisher's Exact Test				.009	.009
Linear-by-Linear	7.636	1	.006		
Association					

N of Valid Cases 25

a. 2 cells (50.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2.20.

b. Computed only for a 2x2 table

Obtenido de: SPSS Statistics.

UNEMI

CAPÍTULO V: Conclusiones y Recomendaciones

5. Conclusiones

- Se concluye mencionando que en base a conocimientos sobre productos para bajar de peso la mayoría de trabajadoras del GAD municipal conoce solo la apariencia de dichos producto más no los compuestos que lo integran, por ese motivo la población suele dejarse convencer para su consumo sin verificar las repercusiones que causan para la salud.
- En cuanto a las características sociodemográficas se puede concluir que no existe una relación significativa en cuanto a la edad, estado civil, nivel de educación frente al consumo de productos para bajar de peso.
- Con respecto al consumo de productos para bajar de peso dentro del grupo objetivo de esta investigación se evidenció un mínimo porcentaje sobre las mujeres que lo han consumido, sin embargo de todas aquellas que consumieron un 45% afirman que son efectivos mientras que más del 55% mencionan que no les ha mostrado resultados.
- De todas las 87 trabajadoras encuestadas el 66.6% considera que los productos para bajar de peso tienen un nivel medio de eficacia, por otra parte la mayoría mencionan que se informan de dichos productos por medio de las redes sociales.
- En cuanto a las prácticas realizadas por las trabajadoras del GAD municipal del cantón Marcelino Maridueña se puede mencionar que los resultados de dichos productos para bajar de peso influye en el consumo del mismo.

5.1. Recomendaciones

- Implementar programas de educación nutricional para socializar a la población las consecuencias que generan el consumo excesivo de productos para bajar de peso.
- Comprometer a la población a la realización de prácticas alimentarias saludables independientemente del sexo, edad, estado civil y nivel de instrucción.
- Realizar campañas de difusión por redes promoviendo estilos de vida saludables y demostrando que con una alimentación saludable y realizando actividad física se puede lograr perder peso sin hacer daño a la salud.
- Realizar trabajos de investigación a futuro considerando una población más grande para evidenciar asociaciones entre variables.

Bibliografía

- Alejandra Wiedeman, M., Erika Ochoa, O., Eduard Maury, S., & Martin, G. (2011). Utilización de suplementos nutricionales para el manejo del sobrepeso y obesidad: Una revisión de la evidencia. *Revista Chilena de Nutricion*, 38(2), 234–242. <https://doi.org/10.4067/S0717-75182011000200014>
- Alicia, N., Cristina, I., Janeth, S., Guamán-montero, N. A., Mesa-cano, I. C., Peña-cordero, S. J., & Ramírez-coronel, A. A. (2021). *Factores que influyen en la adherencia al tratamiento de la diabetes mellitus II Factors influencing adherence to diabetes mellitus II treatment*.
- Cavalieri, L., & Arcucci, S. (2019). Hepatitis grave producida por intoxicación con té verde en un niño. Presentación de un caso. *Archivos Argentinos de Pediatría*, 117(6), 655–658. <https://doi.org/10.5546/aap.2019.e655>
- Ceja-Ramírez Laura Guadalupe, R.-E. L. S.-V. E. (2015). Relación del consumo de productos para bajar de peso con el sobrepeso y la obesidad en profesores universitarios de Puebla, México. *Revista de La Facultad de Medicina*, 63(1), 87–92. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-00112015000100009&lang=pt
- Ciro Marin, Nicol Andrea; Giraldo Forero, Laura Tatiana; Pulgarin Castaño, Nicolas; Acevedo Osorio, G. O. (2018). Riesgo del consumo de suplementos dietarios adelgazantes en mujeres de una institución de educación superior , Pereira , 2018 Risk of the consumption of dietary supplements slimming in women of an institution of higher education , Pereira , 2018. *Cuaderno de Investigaciones-Semilleros Andina*, 11(11), 200–205. <https://revia.areandina.edu.co/index.php/vbn/article/view/931>
- Cuevas, N. R., Guerrero, N. V., Paula, A., Bruneri, C., & Ramón, N. (2021). *Ingesta de suplementos dietarios y productos herbales en personas con sobrepeso y obesidad (Salta , Argentina)*. 19–27. <https://revia.areandina.edu.co/index.php/vbn/article/view/931>
- ENSANUT. (2018). *document.pdf*. <http://revistas.epoch.edu.ec/index.php/cssn/article/view/656/651>
- Fuentes, C., Morales, G., & Valenzuela, R. (2021). Dairy intake and prevention of overweight or obesity: A review of current evidence. *Revista Chilena de Nutricion*, 48(6), 942–954.

<https://doi.org/10.4067/S0717-75182021000600942>

García, García, E. (2004). ¿Qué es la obesidad? *Revista de Endocrinología y Nutrición*, 12(4), 88. <http://www.medigraphic.com/pdfs/endoc/er-2004/ers043c.pdf>

Garzón Medina, C., & Barreto, I. (2013). Feeding practices and meanings of light foods in families of a Bogota urban sector | Prácticas alimentarias y significados de alimentos light de familias de un sector urbano de Bogotá. *Suma Psicológica*. <http://www.scopus.com/inward/record.url?eid=2-s2.0-84884741000&partnerID=MN8TOARS>

Hernández-Corona, D. M., Ángel-González, M., Vázquez-Colunga, J. C., Lima-Colunga, A. B., Vázquez-Juárez, C. L., & Colunga-Rodríguez, C. (2021). Eating habits associated with overweight and obesity in mexican adults: An integrative review. *Ciencia y Enfermería*, 27. <https://doi.org/10.29393/ce27-7hadh60007>

Hospital, M., México, J. De, & Morales-flores, J. J. T. C. F. (2021). *Órgano Oficial de Difusión Científica de la Sociedad Médico-Quirúrgica del Hospital Juárez de México*, A. C. 88. http://www.revistahospitaljuarez.com/portadas/rhjm_21_88_3.pdf#page=55

Jorly Mejia-Montilla, Nadia Reyna- Villasmil, Andreina Fernaández- Ramirez, E. R.-V. (2021). *Vista de Leptina, obesidad y enfermedades cardiovasculares.pdf*.

LIMA, M. (2018). CARACTERIZACIÓN DEL CONSUMO DE INFUSIONES, COMPRIMIDOS NATURALES Y FIBRAS INSOLUBLES PARA LA REDUCCIÓN DE PESO EN ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS. GUATEMALA. 2018. UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR. http://journal.stainkudus.ac.id/index.php/equilibrium/article/view/1268/1127%0Ahttp://publicacoes.cardiol.br/portal/ijcs/portugues/2018/v3103/pdf/3103009.pdf%0Ahttp://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-75772018000200067&lng=en&tlng=

Menecier, N., & Lomaglio, D. B. (2021). *Hipertensión arterial , exceso de peso y obesidad abdominal en mujeres adultas de la Puna de Catamarca , Argentina Hypertension , overweight and abdominal obesity in adult women from the Puna of*. 1–15. <https://doi.org/10.24215/18536387e04>

- Mengual-Moreno, E., Lizarzábal-García, M., Hernández-Rincón, I., & Barboza-Nobrega, M. D. F. (2015). Hepatotoxicidad asociada a hierbas y productos nutricionales de origen botánico. *Investigacion Clinica (Venezuela)*, 56(3), 320–335.
- Mireles Velázquez, M. de L. (2014). Universidad autónoma del estado de México. *UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MEXICO*. <http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/32694/Tesis000.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Molares, S., Arenas, P. M., & Aguilar, A. (2012). Etnobotánica urbana de los productos vegetales adelgazantes comercializados en México DF. *Boletín Latinoamericano y Del Caribe de Plantas Medicinales y Aromaticas*, 11(5), 400–412.
- Montero-López, M., Santamaría-Ulloa, C., Bekelman, T., Arias-Quesada, J., Corrales-Calderón, J., Jackson-Gómez, M., & Granados-Obando, G. (2021). Social determinants of health and prevalence of overweight-obesity in urban women according to their socioeconomic level. *Hacia La Promocion de La Salud*, 26(2), 192–207. <https://doi.org/10.17151/hpsal.2021.26.2.14>
- Oral, S. (2019). *Measures to combat it*. 2, 18–33.
- Otero, S. B. (2014). *Percepción de síntomas psicológicos asociados al uso de productos adelgazantes en mujeres*. [/citations?view_op=view_citation&continue=/scholar%3Fhl%3Des%26as_sdt%3D0,5%26scilib%3D1&citilm=1&citation_for_view=63pkLTgAAAAJ:Tyk-4Ss8FVUC&hl=es&oi=p](https://scilab.uva.es/citations?view_op=view_citation&continue=/scholar%3Fhl%3Des%26as_sdt%3D0,5%26scilib%3D1&citilm=1&citation_for_view=63pkLTgAAAAJ:Tyk-4Ss8FVUC&hl=es&oi=p)
- Pérez, D., & Pérez Martínez, I. (2006). El Producto. Concepto y Desarrollo. *EOI Escuela de Negocios*, 1–66. http://api.eoi.es/api_v1_dev.php/fedora/asset/eoi:45113/componente45111.pdf
- Quevedo Ricardi, F. (2011). The chi-square. *Medwave*, 11(12), e5266–e5266. <https://doi.org/10.5867/medwave.2011.12.5266>
- Ramírez, A. V. (2009). La teoría del conocimiento en investigación científica. *American College of Occupational and Environmental Medicine*, 70(3), 217–224. <http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=S1025->

55832009000300011&script=sci_arttext

Rodrigo-Cano, S., Soriano Del Castillo, J. M., & Merino-Torres, J. F. (2017). Causas y tratamiento de la obesidad. *Nutricion Clinica y Dietetica Hospitalaria*, 37(4), 87–92. <https://doi.org/10.12873/374rodrigo>

Sayas-Contreras, R., Alcalá-De Ávila, E. M., & San Martín-Gómez, Á. P. (2019). Configuración de la responsabilidad por publicidad engañosa en productos light, bajo en grasa o libres de grasa. *Saber, Ciencia y Libertad*, 14(1), 56–67. <https://doi.org/10.18041/2382-3240/saber.2019v14n1.5233>

Ubillos, S., Mayordono, S., & Páez, D. (1994). El Condicionamiento Clásico de las Actitudes. *Reproductive Health*, 15(1958), 1–37. <https://www.ehu.eus/documents/1463215/1504276/Capitulo+X.pdf>

Vásquez V., F., & Vanegas L., J. (2014). Suplementos dietéticos para reducir de peso: Dilemas médicos y éticos. *Revista Medica de Chile*, 142(8), 1069–1075. <https://doi.org/10.4067/S0034-98872014000800016>

Anexos

Anexo1. Encuesta CAP aplicada a las trabajadoras del GAD municipal del Cantón Marcelino Maridueña.



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
MAESTRÍA EN NUTRICIÓN Y DIETÉTICA
CON MENCIÓN EN NUTRICIÓN COMUNITARIA

Reciban ustedes un afectuoso saludo, pidiéndoles muy encarecidamente realizar esta encuesta cuyos datos se usarán para un trabajo de investigación, esperando contar con su colaboración les quedo muy agradecida.

CUESTIONARIO DE CONOCIMIENTOS ACTITUDES Y PRÁCTICAS FRENTE AL CONSUMO DE PRODUCTOS PARA BAJAR DE PESO EN MUJERES DE 18 A 45 AÑOS DEL GAD MUNICIPAL DEL CANTÓN MARCELINO MARIDUEÑA

EDAD: _____ años

ESTADO CIVIL:

- Soltera
- Casada
- Divorciada
- Viuda
- Unión libre

NIVEL DE INSTRUCCIÓN:

- Primaria
- Secundaria
- Tercer Nivel
- Cuarto Nivel
- Ninguna

ÁREA DE TRABAJO:

- Administrativo
- Obrero

CONOCIMIENTO

¿Ha escuchado información sobre productos para bajar?

Si No

Si su respuesta es Sí: ¿Que ha escuchado?

¿Conoce algún producto para bajar de peso?

Si No

Si su respuesta es Sí: ¿Cuál?

¿Conoce los compuestos o ingredientes que contienen los productos para bajar de peso?

Si No

Si su respuesta es Sí: ¿Cuáles ingredientes?

¿Los productos para bajar de peso son saludables?

Si No

¿Por qué? _____

¿En qué medio de comunicación se informó sobre los productos para bajar de peso?

Redes sociales

Radio

Televisión

Otros

Consecuencias del consumo para bajar de peso

¿El consumo de productos para bajar de peso tiene consecuencias para la salud?

SI NO

Si su respuesta es SI ¿Qué consecuencias?

ACTITUDES

¿Qué nivel de eficacia piensa que tienen los productos para bajar de peso?

Alto

Medio

Bajo

Nulo

¿Considera que el consumo de productos para bajar de peso es una buena opción? ¿Por qué?

Si No

Usted piensa que está correcto la venta para bajar de peso sin prescripción médica?

Sí No

¿Por qué? _____

PRÁCTICAS

Ha consumido algún producto para bajar de peso.

Si No

Si su respuesta es SI contestar las siguientes preguntas

a. ¿Cuántas veces a la semana lo consumía?

- 1 – 2 veces
- 3- 4 veces
- 5-7 veces
- Más de 7 veces

b. ¿Qué producto para bajar de peso consumió? _____

¿Le ha dado resultados el consumo de estos productos?

Si No

Si su respuesta es Sí. ¿En qué tiempo observó cambios en su peso?

A corto plazo

A medio plazo

A largo plazo

Anexo 2. Consentimiento Informado

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Yo _____ con cedula de identidad No. _____ de estado civil _____ he sido informado sobre el presente proyecto de investigación que tiene como nombre Conocimientos Actitudes y prácticas frente al consumo de productos para perder peso en mujeres de 18 a 45 años del GAD municipal del cantón Marcelino Maridueña, Se me ha comunicado que la información que se registre será confidencial. Tengo conocimiento que este proyecto tiene un beneficio para la sociedad. Asimismo, sé que no estoy obligada a llenar el cuestionario de conocimientos, Actitudes y Prácticas, sin expresión de causa ni consecuencias negativas para mí.

Acepto voluntariamente participar en este proyecto.

Firma del participante

Anexo3. Oficio de solicitud para la realización del proyecto de investigación

Marcelino Maridueña, 01 de julio del 2022

Abogado
Pedro Antonio Orellana Ortiz
ALCALDE DEL GAD MUNICIPAL CANTÓN CRNEL. MARCELINO
MARIDUEÑA

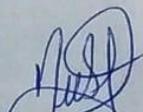
En su despacho.

De mis consideraciones:

Yo, **SOLORZANO IBARRA NATHALIA FERNANDA**, portador de la cedula de identidad # 095198247-9, estudiante de la maestría en Nutrición y Dietética con Mención en Nutrición Comunitaria, de la Universidad UNEMI de la ciudad de Milagro, SOLICITO a usted su autorización para poder realizar mi Informe de Investigación: Tesis, con el tema **CONOCIMIENTOS ACTITUDES Y PRACTICAS FRENTE AL CONSUMO DE PRODUCTOS PARA BAJAR DE PESO EN MUJERES DE 18 A 45 AÑOS DEL GAD MUNICIPAL DEL CANTÓN CORONEL MARCELINO MARIDUEÑA EN EL AÑO 2022**", en el GAD Municipal del cantón coronel Marcelino Maridueña, institución que usted muy acertadamente representa, POR UN PERIODO DE 1 MES.

Sin otro particular, me despido de usted no sin antes reiterarle mis sentimientos de alta consideración y estima.

Atentamente


SOLORZANO IBARRA NATHALIA FERNANDA

C.I. 095198247-9

CEL. 0939860412

nsolorzano@unemi.edu.ec

Ing. Norma Landi
Tlf. 0989487503



UNEMI

UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

¡Evolución académica!

@UNEMIEcuador

