



**UNIVERSIDAD  
DEL AZUAY**

**Universidad del Azuay**

**Facultad de Ciencias de la Administración**

**Escuela de Marketing**

**PLAN DE MARKETING SOCIAL PARA REDUCIR  
LA INCIDENCIA DE LA OBESIDAD INFANTIL EN  
NIÑOS ENTRE 5 A 11 AÑOS EN EL ÁREA  
URBANA DE CUENCA 2019-2020**

Trabajo de graduación previo a la obtención del título de  
Ingeniero(a) en Marketing

**Autores:**

Esteban Andrés Castillo Bravo

Daysi Carolina Sánchez Campoverde

**Director:**

Ing. Marco Antonio Ponce Rios MBA.

Cuenca - Ecuador

2019

## **DEDICATORIA**

A Dios por permitirme concluir mi vida universitaria satisfactoriamente y acompañarme durante todos los días de mi vida.

A mis padres Milton y Carla por creer y confiar, en mí y mis decisiones durante toda mi vida universitaria, por enseñarme que la vida es de retos y que es de valientes asumirlos, pero sobre todo cuando uno se cae debe saber levantarse y nunca dejar de creer en sus sueños hasta conseguirlos.

A mis hermanas Daniela y Emilia por siempre estar conmigo dándome su apoyo y cariño, por ser las mejores hermanas que pude tener y ser quienes están conmigo en los momentos más difíciles.

A mis abuelos por su cariño, buenas enseñanzas y ánimos que me brindan en cada meta que me propongo hasta conseguirla.

A mi amiga y compañera de tesis Daysi por permitirme compartir durante estos años de universidad y afianzar una verdadera amistad.

*Esteban Andrés Castillo Bravo*

### **A DIOS**

Por darme la sabiduría, vida y saluda para cumplir mis objetivos de vida.

### **A MIS QUERIDOS PAPÁS DIEGO Y DEYSI**

Quienes me han brindado su total apoyo para culminar mi segunda carrera con éxito, sin ellos nada hubiese sido posible, teniendo siempre en mente la frase me recordaba mi mamá desde pequeña. Eres capaz, naciste para triunfar.

### **A MI ABUELITA TERESA**

Sé que me sonrío desde el cielo, y está orgullosa de mí porque fue un pilar fundamental en mi vida, mi abuelita, a pesar de que me hace mucha falta, todos mis triunfos también son por ella.

*Daysi Carolina Sánchez Campoverde*

## **AGRADECIMIENTO**

A mis padres por apoyarme desde el primer momento de mi carrera universitaria, a mi padre Milton por ser mi ejemplo a seguir y mi madre Carla por siempre estar ahí cuando más la necesito.

Al Ing. Marco Rios Ponce, director de tesis, por la confianza depositada en mi para el desarrollo de la tesis, por ser un gran profesor y amigo, por el apoyo incondicional brindado siempre.

Al Ing. Juan Francisco Álvarez y los miembros de la junta académica el Eco. Manuel Freire y la Ing. Verónica Rosales por el apoyo durante toda la carrera y brindarme conocimientos que me permitirán desarrollarme como un buen profesional.

A todos los docentes que durante mi vida universitaria me impartieron conocimientos valiosos para formarme como profesional.

A todos mis compañeros de la carrera que durante estos años se han vuelto amigos y parte importante de mi vida.

*Esteban Andrés Castillo Bravo*

Al culminar el trabajo investigativo, quiero agradecer a Dios por darme la vida y oportunidad por permitirme terminar una etapa más de estudio.

Un agradecimiento especial a las personas más importantes que existen para mí, a quienes admiro, respeto y valoro por su esfuerzo diario, para brindarme lo mejor, pero sobre todo han estado conmigo en todo momento, ellos son mis papás.

Gracias infinitas a todos los docentes de la escuela de Marketing porque a pesar de ser nuestros guías siempre han estado pendientes de nuestro desenvolvimiento académico, de manera especial a mis queridos profesores de la junta académica: Eco. Manuel Freire e Ing. Verónica Rosales porque a lo largo de estos 4 años y medio de carrera me han brindado su afecto y confianza para diversas actividades a nivel escuela, me llevo un grato recuerdo de personas extraordinarias.

Al Ing. Marco Ríos, nuestro tutor, quien ha estado pendiente todo este tiempo de nosotros y de nuestro trabajo para culminar de la mejor manera.

Un agradecimiento especial a mi enamorado Darwin, quien se convirtió en un ser especial por su forma de ser, por cuidarme y demostrarme su total apoyo en toda actividad.

Para finalizar quiero agradecer a uno de mis grandes amigos por su gran amistad, quien ha sido mi compañero desde primer ciclo, de trabajos y tesis, Andrés Castillo.

*Daysi Carolina Sánchez Campoverde*

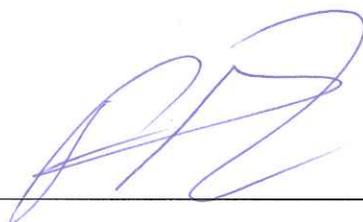
## **RESUMEN**

En el presente trabajo de investigación se contempla el diseño de un plan de marketing social, para reducir la incidencia de obesidad infantil en niños de 5 a 11 años en el área urbana de la ciudad de Cuenca, para ello, se realizó una investigación exploratoria-descriptiva de tipo cualitativa y cuantitativa.

Finalmente se obtuvieron dos tipologías de familias, la primera es de hijos con obesidad los cuales presentan sedentarismo y una alimentación deficiente, la segunda de familias sin este problema teniendo una vida saludable, para así poder generar estrategias y reducir esta problemática.

## ABSTRACT

The present investigation intends to design a social marketing plan to reduce the incidence of childhood obesity in children between 5 and 11 years of age in the urban area of Cuenca. To accomplish this, an exploratory-descriptive research was carried out, with both qualitative and quantitative methodologies. Two types of families were identified, the first corresponds to children with obesity, who are sedentary and undernourished. The second type corresponds to families having a healthy life. This helped the researchers to generate strategies and reduce this problem.

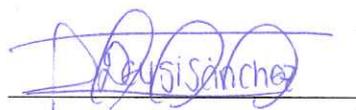


Eng. Marco Antonio Ríos Ponce

Thesis Director

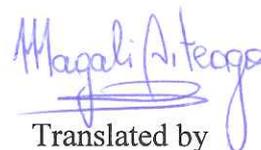


Esteban Andrés Castillo Bravo



Daysi Carolina Sánchez Campoverde

Authors



Translated by

Mg. Magali Arteaga

# ÍNDICE

|   |             |
|---|-------------|
| <b>DEDICATORIA</b>  | <b>II</b>   |
| <b>AGRADECIMIENTO</b>                                       | <b>IV</b>   |
| <b>RESUMEN</b>  | <b>VI</b>   |
| <b>ABSTRACT</b>   | <b>VII</b>  |
| <b>ÍNDICE</b>   | <b>VIII</b> |
| <b>ÍNDICE DE ILUSTRACIONES</b>                              | <b>X</b>    |
| <b>ÍNDICE DE TABLAS</b>                                     | <b>XII</b>  |
| <b>INTRODUCCIÓN</b>   | <b>1</b>    |
| <b>CAPÍTULO 1. FUNDAMENTOS TEÓRICOS</b>                     | <b>2</b>    |
| <b>1.1 HISTORIA DEL MARKETING</b>                           | <b>2</b>    |
| <b>1.2 DEFINICIÓN DE MARKETING</b>                          | <b>4</b>    |
| <b>1.3 MARKETING SOCIAL</b>                                 | <b>5</b>    |
| 1.3.1 EVOLUCIÓN DEL MARKETING SOCIAL                        | 6           |
| 1.3.2 CONCEPTOS DEL MARKETING SOCIAL                        | 7           |
| <b>1.4 PLAN DE MARKETING SOCIAL</b>                         | <b>8</b>    |
| 1.4.1 ELEMENTOS CLAVE                                       | 9           |
| 1.4.2 ETAPAS  | 9           |
| <b>CAPÍTULO 2. OBESIDAD INFANTIL</b>                        | <b>12</b>   |
| <b>2.1 LA OBESIDAD</b>                                      | <b>12</b>   |
| <b>2.2 IMPORTANCIA</b>                                      | <b>14</b>   |
| <b>2.3 ETIOLOGÍA DE LA OBESIDAD</b>                         | <b>16</b>   |
| <b>2.4 REPERCUSIÓN CLÍNICA</b>                              | <b>16</b>   |
| 2.4.1 CONSECUENCIAS DE LA OBESIDAD PEDIÁTRICA A CORTO PLAZO | 17          |
| 2.4.2 CONSECUENCIAS DE LA OBESIDAD PEDIÁTRICA A LARGO PLAZO | 17          |
| 2.4.3 PERIODOS DE RIESGO DURANTE LA EDAD PEDIÁTRICA         | 17          |

|  |  |            |
|--|--|------------|
| <b>2.5</b>                                   | <b>MÉTODOS PARA DETECTAR LA OBESIDAD</b> | <b>23</b>  |
| 2.5.1  | MÉTODOS DE FÁCIL ACCESO                  | 23         |
| 2.5.2  | ANTROPOMETRÍA                            | 24         |
| <b>CAPÍTULO 3. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS</b> |  | <b>26</b>  |
| <hr/>  |  |            |
| <b>3.1</b>                                   | <b>METODOLOGÍA</b>                       | <b>26</b>  |
| <b>3.1</b>                                   | <b>INVESTIGACIÓN CUALITATIVA</b>         | <b>28</b>  |
| 3.1.1  | FOCUS GROUP                              | 28         |
| 3.1.2  | ENTREVISTAS A EXPERTOS                   | 45         |
| 3.1.3  | ENTREVISTAS A PROFUNDIDAD                | 67         |
| <b>3.2</b>                                   | <b>INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA</b>        | <b>71</b>  |
| 3.2.1  | ENCUESTA PILOTO                          | 71         |
| 3.2.2  | ENCUESTA FINAL                           | 72         |
| 3.2.3  | RESULTADOS                               | 76         |
| <b>3.3</b>                                   | <b>INFORME FINAL</b>                     | <b>105</b> |
| <b>CAPÍTULO 4. PLAN DE MARKETING</b>         |  | <b>108</b> |
| <hr/>  |  |            |
| <b>4.1</b>                                   | <b>ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN</b>          | <b>108</b> |
| 4.1.1  | FILOSOFÍA EMPRESARIAL                    | 108        |
| 4.1.2  | ANÁLISIS PEST                            | 108        |
| <b>4.2</b>                                   | <b>DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN</b>       | <b>110</b> |
| <b>4.3</b>                                   | <b>OBJETIVOS</b>                         | <b>111</b> |
| <b>4.4</b>                                   | <b>ELEMENTOS CLAVE</b>                   | <b>111</b> |
| <b>4.5</b>                                   | <b>ESTRATEGIAS DE MARKETING</b>          | <b>112</b> |
| <b>4.6</b>                                   | <b>PLAN DE ACCIÓN</b>                    | <b>126</b> |
| <b>4.7</b>                                   | <b>CRONOGRAMA</b>                        | <b>128</b> |
| <b>4.8</b>                                   | <b>PRESUPUESTO</b>                       | <b>129</b> |
| <b>CONCLUSIONES</b>                          |  | <b>130</b> |
| <hr/>  |  |            |
| <b>BIBLIOGRAFÍA</b>                          |  | <b>132</b> |
| <hr/>  |  |            |
| <b>ANEXOS</b>                                |  | <b>135</b> |
| <hr/>  |  |            |

# ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

|  |     |
|--|-----|
| ILUSTRACIÓN 1 - ETAPAS DEL MARKETING SOCIAL .....  | 9   |
| ILUSTRACIÓN 2 - SOBREPESO Y OBESIDAD EN NIÑOS DE 5 A 11 AÑOS POR ZONAS DE PLANIFICACIÓN .....                                  | 14  |
| ILUSTRACIÓN 3 - SOBREPESO Y OBESIDAD EN NIÑOS DE 5 A 11 AÑOS POR PROVINCIAS.....   | 15  |
| ILUSTRACIÓN 4 - CONOCIMIENTO DE LA OBESIDAD INFANTIL EN FUNCIÓN AL RANGO DE EDAD DE LOS PADRES T1.....                         | 77  |
| ILUSTRACIÓN 5- CONOCIMIENTO DE LA OBESIDAD INFANTIL EN FUNCIÓN AL RANGO DE EDAD DE LOS PADRES T2.....                          | 77  |
| ILUSTRACIÓN 6 - CONOCIMIENTO DE LAS CAUSAS QUE PROVOCAN LA OBESIDAD INFANTIL EN FUNCIÓN AL RANGO DE EDAD DE LOS PADRES T1..... | 78  |
| ILUSTRACIÓN 7 - CONOCIMIENTO DE LAS CAUSAS QUE PROVOCAN LA OBESIDAD INFANTIL EN FUNCIÓN AL RANGO DE EDAD DE LOS PADRES T2..... | 78  |
| ILUSTRACIÓN 8 - NIÑOS QUE PRACTICAN DEPORTE EN FUNCIÓN AL RANGO DE EDAD DE LOS PADRES T1.....                                  | 79  |
| ILUSTRACIÓN 9 - NIÑOS QUE PRACTICAN DEPORTE EN FUNCIÓN AL RANGO DE EDAD DE LOS PADRES T2.....                                  | 79  |
| ILUSTRACIÓN 10 - ACTIVIDADES QUE PRACTICAN LOS NIÑOS EN FUNCIÓN AL RANGO DE EDAD DE LOS PADRES T1.....                         | 80  |
| ILUSTRACIÓN 11 - ACTIVIDADES QUE PRACTICAN LOS NIÑOS EN FUNCIÓN AL RANGO DE EDAD DE LOS PADRES T2.....                         | 80  |
| ILUSTRACIÓN 12 - PERSONA QUE COCINA EN FUNCIÓN AL RANGO DE EDAD DE LOS PADRES T1.....  | 81  |
| ILUSTRACIÓN 13 - PERSONA QUE COCINA EN FUNCIÓN AL RANGO DE EDAD DE LOS PADRES T2.....  | 81  |
| ILUSTRACIÓN 14 - FRECUENCIA DE CONSUMO DE VERDURAS DEL NIÑO EN FUNCIÓN AL RANGO DE EDAD DE LOS PADRES T1.....                  | 82  |
| ILUSTRACIÓN 15 - FRECUENCIA DE CONSUMO DE VERDURAS DEL NIÑO EN FUNCIÓN AL RANGO DE EDAD DE LOS PADRES T2.....                  | 82  |
| ILUSTRACIÓN 16 - CAMBIO POSITIVO FRENTE A LA OBESIDAD INFANTIL EN FUNCIÓN AL RANGO DE EDAD DE LOS PADRES.....                  | 83  |
| ILUSTRACIÓN 17 - CONOCIMIENTO DEL COSTO DE LA OBESIDAD INFANTIL EN FUNCIÓN A RANGOS DE EDAD DE PADRES.....                     | 84  |
| ILUSTRACIÓN 18 - LUGAR QUE REALIZA LAS COMPRAS DE VERDURAS EN FUNCIÓN AL ESTADO CIVIL DEL PADRE T1.....                        | 85  |
| ILUSTRACIÓN 19 - LUGAR QUE REALIZA LAS COMPRAS DE VERDURAS EN FUNCIÓN AL ESTADO CIVIL DEL PADRE T2.....                        | 85  |
| ILUSTRACIÓN 20 - LUGAR QUE REALIZA LAS COMPRAS DE FRUTAS EN FUNCIÓN AL ESTADO CIVIL DEL PADRE T1.....                          | 86  |
| ILUSTRACIÓN 21 - LUGAR QUE REALIZA LAS COMPRAS DE FRUTAS EN FUNCIÓN AL ESTADO CIVIL DEL PADRE T2.....                          | 86  |
| ILUSTRACIÓN 22 - LUGAR QUE REALIZA LAS COMPRAS DE CARNES EN FUNCIÓN AL ESTADO CIVIL DEL PADRE T1.....                          | 87  |
| ILUSTRACIÓN 23 - LUGAR QUE REALIZA LAS COMPRAS DE CARNES EN FUNCIÓN AL ESTADO CIVIL DEL PADRE T2.....                          | 87  |
| ILUSTRACIÓN 24 - LUGAR QUE REALIZA LAS COMPRAS DE LÁCTEOS EN FUNCIÓN AL ESTADO CIVIL DEL PADRE T1.....                         | 88  |
| ILUSTRACIÓN 25 - LUGAR QUE REALIZA LAS COMPRAS DE LÁCTEOS EN FUNCIÓN AL ESTADO CIVIL DEL PADRE T2.....                         | 88  |
| ILUSTRACIÓN 26 - LUGAR QUE REALIZA LAS COMPRAS DE CARBOHIDRATOS EN FUNCIÓN AL ESTADO CIVIL DEL PADRE T1.....                   | 89  |
| ILUSTRACIÓN 27 - LUGAR QUE REALIZA LAS COMPRAS DE CARBOHIDRATOS EN FUNCIÓN AL ESTADO CIVIL DEL PADRE T2.....                   | 89  |
| ILUSTRACIÓN 28 - ESTILO DE VIDA SALUDABLE EN FUNCIÓN AL ESTADO CIVIL DEL PADRE T1.....   | 90  |
| ILUSTRACIÓN 29 - ESTILO DE VIDA SALUDABLE EN FUNCIÓN AL ESTADO CIVIL DEL PADRE T2.....   | 90  |
| ILUSTRACIÓN 30- CONOCIMIENTO DEL COSTO DE LA OBESIDAD INFANTIL EN FUNCIÓN AL ESTADO CIVIL DEL PADRE.....                       | 91  |
| ILUSTRACIÓN 31 - CAMBIO POSITIVO FRENTE A LA OBESIDAD INFANTIL EN FUNCIÓN AL RANGO DE EDAD DE LOS PADRES.....                  | 92  |
| ILUSTRACIÓN 32 - ACTIVIDADES QUE PRACTICAN LOS NIÑOS EN FUNCIÓN AL SEXO DEL NIÑO T1.....                                       | 93  |
| ILUSTRACIÓN 33 - ACTIVIDADES QUE PRACTICAN LOS NIÑOS EN FUNCIÓN AL SEXO DEL NIÑO T2.....                                       | 93  |
| ILUSTRACIÓN 34 - OPCIONES PARA LOS RECREO EN FUNCIÓN DEL SEXO DEL NIÑO T1.....   | 94  |
| ILUSTRACIÓN 35 - OPCIONES PARA LOS RECREO EN FUNCIÓN DEL SEXO DEL NIÑO T2.....   | 94  |
| ILUSTRACIÓN 36 - FRECUENCIA DE CONSUMO DE FRUTAS DEL NIÑO EN FUNCIÓN DEL SEXO DEL NIÑO T1.....                                 | 95  |
| ILUSTRACIÓN 37 - FRECUENCIA DE CONSUMO DE FRUTAS DEL NIÑO EN FUNCIÓN DEL SEXO DEL NIÑO T2.....                                 | 95  |
| ILUSTRACIÓN 38 - FRECUENCIA DE CONSUMO DE VERDURAS DEL NIÑO EN FUNCIÓN DEL SEXO DEL NIÑO T1.....                               | 96  |
| ILUSTRACIÓN 39 - FRECUENCIA DE CONSUMO DE VERDURAS DEL NIÑO EN FUNCIÓN DEL SEXO DEL NIÑO T2.....                               | 96  |
| ILUSTRACIÓN 40 - ESTILO DE VIDA SALUDABLE DEL PADRE EN FUNCIÓN AL SEXO DEL NIÑO T1.....  | 97  |
| ILUSTRACIÓN 41 - ESTILO DE VIDA SALUDABLE DEL PADRE EN FUNCIÓN AL SEXO DEL NIÑO T2.....  | 97  |
| ILUSTRACIÓN 42 - TIEMPO DE ACTIVIDAD FÍSICA DEL PADRE EN FUNCIÓN AL SEXO DEL NIÑO T1.....                                      | 98  |
| ILUSTRACIÓN 43 - TIEMPO DE ACTIVIDAD FÍSICA DEL PADRE EN FUNCIÓN AL SEXO DEL NIÑO T2.....                                      | 98  |
| ILUSTRACIÓN 44 - CAMBIO POSITIVO FRENTE A LA OBESIDAD INFANTIL EN FUNCIÓN AL SEXO DEL PADRE.....                               | 99  |
| ILUSTRACIÓN 45 - CAMBIO DE ESTILO DE VIDA EL PRÓXIMO MES EN FUNCIÓN AL SEXO DEL PADRE.....                                     | 100 |
| ILUSTRACIÓN 46 - CONOCIMIENTO DE LA OBESIDAD INFANTIL EN FUNCIÓN AL SEXO DEL PADRE.....  | 101 |
| ILUSTRACIÓN 47 - TIPO DE CAMPAÑA QUE TUVIERA MAYOR IMPACTO PARA REDUCIR LA OBESIDAD EN FUNCIÓN AL SEXO DEL PADRE.....          | 102 |
| ILUSTRACIÓN 48 - COLOCACIÓN EN EL EMPAQUE SI ES NUTRITIVO EN FUNCIÓN DEL SEXO DEL PADRE.....                                   | 103 |
| ILUSTRACIÓN 49 - MEDIO QUE TUVIERA MAYOR IMPACTO PARA REDUCIR LA OBESIDAD EN FUNCIÓN AL SEXO DEL PADRE.....                    | 104 |
| ILUSTRACIÓN 50 - FAN PAGE SUBE Y BAJA.....   | 113 |
| ILUSTRACIÓN 51- POST 1 FACEBOOK.....   | 113 |

|   |     |
|---|-----|
| ILUSTRACIÓN 52 - POST 2 FACEBOOK .....                  | 113 |
| ILUSTRACIÓN 53- ENCUESTA SALUD INFANTIL 1 .....         | 114 |
| ILUSTRACIÓN 54- RADIOS .....                            | 115 |
| ILUSTRACIÓN 55 - VALLA ACTIVIDAD FÍSICA .....           | 116 |
| ILUSTRACIÓN 56 - VALLA ALIMENTACIÓN .....               | 117 |
| ILUSTRACIÓN 57 - INVITACIÓN A CHARLAS MAGISTRALES ..... | 118 |
| ILUSTRACIÓN 58 - ESCALERAS BRANDEADA 1 .....            | 119 |
| ILUSTRACIÓN 59 - ESCALERA BRANDEADA 2 .....             | 119 |
| ILUSTRACIÓN 60 - DISEÑO ESCALERA 1 .....                | 119 |
| ILUSTRACIÓN 61- DISEÑO ESCALERA 2 .....                 | 119 |
| ILUSTRACIÓN 62 - PARADA DE BUS BRANDEADA 1 .....        | 120 |
| ILUSTRACIÓN 63 - PARADA DE BUS BRANDEADA 2 .....        | 120 |
| ILUSTRACIÓN 64 - BUS BRANDEADO 1 .....                  | 121 |
| ILUSTRACIÓN 65 - BUS BRANDEADO 2 .....                  | 121 |
| ILUSTRACIÓN 66 - ACTIVACIÓN 1 .....                     | 122 |
| ILUSTRACIÓN 67 - ACTIVACIÓN 2 .....                     | 122 |
| ILUSTRACIÓN 68 - AFICHE ESCUELA 1 .....                 | 123 |
| ILUSTRACIÓN 69 - AFICHE ESCUELA 2 .....                 | 123 |
| ILUSTRACIÓN 70 - AFICHE CICLO PASEO .....               | 124 |
| ILUSTRACIÓN 71 – ENCUESTA SALUD INFANTIL 2 .....        | 125 |
| ILUSTRACIÓN 72 - AFICHE CURSO DE COCINA .....           | 125 |

# ÍNDICE DE TABLAS

|   |    |
|---|----|
| TABLA 1 - CONCEPTOS DEL MARKETING SOCIAL .....  | 7  |
| TABLA 2- GRADO DE OBESIDAD DE ACUERDO AL IMC.....   | 13 |
| TABLA 3 - DISTRIBUCIÓN POR ZONAS DE PLANIFICACIÓN.....  | 15 |
| TABLA 4 - INVESTIGACIÓN CUALITATIVA .....   | 26 |
| TABLA 5- CONOCIMIENTO DE LA OBESIDAD INFANTIL EN FUNCIÓN AL RANGO DE EDAD DE LOS PADRES T1.....                           | 77 |
| TABLA 6 - CONOCIMIENTO DE LA OBESIDAD INFANTIL EN FUNCIÓN AL RANGO DE EDAD DE LOS PADRES T2.....                          | 77 |
| TABLA 7 - CONOCIMIENTO DE LAS CAUSAS QUE PROVOCAN LA OBESIDAD INFANTIL EN FUNCIÓN AL RANGO DE EDAD DE LOS PADRES T1 ..... | 78 |
| TABLA 8 - CONOCIMIENTO DE LAS CAUSAS QUE PROVOCAN LA OBESIDAD INFANTIL EN FUNCIÓN AL RANGO DE EDAD DE LOS PADRES T2 ..... | 78 |
| TABLA 9 - NIÑOS QUE PRACTICAN DEPORTE EN FUNCIÓN AL RANGO DE EDAD DE LOS PADRES T1 .....                                  | 79 |
| TABLA 10 - NIÑOS QUE PRACTICAN DEPORTE EN FUNCIÓN AL RANGO DE EDAD DE LOS PADRES T2 .....                                 | 79 |
| TABLA 11 - ACTIVIDADES QUE PRACTICAN LOS NIÑOS EN FUNCIÓN AL RANGO DE EDAD DE LOS PADRES T1 .....                         | 80 |
| TABLA 12 - ACTIVIDADES QUE PRACTICAN LOS NIÑOS EN FUNCIÓN AL RANGO DE EDAD DE LOS PADRES T2 .....                         | 80 |
| TABLA 13 - PERSONA QUE COCINA EN FUNCIÓN AL RANGO DE EDAD DE LOS PADRES T1.....   | 81 |
| TABLA 14 - PERSONA QUE COCINA EN FUNCIÓN AL RANGO DE EDAD DE LOS PADRES T2.....   | 81 |
| TABLA 15 - FRECUENCIA DE CONSUMO DE VERDURAS DEL NIÑO EN FUNCIÓN AL RANGO DE EDAD DE LOS PADRES T1 .....                  | 82 |
| TABLA 16 - FRECUENCIA DE CONSUMO DE VERDURAS DEL NIÑO EN FUNCIÓN AL RANGO DE EDAD DE LOS PADRES T2 .....                  | 82 |
| TABLA 17- CAMBIO POSITIVO FRENTE A LA OBESIDAD INFANTIL EN FUNCIÓN AL RANGO DE EDAD DE LOS PADRES .....                   | 83 |
| TABLA 18 - CONOCIMIENTO DEL COSTO DE LA OBESIDAD INFANTIL EN FUNCIÓN A RANGOS DE EDAD DE PADRES.....                      | 84 |
| TABLA 19 - LUGAR QUE REALIZA LAS COMPRAS DE VERDURAS EN FUNCIÓN AL ESTADO CIVIL DEL PADRE T1.....                         | 85 |
| TABLA 20 - LUGAR QUE REALIZA LAS COMPRAS DE VERDURAS EN FUNCIÓN AL ESTADO CIVIL DEL PADRE T2.....                         | 85 |
| TABLA 21 - LUGAR QUE REALIZA LAS COMPRAS DE FRUTAS EN FUNCIÓN AL ESTADO CIVIL DEL PADRE T1.....                           | 86 |
| TABLA 22 - LUGAR QUE REALIZA LAS COMPRAS DE FRUTAS EN FUNCIÓN AL ESTADO CIVIL DEL PADRE T2.....                           | 86 |
| TABLA 23 - LUGAR QUE REALIZA LAS COMPRAS DE CARNES EN FUNCIÓN AL ESTADO CIVIL DEL PADRE T1.....                           | 87 |
| TABLA 24 - LUGAR QUE REALIZA LAS COMPRAS DE CARNES EN FUNCIÓN AL ESTADO CIVIL DEL PADRE T2.....                           | 87 |
| TABLA 25 - LUGAR QUE REALIZA LAS COMPRAS DE LÁCTEOS EN FUNCIÓN AL ESTADO CIVIL DEL PADRE T1 .....                         | 88 |
| TABLA 26 - LUGAR QUE REALIZA LAS COMPRAS DE LÁCTEOS EN FUNCIÓN AL ESTADO CIVIL DEL PADRE T2 .....                         | 88 |
| TABLA 27 - LUGAR QUE REALIZA LAS COMPRAS DE CARBOHIDRATOS EN FUNCIÓN AL ESTADO CIVIL DEL PADRE T1 .....                   | 89 |
| TABLA 28 - LUGAR QUE REALIZA LAS COMPRAS DE CARBOHIDRATOS EN FUNCIÓN AL ESTADO CIVIL DEL PADRE T2 .....                   | 89 |
| TABLA 29 - ESTILO DE VIDA SALUDABLE EN FUNCIÓN AL ESTADO CIVIL DEL PADRE T1.....  | 90 |
| TABLA 30 - ESTILO DE VIDA SALUDABLE EN FUNCIÓN AL ESTADO CIVIL DEL PADRE T2.....  | 90 |
| TABLA 31 - CONOCIMIENTO DEL COSTO DE LA OBESIDAD INFANTIL EN FUNCIÓN AL ESTADO CIVIL DEL PADRE .....                      | 91 |
| TABLA 32- CAMBIO POSITIVO FRENTE A LA OBESIDAD INFANTIL EN FUNCIÓN AL RANGO DE EDAD DE LOS PADRES .....                   | 92 |
| TABLA 33 - ACTIVIDADES QUE PRACTICAN LOS NIÑOS EN FUNCIÓN AL SEXO DEL NIÑO T1 .....                                       | 93 |
| TABLA 34 - ACTIVIDADES QUE PRACTICAN LOS NIÑOS EN FUNCIÓN AL SEXO DEL NIÑO T2 .....                                       | 93 |
| TABLA 35 - OPCIONES PARA LOS RECREO EN FUNCIÓN DEL SEXO DEL NIÑO T1 .....   | 94 |
| TABLA 36 - OPCIONES PARA LOS RECREO EN FUNCIÓN DEL SEXO DEL NIÑO T2 .....   | 94 |
| TABLA 37 - FRECUENCIA DE CONSUMO DE FRUTAS DEL NIÑO EN FUNCIÓN DEL SEXO DEL NIÑO T1 .....                                 | 95 |
| TABLA 38 - FRECUENCIA DE CONSUMO DE FRUTAS DEL NIÑO EN FUNCIÓN DEL SEXO DEL NIÑO T2 .....                                 | 95 |
| TABLA 39 - FRECUENCIA DE CONSUMO DE VERDURAS DEL NIÑO EN FUNCIÓN DEL SEXO DEL NIÑO T1 .....                               | 96 |
| TABLA 40 - FRECUENCIA DE CONSUMO DE VERDURAS DEL NIÑO EN FUNCIÓN DEL SEXO DEL NIÑO T2 .....                               | 96 |
| TABLA 41 - ESTILO DE VIDA SALUDABLE DEL PADRE EN FUNCIÓN AL SEXO DEL NIÑO T1.....   | 97 |
| TABLA 42 - ESTILO DE VIDA SALUDABLE DEL PADRE EN FUNCIÓN AL SEXO DEL NIÑO T2.....   | 97 |
| TABLA 43 - TIEMPO DE ACTIVIDAD FÍSICA DEL PADRE EN FUNCIÓN AL SEXO DEL NIÑO T1 .....                                      | 98 |
| TABLA 44 - TIEMPO DE ACTIVIDAD FÍSICA DEL PADRE EN FUNCIÓN AL SEXO DEL NIÑO T2 .....                                      | 98 |
| TABLA 45 - CAMBIO POSITIVO FRENTE A LA OBESIDAD INFANTIL EN FUNCIÓN AL SEXO DEL PADRE .....                               | 99 |

|  |     |
|--|-----|
| TABLA 46 - CAMBIO DE ESTILO DE VIDA EL PRÓXIMO MES EN FUNCIÓN AL SEXO DEL PADRE .....                            | 100 |
| TABLA 47 - CONOCIMIENTO DE LA OBESIDAD INFANTIL EN FUNCIÓN AL SEXO DEL PADRE .....                               | 101 |
| TABLA 48 - TIPO DE CAMPAÑA QUE TUVIERA MAYOR IMPACTO PARA REDUCIR LA OBESIDAD EN FUNCIÓN AL SEXO DEL PADRE ..... | 102 |
| TABLA 49 - COLOCACIÓN EN EL EMPAQUE SI ES NUTRITIVO EN FUNCIÓN DEL SEXO DEL PADRE .....                          | 103 |
| TABLA 50 - MEDIO QUE TUVIERA MAYOR IMPACTO PARA REDUCIR LA OBESIDAD EN FUNCIÓN AL SEXO DEL PADRE.....            | 104 |
| TABLA 51 - PLAN DE ACCIÓN PARTE 1 .....  | 126 |
| TABLA 52 - PLAN DE ACCIÓN PARTE 2.....   | 127 |
| TABLA 53 - CRONOGRAMA.....   | 128 |
| TABLA 54 - PRESUPUESTO.....  | 129 |

# INTRODUCCIÓN

El marketing es una herramienta de gran utilidad que beneficia a todo tipo de empresa a detectar ciertos factores con el fin de poder implementar estrategias, teniendo en cuenta el propósito de cumplir los objetivos planteados, sin embargo no solo se centra en el área comercial sino también en el ámbito social, denominándose: Marketing Social. Es de vital importancia aprovechar las oportunidades que se presentan en la vida y una de ellas es realizar una investigación que gira entorno a la sociedad, dirigida especialmente a los más pequeños de la casa con una problemática que hoy en día es un caso de estudio.

La obesidad es una enfermedad crónica, suele iniciarse en la infancia y prevalecer a lo largo de toda la vida ya sea por diferentes factores: genéticos, mala alimentación, sedentarismo, convirtiéndose en un trastorno metabólico.

Se ha realizado una investigación exhaustiva en la cual se presentan dos tipos de familias: la primera son aquellos que tienen hijos con sobrepeso u obesidad infantil y la segunda, hijos con su peso normal, siendo así se observaron características notorias al momento de realizar el contraste pertinente, dando como resultado una información valiosa al tema presente.

Para el trabajo de titulación se ha elaborado un Plan de Marketing Social para reducir la obesidad infantil en niños de 5 a 11 años en el área urbana de Cuenca con el propósito de detectar los elementos esenciales y poder plantear estrategias óptimas de cambio.

Para finalizar, la campaña está enfocada a padres de familia, siendo ellos los actores principales en la formación de sus hijos y que tengan el mensaje preciso de comunicación sobre una vida saludable, sin embargo los niños también forman parte del proceso de cambio con los cuales se trabajará de manera simultánea tratando de alcanzar la meta propuesta.

# **CAPÍTULO 1. FUNDAMENTOS TEÓRICOS**

## **1.1 Historia del Marketing**

Antes de conocer que es el Marketing y cómo surge el Marketing Social, es fundamental conocer su historia y como se originó. Se podría decir que para muchas personas, el marketing resulta ser un concepto totalmente novedoso, pero todo contrario, el marketing ha estado siempre vinculado a la sociedad y su desarrollo, como un proceso social que busca: "Poner un bien o servicio en el mercado y su intercambio", es por eso que se debe diferenciar claramente el surgimiento del Marketing, de su estudio, debido a que antes de los primeros documentos escritos sobre el tema, ya se realizaban distintas actividades vinculadas, como la comercialización e investigación de mercado, por esta razón, para muchos autores el origen de esta disciplina no se concreta en una fecha y lugar exacto, ni quien fue su creador. (García, 2008)

Basado en la idea del intercambio se considera que el Marketing es una disciplina tan antigua como la misma humanidad, como Kotler menciona en un ejemplo de la primera historia de la Biblia: "En la cual Eva convence a Adán de que coma la manzana prohibida. Eva no fue la primera especialista en marketing, sino la serpiente que la convenció de que le vendiese la idea a Adán." (Kotler P. , 2005, pág. 21) dando a entender que el surgimiento del Marketing se da en conjunto con la aparición del hombre, es decir que siempre existió.

En el siglo XV, ya se utilizaban actividades de marketing en la comercialización de libros, puesto que varios editores buscaban mercados, diseñaban el producto y adaptaban las 4P's del marketing en sus actividades, utilizando las variables de marketing estratégico como se las conoce en la actualidad. (Rasulli, 1988)

El surgimiento del marketing como actividad empresarial comienza a tomar fuerza en la Revolución Industrial en el siglo XIX, debido al gran crecimiento de la capacidad productiva, provocando un mayor desarrollo del comercio para dar salida al nuevo

volumen de productos que las fábricas generaban. Sin embargo las primeras definiciones conceptuales se dieron en las primeras décadas del Siglo XX. (Adell, 2007)

Ya en siglo XX, en Estados Unidos se da la aparición de los primeros centros de investigación que buscaban recabar información sobre los consumidores y así poder mejorar las ofertas comerciales. En donde aparecieron las primeras asociaciones de profesionales en marketing y la utilización, por primera vez, de esta terminología en la Universidad de Wisconsin (García, 2008), puesto que en los Departamentos de Economía de esta universidad y Harvard se consideran centros originarios en el desarrollo del pensamiento del Marketing. (Sixto, 2010).

A partir de 1911, el marketing adquiere categoría de disciplina independiente y se constituye como un campo de estudio propio y adherido a la economía. Así, Lewis Weld presentó en 1914, la investigación *Distribución de mercado* en la Asociación Económica Americana, la cual es considerada la primera investigación científica sobre marketing, y en 1915 Shaw, publica *Some problems in the distribution*, el primer libro sobre marketing tal como hoy lo entendemos. (Bartels, 1964)

En el año 1934, aparece una de las primeras revistas centradas en el Marketing llamada *American Marketing Journal*, la cual se transformó en el *Journal of Marketing* en 1936, nombre que mantiene hasta la fecha. En 1937, se funda la American Marketing Association (AMA por sus siglas en inglés) con el propósito de promover el estudio científico del marketing, que en un futuro se convertiría en un referente académico tanto para su estudio y definición (AMA, 1988).

Para mediados del siglo XX, ya se comenzaron a diferenciar las funciones del marketing y se presentan iniciativas importantes en el campo de su aplicación. En poco tiempo, el marketing se fue convirtiendo en una actividad de vital importancia en las empresas y se expandió a varios sectores como el industrial, no lucrativo y social. (García, 2008)

En 1960, el profesor E.J. McCarthy propuso la idea de las 4P's, debido a la interrelación que presentaron en esa época las diversas variables del marketing, siendo uno de los aportes más grandes de la historia de la disciplina, puesto que sería la clasificación más aceptada en el futuro. (Sixto, 2010)

Desde ese momento, el marketing dejó de tener, únicamente, una aplicación empresarial, lo que permitió un desarrollo formidable del marketing, debido a que se iniciaron investigaciones que buscan establecer los fenómenos comerciales, además del desarrollo de nuevas técnicas y conceptos como los de "jefe de producto y categoría", "trade marketing", entre otros, que se convirtieron en parte del lenguaje empresarial, sin mencionar, la creación de nuevas especializaciones en marketing como la relacional, servicios, ambiental, internacional, social, siendo esta última, en la cual se basa el desarrollo del presente trabajo.

## **1.2 Definición de Marketing**

Es importante conocer la definición correcta de Marketing, puesto que, en la sociedad, se han creado varias ideas, que muchas veces no reflejan lo que en realidad es, esta disciplina, asumiendo que, la publicidad y las ventas son sinónimos del marketing, cuando en realidad, son funciones de esta nueva ciencia. En este punto, identificaremos definiciones de Marketing de los principales autores e instituciones.

Empezamos con las definiciones que nos proporciona la American Marketing Association (AMA), puesto que es una de las organizaciones más importantes que tiene la industria del marketing. El primer concepto que propone esta Asociación es que marketing es "el desempeño de actividades de negocio que dirigen el flujo de bienes y servicios desde el fabricante hacia el consumidor" (AMA, 1960), del análisis de esta definición se establece que se orienta únicamente hacia la parte comercial, en donde se presenta una relación de intercambio con la parte compradora y vendedora.

Esta definición cambia en 1985 cuando propone un nuevo enfoque, el cual incluye el marketing mix y que se puede aplicar también a las organizaciones sin fines de lucro, y plantea que marketing es “el proceso de planificación y ejecución del concepto, precio, promoción y distribución de ideas, bienes y servicios para crear intercambios que satisfagan objetivos individuales y colectivos”. (AMA, 1985)

Dejando la parte transaccional atrás, la AMA formula un concepto nuevo, basado en las relaciones, el cual señala que el marketing es “la función de la organización y el conjunto de procesos dirigidos a crear, comunicar y distribuir valor a los clientes y a gestionar las relaciones con los clientes mediante procedimientos que beneficien a la organización y a sus grupos de interés”. (AMA, 2004)

En 2007 se vuelve a replantear esta definición, concepto que se mantiene hasta la actualidad y busca abarcar a todas las definiciones anteriores, teniendo el siguiente resultado, marketing es “la actividad, conjunto de instituciones y procesos, llevadas a cabo por organizaciones e individuos para crear, comunicar, distribuir e intercambiar ofertas que tienen valor para los consumidores, clientes, socios y para la sociedad en general.” (AMA, 2013)

También existen conceptos que han sido planteadas por varios autores como Kotler y Armstrong (2008), quienes definen el término marketing como “un proceso social y de gestión, a través del cual individuos y grupos obtienen lo que necesitan y desean, creando, ofreciendo e intercambiando productos u otras entidades con valor para los otros.”

### **1.3 Marketing Social**

El marketing es una disciplina muy importante para todas las empresas, debido a la gran utilidad que tiene para la identificación de los consumidores y determinar sus requerimientos y necesidades para luego convertirlos en productos y/o servicios que satisfagan sus necesidades, puesto que es la conexión que tiene la empresa con los compradores.

Sin embargo, el marketing no solo se centra en el área comercial o de servicios, sino también en el área social, que se la conoce como Marketing Social, que no se enfoca en un bien o servicio, sino en una idea o una causa social, para generar una aceptación o cambio de actitud en la sociedad.

### **1.3.1 Evolución del Marketing Social**

Es importante conocer los orígenes del Marketing Social con los hechos más relevantes, todo comenzó en 1952 cuando se discute sobre la eficacia de las causas sociales y dos años después Weibe se interroga: ¿Por qué no se vende la solidaridad como se vende el jabón? (Weibe, 1952), definiendo que también se pueden realizar acciones de mercadeo, para este tipo de causas.

A finales de los años 60, se dio un importante avance en lo referente al mercadeo social en las universidades de Estados Unidos, en donde se dio paso al origen del concepto del Marketing Social, además de considerar a esta área, como una aplicación de técnicas de mercadeo para mejorar la sociedad.

Ya en los años 70, se produce una ampliación del alcance del marketing, que buscaba una responsabilidad del Marketing hacia la sociedad, en donde las empresas deben preocuparse por los intereses del pueblo, dejando de lado sus intereses económicos. Además, se reconocen las primeras Organizaciones No Gubernamentales que aplican el Marketing Social en sus procesos.

Kotler y Zaltman (1971) publicaron un primer artículo en el *Journal of Marketing*, bajo el título: “Marketing Social: un acercamiento hacia la planeación de los cambios sociales”. Desde la divulgación de este artículo, se han ido publicando nuevos y más actualizados papers, libros y artículos relacionados con la mercadotecnia social y la responsabilidad social empresarial.

### 1.3.2 Conceptos del Marketing Social

Tabla 1 - Conceptos del Marketing Social

| Década | Definición   | Enfoque de la Definición   |
|--------|--|--|
| 70s    | "Marketing social es el diseño, implementación y control de programas, calculados para influir en la aceptabilidad de ideas sociales e involucrar consideraciones de planificación de producto, precio, comunicación, distribución e investigación de mercados" (Kotler & Armstrong, 1971)   | Se sigue considerando al marketing como una función gerencial, enfocada en satisfacer necesidades en el proceso de intercambio, incluyendo a la aceptación de ideas sociales.  |
| 80s    | "El marketing social es el diseño, implantación y control de programas que buscan incrementar la aceptación de una idea social para la práctica en un grupo objetivo" (Kotler, 1972)   | Conceptualmente sigue en la búsqueda de la satisfacción de necesidades individuales, esta vez, en concreto a un grupo objetivo.  |
|        | "El marketing social es marketing para la calidad de vida, es un concepto que aplica el conocimiento propio del marketing para dar a conocer y buscar el apoyo de causas sociales" (Sirgy, Morris, & Samli, 1985)  | Se incluye dentro del concepto la calidad de vida, asignándole una mayor importancia y realce que al producto mismo.   |
|        | "El marketing social es una tecnología de gestión del cambio social que incluye el diseño, la puesta en práctica y el control de programas orientados a aumentar la aceptación de una idea o práctica social en uno o más grupos de adoptantes objetivo" (Kotler & Roberto, 1989)  | Aparecen los adoptantes, un grupo de interés a los cuales se podría decir que son quienes buscan la aceptación de la propuesta social.   |
| 90s    | "El marketing social es la adaptación de las tecnologías del marketing comercial al análisis, planeación, ejecución, y evaluación de programas diseñados para influir en el comportamiento de las audiencias objetivo con el fin de mejorar su bienestar físico y mental y/o el de la sociedad de la cual hacen parte" (Andreasen, 1993) | Dentro de estos conceptos se da paso a la inclusión de la tecnología dentro del Marketing Social, el cual pretende convertirse en un procedimiento que permitirá que la idea social sea aceptada por el público adoptante. |
|        | "El marketing social es la adaptación de las tecnologías del marketing comercial a programas diseñados para influir en el comportamiento voluntario de la audiencia objetivo con el fin de mejorar su bienestar personal y el de la sociedad de la cual ellos hacen parte" (Andreasen, 1994)   |  |

|                         |   |   |
|-------------------------|---|---|
|                         | "El marketing social es la adaptación de las tecnologías del marketing comercial al análisis, planificación, ejecución y evaluación de programas diseñados para influir en el comportamiento voluntario de las audiencias objetivo con el fin de mejorar su bienestar personal y el de la sociedad" (Andreasen, 1994)   |   |
|                         | "El concepto de marketing social es una filosofía administrativa que se centra en el equilibrio entre la satisfacción de las necesidades de los clientes, la satisfacción de necesidades de la sociedad a largo plazo y el logro de los objetivos de la organización" (Pride & Ferrel, 1997)  | Se da paso en este concepto a que las empresas adopten una política en marketing con un enfoque de cultura corporativa que se base en el hacer y parecer.   |
|                         | "El mercadeo social es una rama del mercadeo que se ocupa de la relación de intercambio con beneficio en el campo de las ideas, centrada en el trasfondo de dicha relación con el ánimo de encontrar y facilitar, para todos los actores, un modo de estar en el mundo: ello implica fortalecer el tejido social y el cambio de las actitudes para mejorar la calidad de vida de todos" (Muñoz, 2001) | El Marketing se convierte en una función organizacional en donde se da paso a la generación de valor hacia los diferentes públicos o grupos de interés que buscan un equilibrio entre la empresa y la sociedad. |
| <b>2000 en adelante</b> | "El marketing social es la actividad conjunta de instituciones y procesos para crear, comunicar y entregar ofertas de intercambio que tienen valor para los consumidores, clientes, vendedores, clientes asociados y la sociedad en general" (AMA, 2007)  | Estos conceptos se centran en conocer y generar programas enfocados en los grupos de interés, para generar un beneficio en la sociedad.   |
|                         | "Es la gestión de las inquietudes de los grupos interés, en cuanto a los actos responsables e irresponsables relacionados con los fenómenos ambientales, éticos y sociales, de tal manera que se creen beneficios corporativos"(Vaaland, Heide y Gronhaug. 2008)  |   |

Fuente: Elaboración Propia

## 1.4 Plan de Marketing Social

El Plan de Marketing es un documento escrito, que tiene contenido sistematizado y estructurado, define claramente los campos de responsabilidad de la función de marketing, y posibilita el control de la gestión comercial y de marketing.

Con las bases teóricas establecidas, se diseñará el Plan de Marketing a utilizarse para este proyecto social, como primer punto, debemos identificar los elementos clave que se deben utilizar dentro del mismo, para luego identificar las etapas que se deben desarrollar para la elaboración del plan.

### 1.4.1 Elementos Clave

Kotler y Roberto (1989) en su libro Marketing Social, identificaron los cinco elementos clave para un plan de marketing social:

- **Causa:** Es el objetivo social al cual los agentes de cambio pretenden aportar con la solución óptima a un determinado problema.
- **Agente de Cambio:** Puede ser una persona, organización o alianza que buscan generar un cambio social.
- **Adoptantes objetivo:** Son personas, grupos o una población que son el objeto del cambio social generado por el agente de cambio.
- **Canales:** Las vías de comunicación que se utilizaran para dar a conocer las estrategias que se plantearan para generar un cambio social.
- **Estrategia de Cambio:** Es la dirección y programa adoptado por un agente de cambio para buscar el cambio de actitudes y conductas de los adoptantes.

### 1.4.2 Etapas

Según (Sainz de Vicuña, 2015), el proceso para elaborar correctamente un plan de marketing debe considerar las siguientes seis etapas:

*Ilustración 1 - Etapas del Marketing Social*



Fuente: (Sainz de Vicuña, 2012)

### ➤ **Análisis de la Situación**

En este paso se realizan tanto un análisis de situación interno y externo que permiten conocer como la empresa, programa o proyecto se encuentra.

- **Análisis Interno**

Con este análisis se pretende evidenciar como se encuentra la empresa y cuáles son los factores que puede controlar. Se determinan las fortalezas y debilidades que tiene la compañía, en función del marketing. Los análisis a considerar son: ventas, rentabilidad, cadena de valor, factores de mercadeo, entre otros. (Hoyos, 2013)

- **Análisis Externo**

El análisis externo hace referencia a los factores que la empresa no puede controlar y son determinados exclusivamente por el entorno. Son las oportunidades y amenazas que tiene la compañía, se debe analizar la competencia, el mercado, el microentorno y el macroentorno. (Hoyos, 2013)

### ➤ **Diagnóstico de la Situación**

El diagnóstico de la situación es una síntesis del análisis situacional previo, que nos permite conocer la situación actual en la que se encuentra la empresa. En donde se recopila toda la información de la etapa anterior y se consolida en la matriz FODA. (Sainz de Vicuña, 2012)

### ➤ **Objetivos de Marketing**

Ya analizada la situación y antes de definir la estrategia, debemos elaborar cuales son los objetivos que la estrategia debe contribuir, Estos deben ser realistas, coherentes, concretos y con un plazo de duración establecido.

Existen dos tipos de objetivos que se pueden plantear, los objetivos cuantitativos y los cualitativos. Los primeros son aquellos objetivos que se pueden cuantificar y pueden ser expresados en cifras concretas. Los objetivos cualitativos proponen metas

más genéricas y por ende menos tangibles, debido a que son difíciles de medir y/o presentan un costo elevado de cuantificar. (Sainz de Vicuña, 2012)

### ➤ **Estrategias de Marketing**

Las estrategias definen como se van a conseguir los objetivos que se han planteado, es decir los objetivos son lo que queremos alcanzar y las estrategias como lo vamos a conseguir.

Existen varias estrategias que se pueden aplicar en el área de marketing como lo son de cartera, segmentación, posicionamiento, diversificación de productos, nuevos mercados, entre otros. (Hoyos, 2013)

### ➤ **Plan de Acción**

El plan de acción es la etapa más operativa del plan de marketing, en donde se encuentran las tácticas que deben utilizarse y las estrategias que permitan cumplir con los objetivos planteados en etapas anteriores. Al ser netamente operativa, se debe buscar las acciones concretas que permitan desarrollar correctamente las estrategias. (Sainz de Vicuña, 2012)

Normalmente se pueden encontrar acciones en función del producto, precio, distribución y comunicación.

### ➤ **Presupuesto**

Es la última etapa del plan o también puede integrarse al plan de acción. El presupuesto es la recopilación de los diferentes rubros o costos contemplados en las acciones a realizarse durante el plan de marketing. (Hoyos, 2013)

## CAPÍTULO 2. OBESIDAD INFANTIL

### 2.1 La Obesidad

La obesidad es una enfermedad presente en los niños, adolescentes y personas adultas que viven en cualquier parte del mundo, en países desarrollados o subdesarrollados, consiste básicamente en el exceso de grasa corporal expedida por el tejido adiposo, el mismo que está compuesto por células llamadas adipocitos en donde se almacena energía en forma de grasa afectando negativamente la salud de la persona.

En la vida del humano existen tres etapas cronológicas críticas para evitar la obesidad, estas son:

- A los 9 meses de gestación y primer año de vida
- De 5 a 7 años
- Adolescencia

Estas etapas deben ser plenamente socializadas y dirigidas a los padres de familia, tomando en consideración medidas preventivas para sus hijos. (Ángel Aragonés Gallego)

La relación existente entre peso y talla es fundamental puesto que el resultado obtenido de la fórmula es el índice de masa corporal (IMC) donde se determinará el grado de obesidad existente en un niño (Peña Morales & Galeano, 2012)

$$IMC = \frac{Peso (kg)}{Estatura^2 (m^2)}$$

## Grado de Obesidad de acuerdo al IMC

Tabla 2- Grado de Obesidad de acuerdo al IMC

| IMC       | GRADO DE OBESIDAD            |
|-----------|------------------------------|
| 20 – 25   | Normal                       |
| 27 - 29,9 | Obesidad Grado I (sobrepeso) |
| 30 - 34,9 | Obesidad Grado II            |
| 35 – 39,9 | Obesidad Grado III           |
| > 40      | Obesidad Grado IV (mórbida)  |

Fuente: (Peña Morales & Galeano, 2012)

Sin embargo, se debe destacar que, el Índice de Masa Corporal (IMC) no permite establecer con precisión la diferencia entre el exceso de peso y el exceso de grasa corporal (Peña Morales & Galeano, 2012)

Por consiguiente, el basarse solamente en la relación entre talla y peso, no es suficientemente adecuado, mucho más si se tiene en cuenta la gran variabilidad que presenta la constitución anatómica de los seres humanos, diversidad que se acentúa, para el caso de los niños, debido a que pueden tener ciertas características y variaciones producto de su edad. Al respecto, una persona que posea una estructura ósea muy compacta o una que posea una gran masa muscular, no puede evaluarse de igual manera que otra que posea, lo que podríamos denominar, una constitución normal. Resulta mucho más apropiado utilizar cualquiera de los métodos que estiman la cantidad de grasa corporal.

De esta manera, la medida de los pliegues subcutáneos es otra alternativa complementaria a considerar, debido a que habitualmente, entre el 27% y 42% de la grasa total es subcutánea, con lo que, midiendo esta grasa se puede estimar la grasa corporal total. (Peña Morales & Galeano, 2012)

## 2.2 Importancia

La obesidad infantil se asocia a una serie de enfermedades que complican y agravan la evolución y el normal desarrollo de la una persona, como son: dislipidemias, diabetes tipo II, hiperandrogenismo y alteraciones ortopédicas, entre otras. Sin hacer mención de los graves problemas psicológicos que pueden presentar estos niños en su adaptación social. Los efectos, a largo plazo, de la obesidad del niño sobre la morbilidad o mortalidad en el adulto no se conocen completamente. (Ángel Aragonés Gallego)

La ENSANUT (Encuesta Nacional de Salud y Nutrición), encuesta que se realiza cada 6 años, en conjunto con el INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos) y el INSP (Instituto Nacional de Salud Pública), en donde se abordan básicamente preguntas sobre nutrición, alimentos que ingiere la persona, bebidas, actividad física, el tiempo que está frente a una computadora, celular, Tablet etc. De la ejecutada en el año 2012, se obtuvieron los siguientes resultados.

### Prevalencia de sobrepeso y obesidad en la población escolar (de 5 a 11 años) por zonas de planificación

Ilustración 2 - Sobrepeso y obesidad en niños de 5 a 11 años por zonas de planificación



Fuente: ENSANUT 2012 MSP/ INEC

En el siguiente gráfico presenta la distribución de sobrepeso y obesidad por zonas de planificación en donde corresponde a las siguientes provincias:

## Zonas de planificación del Ecuador

Tabla 3 - Distribución por zonas de planificación

|               |   |
|---------------|---|
| <b>Zona 1</b> | Esmeraldas, Imbabura, Carchi, Sucumbíos           |
| <b>Zona 2</b> | Pichincha, Napo, Orellana                         |
| <b>Zona 3</b> | Cotopaxi, Tungurahua, Chimborazo, Pastaza         |
| <b>Zona 4</b> | Manabí, Santo Domingo de los Tsáchilas            |
| <b>Zona 5</b> | Santa Elena, Guayas, Bolívar, Los Ríos, Galápagos |
| <b>Zona 6</b> | Cañar, Azuay, Morona Santiago                     |
| <b>Zona 7</b> | El Oro, Loja, Zamora Chinchipe                    |
| <b>Zona 8</b> | Distrito Metropolitano de Guayaquil               |
| <b>Zona 9</b> | Distrito Metropolitano de Quito                   |

Fuente: SEMPLADES

Analizando el gráfico, la zona 9 (Distrito Metropolitano de Quito) presenta el mayor porcentaje de sobrepeso, 23,5% y en obesidad la zona 8 que pertenece al Distrito Metropolitano de Guayaquil con el 20%. En tanto la Zona 6 (Cañar, Azuay, Morona Santiago) tiene un 20% en sobrepeso, siendo la segunda más alta del análisis.

## Prevalencia de sobrepeso y obesidad en escolares de (5 a 11 años) por provincias

Ilustración 3 - Sobrepeso y obesidad en niños de 5 a 11 años por provincias

| Provincia                      | n     | Sobrepeso<br>(IMC/E entre +1DE y +2DE) |                   | Obesidad<br>(IMC/E > +2DE) |                   | Sobrepeso y obesidad<br>(IMC/E > +1DE) |                   |
|--------------------------------|-------|--|-------------------|----------------------------|-------------------|--|-------------------|
|                                |       | %                                      | IC <sub>95%</sub> | %                          | IC <sub>95%</sub> | %                                      | IC <sub>95%</sub> |
| Azuay                          | 359   | 20.7                                   | 16.8-25.4         | 7.7                        | 5.0-11.5          | 28.4                                   | 23.6-33.8         |
| Bolívar                        | 433   | 15.8                                   | 12.4-20.1         | 8.0                        | 5.2-12.3          | 23.8                                   | 18.9-29.6         |
| Cañar                          | 375   | 20.6                                   | 16.6-25.2         | 11.7                       | 9.0-15.0          | 32.3                                   | 27.6-37.2         |
| Carchi                         | 490   | 24.3                                   | 20.1-28.9         | 12.7                       | 10.2-15.8         | 37.0                                   | 32.7-41.4         |
| Cotopaxi                       | 415   | 18.9                                   | 15.1-23.4         | 9.0                        | 6.3-12.5          | 27.8                                   | 22.7-33.6         |
| Chimborazo                     | 370   | 19.3                                   | 15.6-23.7         | 8.1                        | 5.6-11.5          | 27.4                                   | 22.6-32.8         |
| El Oro                         | 350   | 18.6                                   | 15.3-22.5         | 11.4                       | 8.2-15.8          | 30.1                                   | 25.3-35.3         |
| Esmeraldas                     | 499   | 12.2                                   | 9.2-16.1          | 8.8                        | 6.4-12.0          | 21.0                                   | 16.9-25.8         |
| Guayas                         | 263   | 18.7                                   | 14.5-23.8         | 11.3                       | 7.7-16.1          | 30.0                                   | 24.6-35.9         |
| Imbabura                       | 483   | 21.6                                   | 17.6-26.2         | 12.0                       | 9.4-15.3          | 33.6                                   | 29.0-38.6         |
| Loja                           | 547   | 18.2                                   | 15.5-21.4         | 10.8                       | 8.1-14.2          | 29.0                                   | 24.8-33.6         |
| Los Ríos                       | 429   | 13.6                                   | 10.4-17.5         | 9.1                        | 6.1-13.3          | 22.7                                   | 18.4-27.6         |
| Manabí                         | 362   | 20.1                                   | 15.8-25.2         | 10.6                       | 7.4-15.1          | 30.8                                   | 25.5-36.6         |
| Morona Santiago                | 611   | 16.8                                   | 13.5-20.7         | 8.6                        | 6.3-11.7          | 25.4                                   | 21.3-30           |
| Napo                           | 546   | 14.4                                   | 11.5-17.9         | 7.7                        | 5.7-10.3          | 22.1                                   | 18.0-26.7         |
| Pastaza                        | 476   | 19.0                                   | 15.3-23.3         | 7.3                        | 5.0-10.5          | 26.2                                   | 21.7-31.4         |
| Pichincha                      | 172   | 22.3                                   | 16.8-28.9         | 6.8                        | 4.0-11.2          | 29.1                                   | 23.3-35.6         |
| Tungurahua                     | 347   | 19.0                                   | 15.0-23.9         | 9.9                        | 6.9-14.2          | 29.0                                   | 22.8-36.0         |
| Zamora Chinchipe               | 503   | 22.6                                   | 18.2-27.7         | 11.1                       | 8.0-15.1          | 33.7                                   | 28.1-39.7         |
| Galápagos                      | 315   | 25.8                                   | 21.3-30.9         | 18.3                       | 13.4-24.5         | 44.1                                   | 38.6-49.8         |
| Sucumbios                      | 475   | 17.8                                   | 14.3-22.0         | 9.4                        | 6.8-12.9          | 27.2                                   | 23.0-32.0         |
| Orellana                       | 554   | 18.0                                   | 14.4-22.3         | 7.4                        | 5.5-9.9           | 25.4                                   | 21.3-30.0         |
| Santo Domingo de los Tsáchilas | 522   | 17.8                                   | 14.6-21.5         | 4.1                        | 2.7-6.2           | 21.9                                   | 18.4-25.9         |
| Santa Elena                    | 465   | 19.9                                   | 16.1-24.4         | 11.1                       | 8.3-14.6          | 31.0                                   | 26.3-36.1         |
| Quito                          | 530   | 22.3                                   | 18.8-26.1         | 7.5                        | 5.2-10.9          | 29.8                                   | 25.3-34.7         |
| Guayaquil                      | 342   | 17.6                                   | 13.7-22.2         | 20.4                       | 15.7-26.1         | 38.0                                   | 32.1-44.3         |
| Nacional                       | 11233 | 19.0                                   | 17.9-20.1         | 10.9                       | 9.8-12.1          | 29.9                                   | 28.4-31.4         |

Fuente: ENSANUT 2012 MSP/ INEC

En el cuadro, se puede observar más a detalle y por provincias, la incidencia del sobrepeso u obesidad en niños de 5 a 11 años, por ejemplo, en el Azuay existe un porcentaje del 28,4% que han pasado por esta enfermedad.

## **2.3 Etiología de la Obesidad**

### **Genética y Ambiente**

La obesidad es una enfermedad crónica, compleja y multifactorial determinada por la interacción de factores genéticos, biológicos, socioeconómicos, conductuales y ambientales que actúa a través de mediadores fisiológicos de ingesta y gasto de energía. Se ha identificado, la participación de 600 genes, marcadores y regiones cromosómicas asociados o ligados a fenotipos de obesidad. La obesidad causada por enfermedades monogénicas es infrecuente (alrededor del 5%) y requiere clínica grave y muy prematura, que debe ser evaluada en centros terciarios de forma precoz. (Lama, Alonso, & Gill- Campos)

### **Factores ambientales**

Está directamente ligado a la alimentación y actividad física. Actualmente, vivimos en una sociedad que genera y permite publicidad de alimentos hipercalóricos y poco saludables para la salud, mercadeo que influye de manera directa a la compra de los padres de familia influenciado por los niños. (Lama R. , y otros)

Por otra parte, el sedentarismo en la edad escolar también está presente y se ha suplantado con el uso de tecnología como: celulares, computadoras, tablets teniendo más acceso a diferente tipo de información. (González Díaz, 2008)

## **2.4 Repercusión clínica**

Los niños con obesidad tienen repercusión en toda la economía que implica alteraciones en diferentes subsistemas, por lo cual muchos especialistas mencionan el Síndrome Metabólico que incluye además de la obesidad, a la hipercolesterolemia,

hipertrigliceridemia, elevación de las LDL (Lipoproteínas de baja densidad, colesterol malo) y VLDL (colesterol malo), disminución de las HDL (colesterol bueno), hiperuricemia y aumento de la resistencia a la insulina. (Achor, Benitez, Brac, & Barslund, 2007).

#### **2.4.1 Consecuencias de la obesidad pediátrica a corto plazo**

Según (Achor, Benitez, Brac, & Barslund, 2007) son:

- Problemas psicológicos
- Aumento de los factores de riesgo de enfermedad cardiovascular
- Asma
- Diabetes (tipo 1 y 2)
- Anormalidades ortopédicas
- Enfermedad del hígado

#### **2.4.2 Consecuencias de la obesidad pediátrica a largo plazo**

Según (Achor, Benitez, Brac, & Barslund, 2007) son:

- Persistencia de la obesidad
- Aumento de los factores de riesgo cardiovascular, diabetes, cáncer, depresión, artritis
- Mortalidad prematura

#### **2.4.3 Periodos de riesgo durante la edad pediátrica**

##### **➤ Periodo fetal**

La hipótesis de Barker del origen fetal de las enfermedades del adulto establece que una agresión in útero produce una programación anormal del desarrollo de órganos y aparatos que se manifestará en etapas tardías de la vida. En el trabajo original, Barker et al, encontraron una relación entre bajo peso al nacimiento y morbimortalidad por enfermedad cardiovascular en la edad adulta. El sobrepeso y la obesidad materna se asocian también con obesidad del hijo en la edad adulta e

incluso con sobrepeso ya en la edad infantil. Otras exposiciones que ocurren durante la vida fetal pueden tener efectos sobre la aparición posterior de obesidad. Así, varios estudios han documentado la asociación entre el tabaquismo durante el embarazo y el sobrepeso en la infancia, explicada por la pérdida de apetito materna causada por la nicotina, un compromiso en la circulación útero-placentaria por el efecto vasoconstrictor de ésta o la exposición a niveles mayores de CO<sub>2</sub>, que disminuyen el aporte de oxígeno al feto y, por tanto, su crecimiento y desarrollo, con impronta metabólica y efectos sobre su salud a corto, medio y largo plazo. (Lama R. , y otros)

➤ **Primer año de vida**

El primer año de vida del recién nacido es fundamental para el desarrollo integral, la alimentación y el peso influyen en el exceso de peso en la infancia y adolescencia.

La leche materna, es importante puesto que emite nutrientes esenciales para el desarrollo conjuntamente con el crecimiento. Los niños alimentados con leche materna son menos propensos a desarrollar obesidad porque autorregulan su alimentación a comparación de quienes se han ingerido leche de fórmula (leche en polvo). (Lama, Alonso, & Gill- Campos)

➤ **Rebote Adiposo**

El rebote adiposo (hiperplasia) es aquel momento en el que el IMC y los pliegues subcutáneos que descienden a partir del primer año de vida, vuelven a incrementarse, representando probablemente un estadio madurativo que hace más vulnerable la interacción genes ambiente. Algunos estudios han demostrado que la precocidad de este rebote (antes de los 6 años) se relaciona con la presencia de obesidad en el resto de la infancia y la edad madura. (Moreno, Moreno, & Álvarez)

➤ **Escolar**

La etapa escolar es trascendental debido a que los niños en su gran mayoría escogen el tipo de alimentos destinados a su consumo, porque los padres de

familia envían un cierto monto de dinero para poder realizar la compra, sin embargo pierden el control de la alimentación adecuada.

Se debe tener en cuenta que los productos densos en calorías y azúcares tienen un precio más bajo, siendo los más adquiridos conduciendo a la obesidad. (Rodríguez, González, & López, 2009)

Por otra parte, un cierto número de escuelas privadas, proporcionan un refrigerio diario, acompañado de un menú mensual planificado pudiendo los padres de familia constatar los valores nutricionales que le proporcionan.

La correcta alimentación complementada con actividad física es indispensable para llevar una vida saludable.

#### ➤ **Adolescencia**

Supone otra de las etapas de riesgo; la probabilidad de un niño obeso de convertirse en adulto obeso aumenta del 20% a los 4 años a un 80 % en la adolescencia. (Lama, Alonso, & Gill- Campos)

### **2.4.4 Prevención**

#### ➤ **Control y alimentación de la madre durante el embarazo**

El control nutricional del embarazo exige una consulta especial con valoración del riesgo nutricional mediante revisión de la historia previa de embarazos, factores genéticos, enfermedades crónicas o recientes, hábitos dietéticos, ingesta de alcohol, tabaquismo, tratamientos que puedan interferir en el aprovechamiento de alguna sustancia nutritiva y situaciones sociales especiales (limitaciones económicas o inmigración). El peso pregestacional y la ganancia de peso neta en el embarazo son la principal fuente de información sobre las reservas nutricionales disponibles y del aporte nutritivo al feto. (Lama, Alonso, & Gill- Campos)

#### ➤ **El niño lactante**

Esta etapa transitoria de lactancia, es un periodo fundamental para cubrir los nutrientes ideales y requeridos para cada niño lactante, cubriendo así el proceso

metabólico que aporta al crecimiento paulatino, permitiendo así una relación estrecha entre madre e hijo.

Actualmente hay estudios para valorar el aporte proteico y la composición grasa de las fórmulas durante las primeras etapas de la vida como uno de los factores importantes en la génesis de la obesidad. Es razonable recomendar preparados cuyo contenido proteico se encuentre entre el 7-10 % del valor calórico total de la fórmula.

Por otra parte, las grasas de la leche materna proporcionan el 45-55 % de la energía total mientras que en los adultos su contribución debe ser de alrededor del 30-35 %, por lo que en el transcurso de los primeros 2 años de vida se deberá adecuar el aporte de grasas hasta llegar a los niveles recomendados para el adulto. (Lama R. , y otros)

La introducción de la alimentación complementaria se realizará entre el cuarto y sexto mes de vida, evitando su precocidad. Se hará de forma gradual, potenciando el consumo de alimentos variados y saludables (cereales, frutas, tubérculos, verduras, carne, pescado y huevo), según las normas habituales. Se mantendrá un aporte lácteo equivalente al menos al 50 % del aporte calórico. Se evitará el exceso de adición de cereales, el consumo de grandes raciones de proteínas (> 30-40 g/ración) y el consumo de zumos comercializados, priorizándose el consumo de fruta entera frente al de zumos naturales. (Lama R. , y otros)

#### ➤ **Etapa preescolar y escolar**

Las necesidades de cada niño varían con su edad y el grado de actividad física. La alimentación debe ser equilibrada, manteniendo una proporción correcta de los diversos principios inmediatos. El aporte energético debe distribuirse según el ritmo de actividad del niño, por lo que es fundamental realizar un desayuno abundante, evitar las comidas copiosas, que la merienda sea equilibrada y que la cena se ajuste para conseguir un aporte diario completo y variado.

Se aconseja eliminar la grasa visible de las carnes, y limitar el consumo de embutidos y fiambres. Debe cocinarse con aceite de oliva, evitando la manteca y

la margarina, y el exceso de lácteos con aporte graso entero (mantequilla, nata). Sobre los hidratos de carbono, hay que fomentar el consumo de los complejos: legumbres, cereales (pan normal, pasta, arroz y maíz), frutas frescas y enteras, verduras y hortalizas crudas o cocidas, tubérculos, y disminuir el consumo de los refinados: zumos no naturales y refrescos y adición de azúcar. (Lama R. , y otros)

Los niños empiezan a relacionarse con mayor fuerza en su círculo social y familiar, las opciones de alimentos hipercalóricos, no saludables, están al mayor alcance siendo un factor influyente en un 30%.

### ➤ **Adolescencia**

En este periodo, existen cambios significativos en la vida de una persona y en ambos sexos se empieza a notar el cuidado minucioso en la ingesta de alimentos. Se detalla a continuación recomendaciones para promover un balance energético en los adolescentes. (Lama R. , y otros)

- a) Desayunar en casa: lácteos, cereales o pan y fruta o zumo natural.
- b) Consumir leche y derivados también fuera del desayuno.
- c) Distribuir la ingesta para no saltarse ninguna comida. No añadir sal a la comida ya servida. Limitar la adición de azúcar.
- d) Programar snacks saludables: fruta y cereales en lugar de frituras saladas y bollería.
- e) Alternar el consumo de carne y pescado, moderando las raciones para poder acompañarlas siempre de guarnición de verduras y hortalizas.
- f) No abandonar el consumo de legumbres, arroz y pasta como primer plato de la comida.
- g) Consumir 5 raciones de frutas y vegetales al día: 3 de fruta y 2 de vegetales, una de ellas preferiblemente cruda.
- h) Educar para beber agua para saciar la sed, evitando los refrescos y bebidas edulcoradas.
- i) Promover en los centros escolares la educación para una alimentación saludable. Informar de los efectos nocivos del alcohol y el tabaco.

A manera general, existen dos tipos de recomendaciones para evitar contraer la obesidad en las diferentes etapas de la vida estas son:

- Forma individual
- Forma colectiva

## **RECOMENDACIONES DE ALIMENTACIÓN PARA LA PREVENCIÓN DE ENFERMEDADES CRÓNICAS**

### ***A NIVEL INDIVIDUAL***

#### **MANTENER UN PESO SALUDABLE**

Comer en cantidades moderadas, adaptadas a las necesidades individuales

Elegir alimentos ricos en fibra

Evitar bebidas azucaradas

Evitar alimentos procesados altamente energéticos y pobres en nutrientes

#### **ADOPTAR UN ESTILO DE VIDA FISICAMENTE ACTIVO**

Incorporar la actividad física en las rutinas cotidianas

Participar regularmente en actividades deportivas o de ocio activo

Limitar las actividades sedentarias

Realizar actividades físicas de intensidad moderada o elevada varias veces a la semana

#### **ADOPTAR HÁBITOS ALIMENTICIOS SALUDABLES**

Dieta mediterránea

Al menos cinco raciones de fruta y verduras al día

Preferir alimentos con cereales integrales a los refinados

Tomar legumbres varias veces a la semana

Usar aceite de oliva en crudo o para cocinar

Consumir frutos secos con frecuencia

Parar beber: agua

Evitar: Productos con alta densidad energética con elevado contenido en azúcares y sal: productos con grasas hidrogenadas (ácidos grasos trans), carnes rojas y procesadas, productos ahumados, cocinado a altas temperaturas y con métodos que favorezcan el carbonizado de alimentos.

### *A NIVEL COLECTIVO*

#### **INFORMACIÓN FIABLE Y ACCESIBLE**

Etiquetado informativo y comprensible

Campañas poblacionales ambiciosas y mantenidas

Formación escolar sobre alimentación

Control y supervisión sobre la publicidad de los alimentos

#### **ENTORNOS QUE FACILITEN LAS OPCIONES SALUDABLES**

Producción y distribución de productos saludables a precios asequibles

Prohibir la publicidad de productos no saludables dirigida a niños

Menús escolares equilibrados

Prohibir máquina expendedoras de "alimentos" y bebidas en los colegios

Eliminar las grasas trans de la cadena alimentaria

Reducir el contenido de azúcar y sal en los productos procesados

## **2.5 Métodos para detectar la Obesidad**

### **2.5.1 Métodos de fácil acceso**

#### **➤ Bioimpedancia eléctrica**

Consiste en la aplicación, por medio de electrodos colocados en manos y pies de un mismo lado del cuerpo, de corriente eléctrica de baja intensidad. Lo que se mide en este caso es la resistencia al paso de la corriente eléctrica: la resistencia a la corriente tendrá relación con la cantidad de tejidos capaces de conducir

electricidad, un concepto que tiene que ver con el agua corporal total, la longitud corporal, la relación entre el tamaño de los miembros y el tronco entre otros. Una vez que se tiene el dato de la cantidad de agua total, puede deducirse la cantidad de tejido magro (sin grasa) y, en consecuencia, la cantidad de grasa y el porcentaje de ésta función del peso corporal total. (Danielle, 2006)

➤ **Medición de agua corporal total por distribución**

Esta técnica está basada en el principio físico de la dilución, por medio del cual se determina que el volumen de la recipiente es igual al volumen de un marcador agregado a él, dividido por la concentración de dicho marcador en el recipiente en que se coloca. La técnica implica que debe conocerse de antemano el valor del agua corporal total. El paciente ingiere un líquido – el marcador- que reacciona y puede ser medido mediante cromatografía o absorción infrarroja. (Danielle, 2006)

## 2.5.2 Antropometría

➤ **Relación peso – talla**

Esta técnica mide la masa corporal total del niño pero encuentra su limitación en que no tiene en cuenta la cantidad de masa grasa que posee ya que no diferencia a un niño con exceso de grasa de uno con importante masa muscular, por lo general, esta técnica se aplica en niños pequeños. (Danielle, 2006)

➤ **Medición de pliegues de grasa subcutánea**

La grasa subcutánea constituye aproximadamente el 50% de la masa corporal total. A través de un lipocalibrador una herramienta que ejerce presión sobre el pliegue - se pueden medir los pliegues de grasa subcutáneo, sobre todo, los denominamos, pliegue tricipital y pliegue subescapular. (Danielle, 2006)

➤ **Medición de la relación cintura cadera**

La medición de la relación cintura – cadera ha sido empleado y se usa mucho actualmente – en la prevención de enfermedades crónicas pues se ha establecido

que la acumulación de grasa en la zona abdominal es la que más se asocia con la diabetes tipo II y las enfermedades cardiovasculares. (Danielle, 2006)

➤ **Medición de la circunferencia de cintura**

Es uno de los métodos más simples, aunque no como única alternativa, sino que sus resultados se combinan con los de otras técnicas. De todos modos, no es muy utilizado, ya que existen discrepancias acerca de cuál es el punto exacto para medir la cintura. (Danielle, 2006)

➤ **Índice de masa corporal**

Conocido internacionalmente por su sigla (IMC), se trata de uno de los métodos más utilizados y cuyos resultados son más confiables. Debido a su importancia en el diagnóstico de la obesidad. (Danielle, 2006)

## CAPÍTULO 3. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

### 3.1 Metodología

Para el presente estudio se realizó una investigación exploratoria - descriptiva, la cual nos permitirá identificar las diferentes tipologías de familias con y sin obesidad infantil, sus características con respecto a sus hábitos alimenticios y conductas sobre las actividades físicas que realizan. La investigación se desarrolló en dos fases, la primera una investigación cualitativa y la segunda la investigación cuantitativa, dirigida a padres de familia con hijos entre 5 a 11 años en el área urbana de la ciudad de Cuenca.

La primera fase hace referencia a la investigación cualitativa, en donde se emplearon diferentes técnicas de recolección de datos como: focus group, entrevistas a profundidad y a expertos, que permitieron establecer el estado del problema, y así, continuar con la investigación cuantitativa.

Tabla 4 - Investigación Cualitativa

| <b>Técnica</b>           | <b>Objetivo</b>   | <b>¿A quién está dirigido?</b>  |
|--------------------------|---|---|
| Focus Group              | Mediante un conversatorio estructurado en base a preguntas abiertas, se busca conocer lo que piensan los padres acerca de la alimentación y estilo de vida de sus hijos. Se realizarán 2 grupos focales cada uno con 10 personas. | <ul style="list-style-type: none"><li>• Padres de Familia con hijos de entre a 5 a 11 años con y sin obesidad infantil.</li></ul>                       |
| Entrevista a expertos    | Conocer los diferentes criterios de especialistas en el área en la cual se desarrollan o dominan. Se realizarán 16 entrevistas en diferentes áreas de importancia para la investigación.  | <ul style="list-style-type: none"><li>• Experto en Marketing</li><li>• Experto en Marketing Social</li><li>• Nutricionista</li><li>• Pediatra</li></ul> |
| Entrevista a profundidad | Obtener información válida y detallada mediante preguntas abiertas a padres de familia sobre salud de sus hijos. Se realizarán 24 entrevistas a padres con hijos de entre 5 a 11 años.  | <ul style="list-style-type: none"><li>• Padres de Familia con hijos de entre a 5 a 11 años con y sin obesidad infantil.</li></ul>                       |

Fuente: Elaboración Propia.

Para la segunda fase de investigación, tenemos la parte cuantitativa, se utilizó el muestro probabilístico, el cual se basa en demostrar que todos los individuos de la muestra, tengan las mismas probabilidades de ocurrencia de ser elegidos y esto permitirá que la muestra sea representativa. Se utilizó la fórmula para calcular el tamaño de la muestra desconociendo el tamaño de la población y luego se aplicó el muestreo por conveniencia.

$$n = \frac{Z^2 \times p \times q}{d^2}$$

En donde estará cada variable representada como:

Z= Nivel de Confianza

p= Probabilidad de éxito (Hogares con hijos con obesidad)

q= Probabilidad de fracaso (Hogares con hijos sin obesidad)

d= Precisión (Error máximo admisible en términos de proporción)

Para calcular nuestra muestra se utilizaran los siguientes valores:

Z= 95% = 1,96

p= 0,5

q= 0,5

d= 5% = 0,05

$$n = \frac{(1,96)^2 \times (0,5) \times (0,5)}{(0,05)^2}$$

$$n = 384,16$$

Se deberían realizar 384 encuestas debido al cálculo de la fórmula estadística, sin embargo, para mejorar la precisión del estudio se incrementó la muestra a 500 encuestas efectivas, convirtiéndose así, en una investigación no probabilística, logrando que la información sea más confiable y permita obtener resultados con mayor exactitud.

## **3.1 Investigación Cualitativa**

### **3.1.1 Focus Group**

El focus group es una técnica que permitió recoger información subjetiva de cada participante aportando positivamente a la investigación.

Cabe recalcar que se realizaron dos sesiones, la una dirigida a padres de familia con hijos que presentan sobrepeso u obesidad infantil y la otra fue a padres de familia con hijos sin este problema, pero ambas

Existen características notarias en cada una de las familias, las cuales se detallarán a continuación.

## **FOCUS GROUP CON MADRES DE FAMILIA SIN PROBLEMAS DE OBESIDAD INFANTIL**

### **ALIMENTACIÓN**

#### **CON QUE FRECUENCIA CONSUMEN VERDURAS Y FRUTAS**

##### **RESPUESTA 1**

Yo tengo un hijo de 5 años a quien le doy todos los días frutas y verduras todos los días. En la mañana en el desayuno que yo le hago le doy yogurt con alguna fruta así sea manzana o una ensalada de frutas pero acompañado granola o con cereales, en el almuerzo come vegetales, siempre debe haber ensaladas acompañado de pollo o pescado generalmente no come golosinas a el no le gustan pizzas, hamburguesas, prueba un trozo y es un o sea no, lo bota. Bueno yo soy psicóloga y en mi embarazo la mayoría de tiempo no comía golosinas nada porque me cuidaba entonces eso creo influenció bastante a que él no le guste, le doy alguna golosina, coca cola y nada. Come así sopa, por ejemplo le encanta la sopa de verduras, lentejas quínoa, en la noche su sopita, arroz con pollo o alguna carne y ensalada.

##### **RESPUESTA 2**

Yo le alimento de la misma manera a mi hija en la mañana toma leche, siempre jugo de naranja por el cítrico o jugo de tomate, huevo duro casi todos los días igual en el almuerzo, le gusta la quínoa, chochos, pescado, conchas asadas entonces mi hija también se alimenta de esa manera o sea también tiene cereales, verduras aparte pollo, pescado y en la noche es una sopa de verduras, o ensalada, la carne roja no se consume y se evita comer carbohidratos. La fruta mi hija consume entre las 10, 11 de la mañana, 4 de la tarde como: pera manzana, durazno y normalmente el banano es la única fruta que no he logrado darle pero sí, es lo que normalmente come. A ella le gusta bailar entonces

también le doy colada de avena. Ella realmente en la casa no pasa, cuando llega de la escuela almuerza, se cambia, va a la academia, regresa a hacer sus tareas. En la tablet o celular máximo ve una media hora no más

**RESPUESTA 3**

Tengo una nena de 8 años y a mí me resulta difícil darle las frutas, realmente no se porque es peleada con los jugos de frutas, prefiere el agua, pero las frutas las come si con cereal pero muy poco. En lo que es vegetales me toca molestarle para que coma pero en eso si no falta en los almuerzos, lo único que le gusta es el jugo de naranja pero nada de azúcar en sus bebidas.

**RESPUESTA 4**

El desayuno de ella por lo general es leche con cereales, fruta come cualquier cantidad todo el día, todas las frutas, pero vegetales no come nada, ni sopas. Yo si como, pero mi esposo y mis dos hijos tampoco comen verduras

**RESPUESTA 5**

En el caso de mi nena la menor igual, yo le obligo a comer las sopas de brócoli de cualquier verdura, tenemos que obligarle a que coma porque por gusto de ella imposible, en cuanto a las frutas come a ella si le gusta la mandarina, manzana pero jugo de frutas nada, puede ser la mejor fruta que igual no le gusta prefiere el agua.

**EN CASA CONSUMEN LECHE EN GENERAL DE VACA O HAN PROBADO DERIVADOS COMO DE SOYA,  
ALMENDRAS**

**RESPUESTA 1** Leche

**RESPUESTA 2** En mi caso si han probado más leches como la de soya, almendras.

- RESPUESTA 3** En mi caso a mi hija le gusta la de soya porque es intolerante a la lactosa entonces toma la deslactosada y esa (soya)  
Yo tengo 3 hijos, los dos varones toman un montón de leche. Antes mi hija tomaba solita siquiera un medio litro de
- RESPUESTA 4** leche solita en la noche pero ahora ya no le gusta, pero los varones se me acaban un galón de leche al día pero es de balde, no es de funda nada.
- Toma leche semi-descremada, le he intentado dar leche entera y no le gusta. Yo le mezclo con fresa y también
- RESPUESTA 5** complemento su alimentación con pediasure pero eso también no le puedo dar todos los días, el ama su leche de vaca, no le gustó la leche de almendras.

### **EN CUESTIÓN DE ORGANIZAR LA COMPRA DE COMESTIBLES PARA EL HOGAR.**

#### **¿QUÉ FACTORES INFLUYEN?**

- RESPUESTA 1** Bueno nosotros elegimos por la calidad y las etiquetas que vienen, nosotros vemos bastante eso porque el papá asiste al gimnasio, yo también, en realidad me gusta hacer ejercicio entonces nos fijamos si dice alto en azúcar entonces tratamos de acoplarle a nuestro hijo y cuando ve, el también dice no eso es alto en azúcar.
- RESPUESTA 2** Mi hija prefiere ya una marca conocida como Tony porque por ejemplo el yogurt de frutas como vienen a ella no le gusta, prefiere el natural combinado con alguna fruta.
- RESPUESTA 3** Yo también por la calidad del producto y la marca.

**RESPUESTA 4** A mis hijos si les gusta el Tony pero no muy espeso entonces agrego un poquito de leche o sino compro otro que es más líquido.

**¿CÓMO SE ORGANIZAN USTEDES PARA EL MENÚ DE LA SEMANA, LO HACEN USTEDES O RECURREN A UNA TERCERA PERSONA?**

**RESPUESTA 1** En el caso del desayuno si lo hace con nosotros, la una toma leche con chocolate y la otra leche de fresa entonces ya sabemos, pero el almuerzo varía a veces come con mi mami o veces con nosotros. A veces si ha coincidido que mi mami les ha dado sopa de pollo y yo también al siguiente día pero si tratamos de que variar un poco. Por mi guagua la menor tratamos de poner vegetales en todo

**RESPUESTA 2** Uno más o menos si se trata de ver lo que se va a preparar, pero por cuestiones de trabajo no puedo hacer me sujeto a la señora que prepara la comida pero si es bastante bueno porque lo hace con bastantes vegetales, verduras, y me ha resultado mejor.

**RESPUESTA 3** A mí me cuesta un poco porque mis hijos, de cierta manera eligen lo que quieren y más es por mi hijo mayor que no le gusta un montón de cosas, pero el chiquito si se adapta a comer hay veces que no comen de todo porque al fin deben de terminar comiendo.

**RESPUESTA 4** Yo realmente no cocino entonces compro viandas son muy buenas. Con mis 2 hijas mujeres tengo un problema con la comida porque al menos mi hija mayor no come nada pero es variado y la comida súper buena y saludable

Ahora que estoy con problema de maternidad estoy cocinando o sino mi bebé sabía comer en la guardería pero

**RESPUESTA 5** siempre me mandaban un menú que era elaborado por una nutricionista. Tanto mi esposo como yo comíamos fuera, pero ya para las meriendas cocinaba yo.

**¿SEGÚN USTEDES CON QUE FRECUENCIA SUS HIJOS CONSUMEN BEBIDAS AZUCARADAS COMO GASEOSAS O BEBIDAS HIDRATANTES COMO GATORADE ALGÚN ESTIMADO QUE PUEDAN TENER?**

**RESPUESTA 1** El fin de semana cuando se sale a comer por lo general son las gaseosas.

**RESPUESTA 2** En mi caso es igual un vasito

**RESPUESTA 3** Mi nena hace natación entonces ella tiene su hidratante todos los días

**RESPUESTA 4** La mía consume más agua pero si una vez a la semana se compra una colita

**¿CUÁNTAS VECES A LA SEMANA CREEN QUA FAMILIA CONSUME ALIMENTOS FRITOS YA SEA PAPAS, CARNES O CUALQUIER COSA QUE ESTÉ HECHA EN ACEITE?**

**RESPUESTA 1** Por ejemplo en los secos siempre se pone un poquito de aceite, nosotros unas 3 veces por semana comemos algo que tenga aceite no precisamente fritos pero sí que contiene algo de aceite

**RESPUESTA 2** Bueno a mi si lo que me encanta todo hago al horno y a la mayoría les gusta más así pero también suelo cocinar al vapor pero de vez en cuando si hago papas fritas.

**RESPUESTA 3** A mi esposo le convencen entonces el si les hace papas, o a mi me dicen que les haga empanadas pero yo les digo que no tengo tiempo, pero ahora como el también está gordito ya hace carne a la plancha con vegetales.

### **¿QUÉ TIEMPO CREEN QUE SUS HIJOS DEDICAN A TABLETS, CELULARES, VIDEOJUEGOS, LAPTOP?**

**RESPUESTA 1** Media hora, le presto el celular, entonces ya llega de hacer deporte, almuerza y sabe que son sus 15 minutos en la tarde y 15 minutos antes de dormir de ahí no se le da más tiempo.

**RESPUESTA 2** Bueno en mi caso en la época de clases si es controlado por lo general es una hora. En la noche le gusta leer pero ahora estoy con unos guaguas chiquitos que van entonces están desmedidos en la tecnología.

**RESPUESTA 3** En clases si ni una hora porque iban a clases en la mañana, regresaban, comían, descansaban y se iban de nuevo a clases, regresábamos comían, no daban más y se dormían. Pero en cambio ahora se vuelven locos, están clavados en la tv, juegan play station con el papá.

**RESPUESTA 4** A los pequeños es fácil controlarles, pero realmente a los grandes se nos va de las manos. Yo tengo una hija adolescente que ella vive con el celular, pero como Analís hace deporte (equitación) entonces pasa más tiempo en esto que en el celular.

**RESPUESTA 5** Yo tengo una nena de dos años, se le rompió la pantalla del celular y le dije si ella no tenía dinero para arreglar pues yo tampoco lo arreglaría ahora ya conversa todo, antes era un ente porque llegaba y era al celular no respondía, etc entonces yo estoy agradecida porque justo estamos en vacaciones y ya no tiene el celular.

### **ACTIVIDAD FÍSICA**

**RESPUESTA 1** Ahora en vacaciones va a fútbol pero normalmente en clases no, solo asiste al control de tareas o en general salen con mi esposo a caminar o a jugar fútbol.

**RESPUESTA 2** Ahora en vacaciones mi nena estaba haciendo danza en steps pero es temporal no es seguido.

**RESPUESTA 3** Equitación.

**RESPUESTA 4** Natación.

## **CON QUE FRECUENCIA SALEN CON SUS HIJOS AL PARQUE PARA TENER UNA RECREACIÓN FAMILIAR**

**RESPUESTA 1** En mi caso mi esposo se va los domingos salvo que llueva.

Nosotros salíamos todos los fines de semana hasta que di a luz ahora solo sale con el papá a jugar fútbol, bicicleta,

**RESPUESTA 2** a mi esposo le gustan los carros entonces de vez en cuando también le lleva hacer rally, yo no salgo porque la bebé no puede jugar.

**RESPUESTA 3** Tres veces al mes sale al parque.

**RESPUESTA 4** Mi hija se va más seguido al parque con la prima a jugar baloncesto, natación.

**RESPUESTA 5** Yo voy con ella a equitación todos los días de lunes a viernes, los sábados en la mañana va con mi esposo, los sábados en la tarde va con los primos al parque y por lo general toda la familia vamos al cine dos veces por mes .

## **CONSIDERA IMPORTANTE LA LACTANCIA MATERNA**

Desde la parte psicológica es importante la leche materna porque también es el apego, no solo porque es el bebé con la mamá sino se da de muchas formas el apego, brinda mayor seguridad cuando los hijos van creciendo pero es

**RESPUESTA 1** importante que se de la leche, hay veces que no tenemos mucho pero el hecho que viene del pecho influye bastante en su formación de la personalidad. No se recomienda mucho tiempo porque pudiera haber una fijación oral en el niño por ejemplo yo tengo pacientes que les dan hasta los 5 años entonces el niño ya lo ve como algo no bueno, no

es recomendable alargar el tiempo de lactancia si es necesario complementar con leche de fórmula para el crecimiento de los niños.

**RESPUESTA 2**

Pienso que si es recomendable dar de lactar para las personas que pueden, en mi caso no tenía leche y no podía dar de lactar pero ahora dicen que si no dan de lactar hasta los 6 meses son consideradas malas madres pero no está bien porque cada circunstancia es diferente uno quisiera dar de lactar pero biológicamente no hay como. Está bien que fomenten la lactancia pero no que lo satanicen a las que no pueden.

**RESPUESTA 3**

Me parece importante les di de lactar a mis 3 hijos. Tengo 2 jóvenes y como dice la compañera no hubo como darles y realmente si pude comprobar la diferencia en la salud, porque pude comprobar con mi pequeño, a el le di de lactar hasta los 2 años entonces inmunológicamente es buena.

**RESPUESTA 4**

Yo a los tres les di el seno hasta los los tres años y tenía un horror de leche la verdad que yo congelaba la leche y no era necesario ocupar ni lo que congelaba, pero de verdad en salud es muy bueno mis hijos no se enferman. No utilicé leche de fórmula, entonces económicamente resultó bueno.

**RESPUESTA 5**

Yo creo que si es importante la leche materna, si es que se tiene y se puede aprovechar creo que es lo mejor, yo tengo 3 hijos y a los tres les di de lactar hasta el año creo que es una edad prudente que los niños tomen la leche pero no sé por más que los tres tomaron al mismo tiempo el primero y el último no se enferman en cambio la segunda es bien enfermiza tiene 17 años.

## **FOCUS GROUP CON PADRES DE FAMILIA CON PROBLEMAS DE OBESIDAD INFANTIL**

### **¿CON QUÉ FRECUENCIA CONSUMEN VERDURAS?**

- RESPUESTA 1** Si come verduras al menos en la hora del almuerzo porque se mezcla con la sopa y el arroz. El tipo verduras y vegetales que consume es cebolla, papas, zanahorias.
- RESPUESTA 2** Nosotros por cuestiones laborales, no comemos las verduras porque no nos gusta, es decir, no damos el ejemplo, quizá una vez a la semana una sopa de espinaca pero en realidad no somos de verduras. Nuestro almuerzo normalmente radica en arroz, con una pequeña ensalada mínima, papas, zanahoria y la carne en cuanto a sopas no, es más el segundo plato.
- RESPUESTA 3** Se complica un poco porque las verduras toman un poco más de tiempo, son más laboriosas de preparar, entonces el tiempo es un limitante y por ende te obliga a dejar de lado esta alimentación.
- RESPUESTA 4** En mi casa también, yo tengo una persona preparando el almuerzo pero realmente comen verduras. Tres veces a la semana comen sopa, pero en estos días el segundo es menor proporción y el resto de días solo comen el plato fuerte pero bueno el problema también somos mi esposo y yo porque las verduras compramos en cantidades limitadas y más compramos carbohidratos, algo de carne, los embutidos no compro mucho pero las verduras como no nos gustan a mi esposo ni a mí, en realidad no compramos

**RESPUESTA 5** En realidad yo fui un padre joven entonces siempre comíamos en la calle, pero al pasar el tiempo mi niño/a empezó a sufrir de sobre peso, entonces acudí al nutricionista, entonces cambió radicalmente la alimentación en mi hogar, mi esposa es bien estricta en las comidas, en la mañana es la fruta, en el almuerzo la sopa y noche una tostada.

**RESPUESTA 6** Como comenta el señor por cuestiones de tiempo las verduras se demoran pero opino lo contrario porque las verduras son al hervor y están listas, sino a veces no tenemos ánimo de prepararlas. Por ejemplo yo dejo de hacer el arroz pero la sopa, lamentablemente debe comer, en mi criterio con que coma la sopa y coma verduras yo asumo que estoy en lo correcto con la alimentación

### **¿CON QUÉ FRECUENCIA CONSUMEN FRUTAS?**

**RESPUESTA 1** El consumo de frutas creemos que es lo más saludable, mi niña lo consume a diario en la escuela porque nosotros cancelamos este servicio pero en la casa muy poco porque los dos trabajamos. En nuestro caso es algo contradictorio porque ella (esposa) es más al ámbito de los refrescos, gaseosas, sin embargo en mi crianza, todo era natural, jugos, frutas, nunca nos criaron con esa base de que las gaseosas deben tomar en todas las comidas, en cambio la familia de ella sí. Pero cuando está conmigo yo le doy frutas, jugos. Nosotros trabajamos en los semáforos, vendemos mandarinas, manzanas, por ejemplo de lo que queda ella lo consume. Cuando llega la hora de la comida (papá) busco la manera de darle jugo, pero ella prefiere las gaseosas.

- Nuestra realidad es distinta, la cantidad de frutas que compramos es mayor, a las frutas le damos un sinónimo de golosina y nos
- RESPUESTA 2** dura dos o tres días. Pero no hacemos una distribución proporcionada de cuantas frutas consume, más bien cuando tiene hambre va y come.
- RESPUESTA 3** Yo compro la fruta, tengo 3 varones y uno de ellos el niño de 9 años, pero como dicen el no come, yo mejor preparo en jugos que toma después de las comidas, por ejemplo si a él le dan una ensalada de frutas come, pero de ahí no
- RESPUESTA 4** En mi caso en cambio solo come mi hijo pequeño así sea a las 10 de la noche, el baja y come, en el caso de mi otra hija ella no come fruta si es que no le doy picado o insistiendo, ella por su cuenta no lo hace. Sólo mi hijo come voluntariamente, pero claro tampoco es que le gustan todas las frutas.
- RESPUESTA 5** En mi caso, mis hijos no acostumbran a comer la fruta, lo que compro es guineo, pero de ahí ninguna otra fruta ni piña, frutilla, nada ni en jugos, solo el batido de guineo. De pequeños les hacíamos las papillas pero ahora no les gusta
- RESPUESTA 6** Mi esposa se despierta y hace una ensalada de frutas, pero de ahí mi niña ve ahí las frutas y tampoco come, entonces en las mañanas cualquiera de los dos preparamos y come.
- RESPUESTA 7** Bueno en mi caso, qué más quisiera darles fruta picada, pero como va a la escuela no tiene hambre, no se si se normal porque en la mañana el cuerpo no está acostumbrado a recibir alimentos, a duras penas el chocolate y el pan pero quisiera incentivarles a que coman fruta en la mañana que para mí sería genial. No somos mucho para comprar frutas ni verduras porque tampoco se consume.

**¿QUÉ TANTO ES LA LECHE Y DERIVADOS, DENTRO DE SU CONSUMO FAMILIAR, O CONSUMO DIARIO?**

**¿CREEN QUE TIENE ALGUNA CONNOTACIÓN DE SOBREPESO Y OBESIDAD ESTE TIPO DE PRODUCTOS?**

**RESPUESTA 1** Bueno yo pienso que no, para mí el consumo diario es la leche decían que sirve para los huesos. En cuanto a los derivados el queso, yogurt.

**RESPUESTA 2** Como nosotros somos venezolanos, en nuestro caso ya tenemos 10 meses aquí y en Venezuela no existe ese semáforo y la niña no conoce eso y además nosotros también vamos aprendiendo. Al momento de hacer compras para mi hija y yo compramos yogurt porque mi esposa compra su gaseosa, entonces en menos de una semana nos acabamos el yogurt de 4 litros.

**RESPUESTA 3** Yo si consumo bastante leche, yogurt y queso porque a mis hijos sobre todo les encanta y para comprar nunca me fijo en el semáforo sino me fijo en el hecho de que tan nutritivo es para mis hijos, por ejemplo la coca cola en mi casa no hay, entonces por ejemplo nos íbamos a alguna visita y se desesperaban por tomar cola. Pero como había mencionado antes yo no me fijo en el semáforo sino en lo nutritivo que puede ser, es decir no les compro golosinas, evito las frituras y así.

**RESPUESTA 4** En nuestro caso por ejemplo ellos si consumen leche, yogurt pero en mi caso no porque tengo problemas en la piel.

**EN CUESTIÓN DE ORGANIZAR LA COMPRA DE COMESTIBLES PARA EL HOGAR, QUE FACTORES INCIDEN EN UDS  
COMO MAMÁS PARA TOMAR UNA DECISIÓN DE ELEGIR ALGÚN PRODUCTO**

**RESPUESTA 1** Para nosotros influye la parte económica porque por el trabajo que tenemos no podemos gastar mucho, es decir debemos saber comprar, a la hora de adquirir productos vemos las cosas necesarias y nutritivas.

**RESPUESTA 2** A la hora de hacer las compras lo hacemos en el mercado tradicional por precios, porque hago la comparación y sale mas barato allá.

**RESPUESTA 3** Antes solía hacer las compras en el coral por mi esposa, total un día me voy al mercado y la verdad que si existe una diferencia de precios porque por ejemplo antes con \$30 llenaba una canastita en el coral y con el mismo valor llenaba la cajuela de mi carro entonces ahora me voy allá.

**¿CÓMO SE ORGANIZAN USTEDES PARA EL MENÚ DE LA SEMANA, LO HACEN USTEDES O RECURREN A UNA  
TERCERA PERSONA?**

**RESPUESTA 1** Bueno en mi caso directo yo también trabajo, pero igual cocino pero no planeo lo que voy a cocinar.

## **¿QUÉ RECOMENDARÍAN A LOS PADRES PARA QUE LOS HIJOS NO TENGAN OBESIDAD INFANTIL?**

**RESPUESTA 1** Es algo contradictorio porque uno se preocupa de que se alimenten bien, pero a veces no solo es la alimentación sino también otra causa es el sedentarismo. En lo particular trabajo y no tengo control de lo que hace en las tardes, antes salíamos a jugar, hacíamos deporte pero ahora no, los niños prefieren ver la televisión, claro también hacen los deberes pero al mismo tiempo ocupan la computadora. La verdad tener una buena alimentación acompañada de ejercicio es el complemento perfecto.

**RESPUESTA 2** Dar tiempo de calidad y trabajar con el ejemplo para que nuestros hijos también ellos hagan deporte, por ejemplo mi hijo está en una escuela de baloncesto y a lado hay un gimnasio, entonces mientras yo hago ejercicios él hace los suyos y de ahí nos vamos caminando a la casa. Además todas estas actividades no solo se debe dejar recaer en los niños sino también es nuestra responsabilidad.

**RESPUESTA 3** El hogar de cada uno es diferente, por ejemplo yo tengo 3 niñas, la una tiene 11 y es más difícil convencerle o sea no puedo obligarle a comparación de mi niña de 5 años que ella me ruega para ir. Por ejemplo a mi hija que tiene obesidad (11 años) no le gusta, ya le inscribí en una academia de baloncesto, y de verdad no le agrada.

**RESPUESTA 4** Básicamente es la comunicación que se le hace a los hijos e incluso tener esa alianza con la pareja para comunicarle algo bueno al hijo, si uno sabe decirle al hijo de lo bueno de la vida, por ejemplo disfrutar de un parque, el tiempo con los padres ya no tiene por qué estar en el teléfono o computadora o simplemente que ya no coman alimentos que no son saludables y se inclinen por un vaso con o frutas.

**¿CÓMO LLEGARIAMOS A TODOS LOS PADRES CON ALGÚN MENSAJE?**

**RESPUESTA 1** Se debería hacer una campaña.

**RESPUESTA 2** Quitar el wifi de los parques, porque los niños llevan su celular y están en el parque utilizando.

**RESPUESTA 3** Por ejemplo a mi hijo si le educan en la escuela en ese aspecto, sabe muy bien que alimentos no debe comer.

### 3.1.2 Entrevistas a Expertos

Se realizaron 16 entrevistas a expertos en varias áreas de interés de la investigación:

- 4 Entrevistas a especialistas en Marketing
- 4 Entrevistas a especialistas en Marketing Social
- 4 Entrevistas a Nutricionistas
- 4 Entrevistas a Pediatras

Se utilizó 1 cuestionario con una base de preguntas relevantes para cada experto, lo cual nos permitió identificar factores claves de cada área.

#### ➤ Informe Especialista en Marketing

##### **Conocimiento de cifras de la organización panamericana de la salud sobre el sobrepeso**

Se coinciden en que **NO** se conocen estas cifras acerca del sobrepeso.

“No estaba al tanto de estas cifras, más que todo que en ese grupo de edad si triplicara tanto. Los padres cuidan más la alimentación en las etapas primarias y descuidan o ya le dan de comer junto con ellos”.

*Paolo Puruncajas*

“ Si efectivamente es una nueva epidemia, que aunque no se lo crea es un epidemia de carácter contagioso, por que lamentablemente la afectación que sufren los niños es consecuencia de una publicidad, entonces el contagio se da a través justamente de la publicidad, el niño es puesto permanentemente o durante largo tiempo o a la televisión o a las imágenes o al internet, es facialmente contagiado con ese tipo de enfermedad”.

*Especialista en Marketing*

## **Impactos que reciben los niños sobre comida no saludable**

Los especialistas tienen diferentes posturas con respecto a los impactos de comida no saludable que tienen los niños, algunos están de acuerdo que la publicidad tienen un efecto nocivo frente a otros que no.

“El fin no justifica la causa, yo creo que si hay maneras en las cuales yo puedo generar una compensación o una estrategia en la cual cuida y proteja a mi audiencia, de nada serviría seguir enfermando a mi audiencia a cambio de dinero o fortaleciendo mis ventas; sin embargo esto recae en un tema directivo, el directivo es el que presiona al área de marketing, comercialización, publicidad y relaciones públicas; entonces a nivel de directivo que se puede encontrar el inconveniente”.

*Paolo Puruncajas*

“Los niños gordos son una inversión de ventas para el futuro, entonces el niño es permanentemente bombardeado con publicidad desde que nace hasta que se convierte en maduro, aprovechando justamente su vulnerabilidad, su falta de capacidad de razonamiento, su falta de criterio crítico, entonces es impactado con publicidad permanentemente”.

*Especialista en Marketing*

“Yo creo que mucho viene de la casa, no le echaría culpa a la publicidad, si tu comes una golosina no vas a ser obeso, el tema está en el exceso, entonces yo creo que con equilibrio no hay problema, si además a eso le sumas una vida activa”.

*Cecilia Ugalde*

### **Exposición a anuncio con el consumo de comida no saludable e interferencia del sueño del niño**

La mayoría de expertos coinciden en que si existe relación con la exposición de anuncios al consumo de alimentos no saludables, aunque en algunos casos no conocen dichos estudios.

Con lo relacionado al sueño se menciona que existe relación con el consumo de algún alimento y el medio que se utiliza antes de acostarse.

“Toda la vida como fuimos niños, estuvimos expuestos a mensajes, el problema es que hoy la cantidad y frecuencia de mensajes es mucha más alta, ahora el tema de la calidad del sueño se afecta no tanto por el mensaje sino por el dispositivo que se utiliza, está comprobado científicamente que un teléfono móvil o una Tablet, influye en tu patrón de sueño, no solamente en un niño sino también en un adulto”.

*Paolo Puruncajas*

“Primero cuando ven una película están consumiendo algún alimento, se dice que el 71% de niños que están viendo televisión están consumiendo algún producto, entonces esa actividad sedentaria, esa posición sedentaria, esa actividad incluso disminuye el tiempo de sueño que tiene el menor, que si no descansa está sin actividad física y alimentándose entre comillas alimentándose, implica que va a tener un mayor desarrollo de la obesidad”.

*Especialista en Marketing*

### **Medidas regulatorias sobre internet y marketing digital en relación a la publicidad de alimentos**

Todos concuerdan en que deben existir diferentes mediadas que regulen estos medios y proponen diferentes medidas que se podrían aplicar.

“El problema no está en la herramienta, en el internet o en una red social, sino como lo estamos utilizando. Las entidades del control del gobierno seguir transparentando el tema de la producción de los elementos, porque el niño no maneja efectivo para comprar pero si el adulto, mientras más información demos complementariamente al niño y al adulto va ser mejor”.

*Paolo Puruncajas*

“Yo creo que incluye mucho el tema de capacitación, por ejemplo, en estados unidos hay muchos programas de nutrición precisamente dirigidos a padres de familia”.

*Cecilia Ugalde*

“En nuestro país es fundamental que se vayan tomando no solamente medidas con respecto al marketing digital, sino debería tomarse con mayor seriedad las políticas de salud públicas y establecer políticas de control sobre los contenidos de la publicidad que se presenta digitalmente y en medios masivos”

*Especialista en Marketing*

“En el tema de los niños yo considero que debería ser mucho más exigentes en transparentar la información, por ejemplo cierta empresa multinacional en la ciudad, en su caja o envoltura, dice “No olvides consumir frutas o 2 veces al día es saludable”, pero no lo hacen con la misma frecuencia y fuerza que lo debería hacer versus como están promocionando su producto principal que es una fast food, una comida chatarra que tienen un muy bajo valor nutricional”.

*Paolo Puruncajas*

### **Restricciones a la comercialización y promoción dirigida a niños de alimentos y bebidas poco saludables**

Están de acuerdo que se apliquen restricciones tanto a la comercialización y promoción de alimentos pocos saludables a niños.

“ Me parece muy bien en el hecho de que haya cierto tipo de restricciones por ejemplo en bares escolares, yo he visitado varios establecimientos educativos y es grato encontrar ciertos alimentos que consideraba ya perdidos, que son elaborados por los propios dueños de los establecimientos”.

*Paolo Puruncajas*

“ Debería haber un control en el sentido de que no exista mentiras, luego en que tus controles no es que los niños ven la publicidad y corren a comprar, muchas veces se pueden enterar de los productos por la publicidad, pero cuando se van a la tienda ven los productos, entonces no es tanto los anuncios”.

*Cecilia Ugalde*

“El INEN establece parámetros, primero para que se demuestre que por los fabricantes de los productos que cumplan ciertos requerimientos básicos que garanticen la nutrición y salud adecuada de los consumidores, y por ende también ese mismo organismo está llamado y es su responsabilidad el garantizar que todos los productos que estén vendiéndose o que estén en el mercado cumplan ciertos requisitos así mismo básicos para beneficio tanto de la nutrición como de la sociedad”.

*Especialista en Marketing*

**Lugares donde están niños no haya ninguna forma de publicidad o promoción de alimentos ricos en grasas, azúcares, sal, etc.**

Los expertos están de acuerdo en que no exista nada de promoción y publicidad en alimentos nocivos para la salud de los niños.

“Se debería a nivel general prohibir la promoción de ese tipo de productos a través de cualquier medio, televisión, internet o redes digitales, prohibir ese

tipo de promoción de productos porque a la final no solamente los mensajes llegan en carteleras o mediante gráficos a los niños sino a través de las herramientas que él utiliza para el desarrollo de sus actividades diarias”.

*Especialista en Marketing*

“En la escuela limitaría, tendrían que ser opciones sanas, es preferible que no les pongas la tentación ahí mismo”.

*Cecilia Ugalde*

“Es muy complicado, las campañas o iniciativas de concientización son trayectos de largo aliento a largo plazo, no podemos esperar que la concientización de algo o la generación de conciencia de algo sea inmediata, no se puede, debido a que el ser humano responde urgentemente cuando ya cometido o tiene el problema versus a prevenir”.

*Paolo Puruncajas*

### **Recomendaciones para promocionar en escuelas y colegios el consumo de alimentos y bebidas saludables**

Cada uno de los especialistas identifico una recomendación diferente para promocionar alimentos saludables.

“Generaría un aspiracional de los niños, ya que los niños de esas edad siguen pensando en superhéroes o en fuerza, hay un caso muy típico como el de la espinaca del Popeye, talvez muchos niños en esa edad se sintieron incentivados en comer espinaca o en algún vegetal por el tema de él, pienso que el súper poder que tiene un niño lo desarrollo cuando esta alimentado correctamente y mostrarle ese beneficio que el héroe consume ese alimento versus ser el villano, creo que es muy funcional porque ellos están muy relacionados con los muñecos de acción como Batman, Avengers, etc”.

*Paolo Puruncajas*

“En campañas de comunicación vemos que si han dado resultado con un enfoque más creativo hacia los beneficios del tipo de productos pueden tener en tu cuerpo y tu mente, utilizando temas didácticos y gráficos”.

*Cecilia Ugalde*

“Habría que hacer un consenso entre algunos especialistas de marketing, claro lamentablemente dentro de los productos, los que hablamos frutas, verduras son elementos que no tienen cierto valor agregado, como otros productos snacks donde ya tienen una alta elaboración y por supuesto una alta rentabilidad, en donde si es posible a esas empresas productoras contratar a marketers para que desarrollen sus actividades o sus planes estratégicos comerciales, pero lamentablemente los otros productos primarios frutas verduras no hay un promotor que reúna unos expertos para que promocionen el tipo de producto”

*Especialista en Marketing*

### **Se norme la publicidad de alimentos no saludables en medios en franjas de horario infantil, similar en impresos e internet**

En su mayoría están de acuerdo en que se apruebe una normativa sobre la publicidad en diferentes franjas y medios, sin embargo otra especialista piensa que es cuestión de contenido no de prohibición.

“Totalmente, los niños son grupos de atención prioritarias según nuestra constitución y al menos en el país deben ser protegidos y cuidados, no solamente de este tipo de publicidad, sino de otros tipos de contenidos que no son apropiados para ellos que se encuentran en televisión nacional abierta, yo si considero que debe haber una restricción para ellos, no es urgente que ellos conozcan de la comida chatarra tan pronto, ya en su momento podrán consumir con más conciencia y más razón de lo

que puede causar una hamburguesa, papa frita, pizza, en exceso, yo creo que hay protegerles y nutrirles de otro tipo de cosas más nutritivas”.

*Paolo Puruncajas*

“Yo estaría de acuerdo en que no solamente se norme sino que se prohíba la publicidad en ciertos espacios de tiempo en donde el niño está accediendo a esos medios o televisión o el internet; claro, evidentemente es mucho más complicado controlar el asunto del internet, y también es complicado establecer los horarios de mayor uso de los niños, también debe ser una responsabilidad compartida ya con los padres de familia para que se cumplan ciertos horarios en los cuales los niños si deberían tener acceso a esos medio y en esas franjas evitar las publicidades”.

*Especialista en Marketing*

“Se debería revisar el tema de contenidos, que no haya mentiras, dar alternativas sanas, pero no estoy de acuerdo con las prohibiciones, los chicos se van a dar maneras para seguir consumiendo esos productos”.

*Cecilia Ugalde*

### ➤ **Informe Especialista en Marketing Social**

#### **Conocimiento de las cifras de obesidad infantil y como afrontarlo**

Las cifras sobre obesidad infantil son alarmantes, se debe buscar una solución por parte de las autoridades.

“Un niño débil psicológicamente es más propenso a este tipo de problemas. El control de los padres en tv e internet debe ser primordial”.

*Karina Castro*

“Es el resultado de un sistema copiado del anglosajón en temas alimenticios, tiene mucho que ver con los estilos de vida, enfoque a la tecnología, medios digitales y redes 24/7, esto ha generado un factor importante y preocupante para arruinar el aspecto físico y mental de los jóvenes”.

*Fernando Pesantez*

“Debemos estar atentos a cómo debemos dirigirnos a este público que es cada vez más grande y más significativo en nuestra sociedad. Con esto me refiero a que debemos tener claro qué es lo que podemos promocionar y cómo debemos hacerlo.

*Especialista en Marketing Social*

### **Bullying y discriminación a niños por sobrepeso**

Esta problemática se evidencia en la mayoría de escuelas y es causado por los mismos compañeros de clase. Las autoridades deben generar conciencia de un trato igualitario entre sus estudiantes y los padres generar una comunicación con sus hijos para hablar sobre el tema.

“Se han iniciado campañas escolares para los problemas de bullying ya que sus consecuencias son deplorables”.

*Karina Castro*

“Es un tema influenciador en varios lugares, especialmente en las escuelas en donde los niños están todavía desarrollando su forma de interactuar con personas fuera del hogar”.

*Especialista en Marketing Social*

“Los jóvenes de ahora tienen una tendencia muy apegada al físico por ende llega a recaer en temas de Bullying, esto tiene asentamientos más fuertes en

estratos sociales más elevados debido al alcance de recursos que estos tienen con el fin de verse bien y a la moda”.

*Fernando Pesantez*

“Tratar de erradicar el sobrepeso fomentando el deporte, unidos con los padres y educadores”.

*Marlene Guarderas*

### **Existe una conciencia de hábitos saludables y práctica de actividades físicas**

Durante los últimos años las autoridades se han preocupado por concientizar a la población sobre como alimentarse saludablemente y realizar deportes, sin embargo los padres son quienes deben incentivar a una vida saludable a sus hijos.

“La educación comienza en casa la verdadera formación se crea con el ejemplo si los padres motivan la alimentación y la actividad física se puede decir que se arranca con la campaña de concientización”.

*Karina Castro*

“Tenemos varios indicadores nutricionales en los alimentos que circulan por el país como lo son los famosos semáforos que deben incluirse en el etiquetado de los productos”.

*Especialista en Marketing Social*

“Se debería trabajar en unidad el ministerio de salud, deporte y por lo menos obligar a un día a efectuar a realizar deporte en familia”.

*Marlene Guarderas*

### **Recomendación para reducir la publicidad y consumo de alimentos no sanos**

Se debe tratar de generar un trabajo en equipo en donde el estado regule de mejor forma los productos que se deben publicitar y las empresas ofrecer productos con mejores ingredientes.

“Los esfuerzos son vagos si las empresas no hacen conciencia y no analizan los problemas será difícil erradicar el problema. La mano del estado por medio del control es primordial para crear políticas de salud, sobretodo la salud preventiva es importantísima”.

*Karina Castro*

“Es un tema realmente complicado el tratar de reducir este tipo de publicidad y consumo debido a que generalmente son multinacionales gigantes con mucho poder de influencia quienes controlan estos alimentos.”

*Especialista en Marketing Social*

### **La obesidad infantil debe ser manejada por especialistas multidisciplinarios y con alcance interinstitucional**

Se debe trabajar en conjunto con varios especialistas en diferentes áreas como nutricionistas, psicólogos, pediatras entre otros, además de cooperación entre escuelas y organismos del estado como ministerio de salud y educación.

“No se puede dejar en manos únicamente de un experto para tratar al tema, se requiere psicólogos, se requiere personas entendidas en ejercicios y también políticas de estado”.

*Fernando Pesantez*

## **Participación en un programa para reducir la obesidad infantil**

Se considera muy importante la participación en programas que busquen reducir la obesidad infantil por la vinculación social que el mismo presenta.

“Dependería de quienes son los organizadores y de cómo se llevaría a cabo dicho programa, es decir, bajo las órdenes de que grupo o persona estaría si está claro lo que se va a realizar, si todo cumple lo estipulado y sobre todo si es organizado”.

*Especialista en Marketing Social*

“Si un comunicador o un experto en marketing no tienen conciencia está perdiendo la base de su carrera que es ayudar”.

*Karina Castro*

“Todos queremos una mejor sociedad y en esto los medios si deben enfatizar y ayudar con una buena publicidad para erradicar la obesidad”.

*Marlene Guarderas*

### ➤ **Informe Nutricionista**

#### **Ecuador registra un alto índice de niños y adolescentes con problemas de sobrepeso y obesidad, que se puede catalogar como epidemia**

La obesidad y el sobrepeso son una epidemia considerados como una problemáticas a nivel mundial que ya se encuentra en el Ecuador, causados en la mayoría de casos por el desconocimiento de padres sobre un plan nutricional para sus hijos y se espera que el estado genere políticas de salud pública para combatirlas.

“El sobrepeso la obesidad y los trastornos alimenticios se han convertido al problema de salud mundial en nuestro país también el índice de problemas de salud derivados de la mala alimentación”.

*Bernarda Bahamonde*

“La obesidad es un problemática a nivel mundial , lo cual se refleja también en nuestra nación debido al poco conocimiento y por decirlo así al desconocimiento total sobre un plan nutricional debido a la falta de fomentación por parte de políticas públicas donde se debería tratar este problema y mantenerlo en todas las etapas de vida”.

*Nutricionista*

“ Esta situación no solo conlleva a la alimentación familiar sino también tiene que ser más allá, organismos gubernamentales los que se preocupen de tratar de llegar a una solución adecuada y tratar de evitar a toda costa esta situación”.

*Nutricionista*

### **La obesidad infantil debe ser vista como un problema de salud pública**

El gobierno Ecuatoriano debería considerar a esta enfermedad como un problema de salud pública, sobre todo en el grupo de edad de 5 a 11 años que es muy vulnerable.

“La nutrición adecuada desde la infancia debe ser motivo de preocupación fundamental por parte de las autoridades de salud”.

*Bernarda Bahamonde*

“Es necesario fomentar una nutrición activa nivel social-educativo, esto también se presenta a la falta de inobservancia del estado para fomentar un plan de desarrollo que se ha fomentado a nivel institucional educativo e institucional social en donde la población podría concurrir para una vida sostenible”.

*Nutricionista*

“El gobierno tiene que involucrarse también en esta situación. Desde los colegios, las escuelas, los Centros de Salud y en todos los medios que tiene el gobierno para llegar a la ciudadanía tiene que hacerlo para poder sobrellevar esto”.

*Nutricionista*

### **Ingesta de alimentos distintos a la leche materna desde el primer mes de nacidos**

Debe existir un plan nutricional para la mujer en su etapa de gestación y en los primeros años de vida, en donde se recomienda la leche materna ya que es un alimento de suma importancia para el buen desarrollo del niño, además de controles constantes con el pediatra y nutricionista, debido a que mucho de estos problemas son causados por desconocimiento.

“La mala alimentación de la población repercute la alimentación inadecuado de la mujer gestante y posteriormente de los infantes comenzando con múltiples con leche de fórmula en lugar de la leche materna lamentablemente estos problemas son derivados de la falta de Educación por parte de la población”.

*Bernarda Bahamonde*

“Se debería llevar el control médico de cabecera y conjuntamente analizar la no incrementación acelerado de sobre peso en un recién nacido es por muy importante”.

*Nutricionista*

“Haber la leche materna para un niño entre 0 y 6 meses de edad es básico incluso para su adultez, los nutrientes que ingiere en la leche materna son lo que le servirá toda su vida”.

*Nutricionista*

“La situación de que los niños ingieran alimentos distintos a la leche materna desde el primer mes de nacido es muy preocupante debido a que los efectos

son solo pueden recaer en generar un desarrollo de sobrepeso acelerado, estos problemas son debidos o causado a la desinformación o ser novatos e inexpertos en el tema de alimentar debidamente a los niños”.

*Nutricionista*

**Las políticas públicas deben promover la lactancia materna, las actividades físicas y la reducción de productos altos en azúcares y grasas**

Deben existir políticas públicas en donde se promueva el consumo de lactancia materna, ingesta de nutrientes adecuados, actividad física y reducción de productos altos en azúcar y grasas, en conjunto con actividades físicas.

“Manifiesta la alimentación correcta de la población debe ser tratada desde el estado como política pública porque abarca múltiple facetas como la producción de alimentos y su control la educación a la población para que se alimente correctamente evitando alimentos nocivos. De igual manera la actividad física es muy importante en la niñez y adolescencia que hoy lamentablemente se ha dejado de lado debido al uso descontrolado de la tecnología”.

*Bernarda Bahamonde*

“El país debería fomentar en los niños niñas y adolescentes y de especial manera a una madre en periodo de gestación debido a un énfasis en el desarrollo y crecimiento de una criatura dentro del vientre materno para una alimentación sana, saludable, sostenible, nutritiva en el que sea parte de una buena formación, será deber del estado crear y modificar políticas públicas para la nutrición en general y para la mujer embarazo en todas sus etapas.”.

*Nutricionista*

“El gobierno de cierta manera de promover a la lactancia materna, hay muchas campañas, mucha educación a madres para que puedan acceder e incluso también les indican que ellas no tienen que comer mucha grasa, el azúcar es malo porque unido con lo que estamos hablando de sobrepeso y

obesidad puede desencadenar en problemas graves que usted conoce como es la diabetes. Inculcar actividad física, maneras adecuadas de comer, reducir los azúcares las grasas.”.

*Nutricionista*

**El consumidor carece de información sobre una adecuada nutrición y desconoce cómo llevar una alimentación sana para los niños y la familia**

En Ecuador existe un desconocimiento total sobre una adecuada nutrición y alimentación, la cual se podría mejorar con una formación en nutrición y visitas a profesionales en esta área.

“Esencial la educación de la población sobre alimentación nutritiva no basta con la información elemental sobre el contenido de los productos que se expenden en el mercado respecto al contenido de azúcares, sal, grasas el conocimiento de las propiedades de los alimentos de una buena nutrición debe ser más extenso y profundo”.

*Bernarda Bahamonde*

“Creando políticas públicas no es suficiente para que una población tenga conocimiento pleno sobre una buena alimentación por ello no solamente es necesario crear este tipo de canalé en los que se pueda interactuar para con la población si no también una preparación con una mayor cantidad de conocimientos profesionales a nivel educativo social y de servicio a la comunidad”.

*Nutricionista*

“Es verdad debido a que existen una sobre información y publicidad sobre productos altos en grasa y azúcares y no lo contrario no existe publicidad o información de productos con buenos nutrientes, y todo esto recae en organismos nacionales e internacionales que no realizan un buen trabajo”.

*Nutricionista*

“Se debería impulsar un poco la existencia de los nutricionistas pues nosotros estamos un poco para guiar la manera de comer. Ahora no decir usted se va a comer una porción de carne una de no, no así no, pero si saber cuáles son los grupos, cuales son las proteínas, cuales los carbohidratos los azúcares en que desencadena mucha azúcar cuando se come y cosa por el estilo. Hacerles concientizar que lo que están ingiriendo cuando son niños les va a beneficiar cuando son adultos”.

*Nutricionista*

**La publicidad en los diferentes medios de snacks y gaseosas, influye en la conducta alimenticia de los niños y adolescentes.**

La publicidad influye en los alimentos que los niños consumen y que tienen efectos negativos en la alimentación infantil, en muchos casos es muy agresiva y no brindan la información nutricional necesaria.

“La publicidad en la actualidad es muy agresiva lo que en algunas publicidades actúan en los subconscientes de los niños lo que los padres no se dan cuenta y no controlan el manejo de medios electrónicos donde se publicitan”.

*Nutricionista*

“La publicidad de hacer saber al consumidor, los daños colaterales que pueden llegar a causar los alimentos que se ingieren, es método más adecuado para que el consumidor tome concientización y de esta manera se evite en alguna forma el consumo de mismo”.

*Nutricionista*

“Muchas veces decimos nosotros no sé si usted ha escuchado que la comida entra por los ojos entonces llamar la atención con colores, con propagandas con muñequitos en la televisión, deberíamos más bien hacer campañas así de

fuertes como hacen los snacks o las colas así para decir que es lo que tienen que comer y que es lo que no tienen que comer”.

*Nutricionista*

### **La alimentación de los niños ecuatorianos**

La alimentación en los niños ecuatorianos es muy deficiente debido al desconocimiento que se tiene sobre los productos y porciones que se consumen, que en muchos casos no tiene equilibrio nutricional necesario y que se piensa que son saludables debido a la costumbre familiar que se lleva, además que depende mucho del nivel socioeconómico de la familia.

“La alimentación de los niños en nuestro país no es adecuada a pesar de que se producen alimentos agrícolas de buena calidad como frutas, legumbres la alimentación no es buena debido al nivel económico de la población en algunos sectores o por el consumo indiscriminado de productos de bajo contenido nutritivo lo que se une a la falta de actividad física”.

*Bernarda Bahamonde*

“La nutrición a nivel nacional observo que dentro de un rango puede ser mala o muy mala debido a la falta de conocimientos o la falta de interés en el tema debido a que el ecuatoriano consume y vive de una forma muy racional basado en su misma costumbre familiar y que esto se viene dando desde nuestros antiguos”.

*Nutricionista*

“La nutrición de los niños ecuatorianos según un estudio realizado depende mucho de su estado socio económico debió a que los niños con mayores posibilidades se alimentan de mejor manera con productos ricos en nutrientes”.

*Nutricionista*

“No hay equilibrio en lo que se consume definitivamente, se les enseña luego que lo bueno y lo saludable son las comidas chatarras y no las comidas que nos da la naturaleza que nos da el campo”.

*Nutricionista*

### ➤ Informe Pediatra

#### **Ecuador registra un alto índice de obesidad esto tiene relación directa con la alimentación**

Se cree que la alimentación de la población es de Regular a Mala debido a que existen un aumento de casos en consulta de niños con obesidad o sobrepeso que en muchos casos son provocados por un desconocimiento de como se debe alimentar correctamente.

“Hemos visto aquí en consulta que aumentado el índice de niños con obesidad y sobrepeso esto ha tenido un cambio principalmente en los últimos años debido a que se ha incorporado lo que son dietas con gran cantidad de hidratos de carbono”.

*David Barzallo*

“ No hay una dieta ideal o excelente, depende de muchos factores esta dieta por lo que no existe una perfecta”.

*Patricio Barzallo*

#### **Mala alimentación de padres puede generar un riesgo de que sus hijos tengan obesidad**

Definitivamente debido a que los padres son quienes preparan los alimentos para sus hijos ya que ellos no tienen la capacidad para hacerlo y por ende si sus progenitores tienen una mala alimentación, los niños van a tener la posibilidad de generar varias enfermedades entre ellas la obesidad.

“Está relacionado principalmente porque ahora los niños no comen conjunto con sus padres debido a que antes se preparaban los alimentos en la casa y

vendrían a ser un poco más sanos ahora se prefiere salir a comer en otros lados y algunas veces estos alimentos están sobrecargados de grasas, grasas saturadas, hidratos de carbono”.

*David Barzallo*

“Esto viene desde el nacimiento esto se llama Programación Metabólica Temprana que es lo que hacemos ahora, programamos lo que tienen que comer la madre, el niño, que leche deben tomar, la leche materna, los sucedáneos de la leche pero se les va orientado mucho mejor que antes para que los niños no corran riesgo de Obesidad, Enfermedades Cardiovasculares, Hipertensión y Diabetes”.

*Patricio Barzallo*

“La presencia de enfermedades metabólicas como la diabetes la hipertensión, los trastornos metabólicos en los jóvenes, y todo eso es por un estilo inadecuado de vida por lo que habría que priorizar primero la actividad física que cada vez se va perdiendo, y otra serían crear regímenes de alimentación adecuados con las proporciones adecuadas de cada grupo alimentario”.

*Andrés Garate*

### **Como concientizar a la población sobre los problemas que tiene la obesidad en la salud física y psicológica del niño**

Lo principal es educar a la población debido a que no se tiene una cultura en salud, en donde se debe capacitar a los padres de como deben alimentarse y a los niños con charlas educativas.

“Se deben dar charlas educativas de lo que son no sólo a los niños sino también a los padres debido a que los padres van a ser los que les proporcione los alimentos si estos consideran o tienen una dieta mala van a seguir lo mismo los niños”.

*David Barzallo*

“Uno de los factores es tener una cultura de salud preventiva y educar desde la escuela, colegio y universidad”.

*Patricio Barzallo*

“No es un problema que deba ser abordado a un solo nivel, la solución que realmente afecte y mejore la situación de salud alimentaria en niños, debe tener múltiples aristas, desde políticas de salud, hasta una educación alimentaria más específica y adecuada para padres y niños, sin olvidar la información que se brinde en escuelas, centros de salud y en cada espacio de nuestra sociedad.”.

*Alexandra Barrera*

### **Se puede catalogar a la obesidad como una enfermedad familiar por los malos hábitos alimenticios**

En muchos casos se considera como una enfermedad familiar debido a que los padres por falta de tiempo ya no preparan la comida en casa con los valores nutricionales básicos, sino acuden a restaurantes en donde de los principales alimentos son comida chatarra.

“Enfermedad familiar es verdad principalmente es que los niños no ven que tienen una dieta adecuada los mismos padres van a seguir las mismas tendencias de la misma alimentación”.

*David Barzallo*

“Bueno la comida chatarra se da por la falta de tiempo y porque hay dinero, las dos cosas”.

*Patricio Barzallo*

### **Los padres de familia cuentan con la suficiente información sobre alimentación**

Pese a que existen más medios de información, se evidencia un desconocimiento sobre como se deben alimentar adecuadamente a los niños, nutrición, hábitos saludables, además de conocer que la obesidad tiene un fondo genético.

“La obesidad no es un neo fenómeno o un epifenómeno actual, ha sido la causante de la transición epidemiológica que actualmente conlleva a que las principales causas de muerte sean relacionadas con trastornos metabólicos,

crónicos que su principal factor de confluencia son obesidad y sedentarismo”.

*Alexandra Barrera*

“Epigenética, quiere decir que los factores ambientales, la edad, la dieta influyen mucho sobre la parte genética, de la obesidad se nace con un gen, si le sumamos a la genética la epigenética aumenta más el riesgo de la susceptibilidad de que te engordes demasiado y vayas a la obesidad o cualquier enfermedad relacionada”.

*Patricio Barzallo*

### **Debe trabajar en conjunto la sociedad, padres de familia con expertos multidisciplinarios para el tratamiento de la obesidad infantil**

Se debe trabajar en conjunto todos los sectores involucrados dentro de la sociedad en conjunto con los padres de familia que permitan tratar y prevenir la obesidad.

“La salud no solamente debe ser curativa sino también preventiva, entonces creo que en cualquier nivel de atención que sea apegado al ámbito de salud debe ir acompañado de educación y prevención”.

*Andrés Garate*

“Las soluciones deben ser también multidisciplinarias, un gobierno que resguarde y asegure una política de consumo responsable de alimentos procesados, una sociedad que premie la alimentación sana y la actividad física sobre otras actividades”.

*Alexandra Barrera*

### **Presión de grupos industriales multinacionales para que no se promueva la Lactancia Materna**

La presión de consumo de leche materna por multinacionales no es una de las principales razones por la que las madres consumen a este producto, sino más bien la falta de tiempo ya que en su mayoría trabajan hace que busquen un alimento sustituto que brinde características similares a sus hijos.

“La industria produce porque no hay leche materna, porque la madre trabaja, la madre no tiene leche o tiene alguna enfermedad”.

*Patricio Barzallo*

“ Hay casos de pacientes no han dado lactancia a su hijo y no es lo adecuado, principalmente se debe pensar que hasta los 6 meses los niños tienen que estar exclusivamente sólo con la leche materna y después irle introduciendo poco a poco los alimentos”.

*David Barzallo*

### **3.1.3 Entrevistas a Profundidad**

Se realizaron 24 entrevistas a padres que tengan hijos entre el rango de edad de 5 a 11 años, lo cual nos dio a conocer como se encuentra los hábitos alimenticios y de realización de actividades de sus hijos:

- 12 entrevistas a Padres que tienen hijos de 5 a 11 años con obesidad infantil
- 12 entrevistas a Padres que tienen hijos de 5 a 11 años sin obesidad infantil

Se utilizó un mismo cuestionario para todas las entrevistas.

#### **➤ Entrevistas a Padres de Familia con hijos con Obesidad Infantil**

##### **Rutina de la familia**

Las familias presentan la misma rutina desayuno, clases de hijos, trabajo de los padres, almuerzo, deber y/o actividades extracurriculares, merienda y se finaliza con el descanso hasta el día siguiente.

##### **La situación socio-económica del país**

Existen diferentes opiniones sobre si la situación socio-económica del país les ha afectado, en los casos que si han sido por falta de ingresos de los padres y por los altos costos de salud; y en los que no por que han tenido trabajos estables y apoyo de familiares.

### **Los centros de Salud facilitan información sobre obesidad o sobrepeso**

Los padres que acuden a los centros de salud si han recibido información y en algunos casos en clínicas privadas y escuela han recibido datos básicos, sin embargo también existe un grupo considerable que no ha recibido ninguna información.

### **El peso de su hijo se encuentra**

Todos los padres concuerdan que sus hijos presentan un sobrepeso aun así sea ligero, pero lo reconocen.

### **Regulación de Alimentos expendidos en los bares escolares**

Se piensa que estas regulaciones son positivas ya que permite que los niños consuman alimentos más saludables.

### **Revisión de la Etiqueta de SemafORIZACIÓN de Alimentos**

La mayoría de padres conocen el semáforo, el cual se piensa que es bueno debido a que permite identificar si los productos son sanos, sin embargo por falta de costumbre o tiempo no lo revisan.

### **Rol de las Empresas del Sector Alimentario en la sociedad**

Se considera que las empresas del sector alimentario son culpables al producir productos que no son muy saludables y además publicitarlos de una forma agresiva, sin embargo es una responsabilidad compartida ya que los padres son quienes compran los alimentos de sus hijos.

### **Actividades Físicas y Extraescolares de Hijos**

Los hijos no practican actividades físicas frecuentemente en algunos casos practican algún deporte o manejan bicicleta pero una o dos vez al mes, tampoco acuden a actividades extraescolares y si lo realizan son a clases o conservatorio.

### **Hábitos alimenticios del niño**

Las comidas normalmente son preparadas por algún miembro de la familia como puede ser los padres, abuelos o tíos; los alimentos normalmente son saludables y preparados con legumbres, carnes, pollos, frutas, carbohidratos entre otros.

### **Uso de tecnología**

Todos los niños tienen un aparato electrónico a su alcance, lo que se repite en mayor cantidad son televisión, Tablet y computador. El uso es superior a 1 hora diaria.

### **Tiempo de descanso**

Los niños duermen las 8 horas necesarias para descansar e incluso en algunos casos se extiende.

### **➤ Entrevistas a Padres de Familia con hijos sin Obesidad Infantil**

#### **Rutina de la familia**

Las familias presentan la misma rutina desayuno, clases de hijos, trabajo de los padres, almuerzo, deber y/o actividades extracurriculares, merienda y se finaliza con el descanso hasta el día siguiente.

#### **La situación socio-económica del país**

En la mayoría de familias si ha existido una afección socio-económica, debido a que ya no se tiene la misma capacidad adquisitiva que antes.

#### **Los centros de Salud facilitan información sobre obesidad o sobrepeso**

No se ha proporcionado la información necesaria sobre obesidad por varios motivos debido a que algunos no asisten a centros de salud públicos y en otros casos solo no ha informado sobre esta enfermedad.

#### **El peso de su hijo se encuentra**

Todos los padres concuerdan que sus hijos presentan un peso normal o adecuado.

#### **Regulación de Alimentos expendidos en los bares escolares**

Se piensa que estas regulaciones son positivas ya que permite que los niños consuman alimentos más saludables.

### **Revisión de la Etiqueta de SemafORIZACIÓN de Alimentos**

La mayoría de padres conocen el semáforo, el cual se piensa que es bueno debido a que permite identificar si los productos son sanos y están en constante revisión para saber que productos comprar.

### **Rol de las Empresas del Sector Alimentario en la sociedad**

Se considera que las empresas del sector alimentario son culpables al producir productos que no son muy saludables y además publicitarlos de una forma agresiva, sin embargo es una responsabilidad compartida ya que los padres son quienes compran los alimentos de sus hijos.

### **Actividades Físicas y Extraescolares de Hijos**

Los hijos practican actividades físicas frecuentemente, siendo muy activos en deportes como fútbol, natación, básquet entre otras.

### **Hábitos alimenticios del niño**

Las comidas normalmente son preparadas por algún miembro de la familia como puede ser los padres, abuelos o tíos; los alimentos normalmente son saludables y preparados con legumbres, carnes, pollos, frutas, carbohidratos entre otros.

### **Uso de tecnología**

Todos los niños tienen un aparato electrónico a su alcance, lo que se repite en mayor cantidad son televisión, Tablet y computador. El uso es superior a 1 hora diaria.

### **Tiempo de descanso**

Los niños duermen las 8 horas necesarias para descansar e incluso en algunos casos se extiende.

## **3.2 Investigación Cuantitativa**

Para la investigación cuantitativa se utilizó como instrumento de recolección de datos, el cuestionario, a partir del cual se obtendrá información representativa de padres de familia que tengan hijos de 5 a 11 años y que nos permitan identificar diferentes tipologías de familias.

### **3.2.1 Encuesta Piloto**

A partir de la investigación cuantitativa, se procedió a elaborar un cuestionario, el cual será sometido a una prueba, para identificar posibles errores. La encuesta se aplicó a 135 padres de familia que tengan hijos de 5 a 11 años en el área urbana de Cuenca.

Para obtener información relevante, el cuestionario se enfocó en los temas de interés obtenidos del focus group, entrevistas a profundidad y entrevistas a expertos, permitiendo generar 56 preguntas distribuidas en cinco bloques de interés:

- Bloque Informativo
- Bloque Conocimiento
- Bloque Hogar y Deporte
- Bloque Compras y Alimentos
- Bloque Conciencia

Como resultado de la prueba piloto, se identificaron preguntas que estaban en un orden incorrecto y preguntas abiertas que debían ser cerradas, lo cual nos permitió generar el cuestionario final.

### 3.2.2 Encuesta Final



Número de encuesta

Código

Este cuestionario tiene la finalidad de ser la base para la propuesta de una campaña de marketing social para la prevención de la obesidad infantil en la ciudad de Cuenca.

#### Bloque Informativo

##### P1. Tiene hijos entre 5 a 11 años

1. Si \_\_\_\_ 2. No \_\_\_\_ *Si su respuesta es no, termina aquí la encuesta. Gracias por su tiempo.*

##### P2. Edad del representante

- 1. Entre 18 y 23 años
- 2. Entre 24 y 29 años
- 3. Entre 30 y 35 años
- 4. Entre 36 y 41 años
- 5. Más de 42 años

##### P3. Estado civil del representante

- 1. Soltero(a)
- 2. Casado(a)
- 3. Unión libre(a)
- 4. Divorciado(a)
- 5. Viudo(a)

##### P4. Nivel de instrucción del representante

- 1. Primaria
- 2. Secundaria
- 3. Tercer nivel
- 4. Cuarto nivel

##### P5. Ingresos económicos mensuales del hogar acorde al salario básico (\$386)

- 1. Menos de \$386
- 2. Entre \$386 y \$772
- 3. Entre \$773 y \$1158
- 4. Más de \$1158

##### P6. Sexo del representante

1. F \_\_\_\_ 2. M \_\_\_\_

##### P7. De acuerdo a la última visita al pediatra, el peso de su hijo(s) es:

- |                | H1                       | H2                       | H3                       | H4                       |
|----------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 1. Bajo peso   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 2. Peso normal | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 3. Sobrepeso   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 4. Obesidad    | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

##### P8. ¿Su hijo vive con usted?

1. Si \_\_\_\_ 2. No \_\_\_\_ *Si su respuesta es No, termina la encuesta. Gracias por su tiempo.*

##### P9. Sexo del niño(a)

1. F \_\_\_\_ 2. M \_\_\_\_

##### P10. Su hijo estudia en escuela:

1. Fiscal \_\_\_\_ 2. Fiscomisional \_\_\_\_ 3. Particular \_\_\_\_

##### P11. ¿Tiene internet en su hogar?

1. Si \_\_\_\_ 2. No \_\_\_\_

##### P12. ¿Tiene televisión paga?

1. Si \_\_\_\_ 2. No \_\_\_\_

#### Bloque Conocimiento

##### P13. ¿Sabe usted lo que es obesidad infantil?

1. Si \_\_\_\_ 2. No \_\_\_\_

##### P14. Obesidad, ¿es sinónimo de comer mucho?

1. Si \_\_\_\_ 2. No \_\_\_\_

##### P16. Si su respuesta es si, mencione que causas conoce:

- 1. Alimentación
- 2. Falta de actividad física
- 3. Otro

##### P15. ¿Conoce las causas por las que su hijo puede desarrollar esta enfermedad?

1. Si \_\_\_\_ 2. No \_\_\_\_

##### P17. ¿Sabía usted qué los niños con sobrepeso u obesidad tienen mayores probabilidades de seguirlo siendo en la adultez?

1. Si \_\_\_\_ 2. No \_\_\_\_

**Bloque Hogar y deporte**

**P18. Practica algún deporte el niño:**

1. Si \_\_\_\_ 2. No \_\_\_\_

**P19. Si su respuesta es sí, ¿qué deporte practica?**

- 1. Fútbol
- 2. Baloncesto
- 3. Ballet
- 4. Natación
- 5. Tenis
- 6. Equitación
- 7. Otro \_\_\_\_\_

**P20. ¿A qué dedica el niño su tiempo libre?**

- 1. Actividades al aire libre
- 2. Actividades dentro de casa
- 3. Uso de tecnología

**P21. De los siguientes aparatos ordene con 1 el que más utiliza y como 4 el que menos utiliza el niño:**

- 1. Televisión
- 2. Tablet
- 3. Computadora
- 4. Celular
- 5. Ninguno

*Pasar a la P23.*

**P22. En base a la pregunta anterior, ¿qué tiempo el niño utiliza dichos aparatos?**

- 1. De 30min a 1h
- 2. De 1h a 2h
- 3. Más de 2h

**P23. ¿En su hogar el almuerzo y cena se comparte en familia?**

1. Si \_\_\_\_ 2. No \_\_\_\_

**P24. ¿En su casa al momento de almorzar o merendar la televisión está encendida?**

- 1. Nunca
- 2. A veces
- 3. Todos los días

**P25. ¿Usted considera que ha existido un cambio positivo en la comercialización de alimentos expedidos en las instituciones?**

1. Si \_\_\_\_ 2. No \_\_\_\_

**P26. Para el recreo del niño(a) ¿qué acostumbra hacer?**

- 1. Le preparo lunch
- 2. Le doy dinero para que compre en el bar de la escuela
- 3. A veces le preparo lunch, otras le doy dinero
- 4. En la escuela le dan refrigerio
- 5. Nada

**P27. En caso de darle dinero al niño, aproximadamente ¿cuánto dinero le dan?**

- 1. Menos de \$1
- 2. Entre \$1 a \$2
- 3. Más de \$2

**P28. ¿Considera que la semaforización está bien concebida?**

1. Si \_\_\_\_ 2. No \_\_\_\_

**P29. Si su respuesta es no, ¿qué debería mejorar?**

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**Bloque Compras y alimentos**

**P30. ¿Quién se encarga de la compra de alimentos para su hogar?**

- 1. Mamá
- 2. Papá
- 3. Abuelos
- 4. Otro \_\_\_\_\_

**P31. ¿Habitualmente en dónde compra los alimentos para su hogar?**

- |                        | Frutas                   | Vegetales                | Carnes                   | Lácteos                  | Papas, arroz, pastas     |
|------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 1. Supermercado        | <input type="checkbox"/> |
| 2. Mercado tradicional | <input type="checkbox"/> |

**P32. ¿Cuántas veces compra fruta en el mes?**

- 1. Nunca
- 2. Una vez
- 3. Dos veces
- 4. Tres veces
- 5. Más de 3 veces

**P33. ¿Cuántas veces compra verduras en el mes?**

- 1. Nunca
- 2. Una vez
- 3. Dos veces
- 4. Tres veces
- 5. Más de 3 veces

**P34. ¿Quién se encarga de cocinar en el hogar?**

- 1. Mamá
- 2. Papá
- 3. Abuelos
- 4. Se compra vianda
- 5. Otro

**P35. ¿Con qué frecuencia come su hijo frutas?**

- 1. Nunca
- 2. Ocasionalmente
- 3. Casi todos los días
- 4. Todos los días

**P36. ¿Con qué frecuencia come su hijo verduras?**

- 1. Nunca
- 2. Ocasionalmente
- 3. Casi todos los días
- 4. Todos los días

**P.42 El niño bebe gaseosas/colas/sodas:**

- 1. Nunca
- 2. A veces
- 3. Todos los días

**P37. El niño come verduras durante el desayuno, almuerzo o cena:**

- 1. Nunca
- 2. Ocasionalmente
- 3. Casi todos los días
- 4. Todos los días

**P38. Entre comidas el niño consume frutas o vegetales:**

- 1. Nunca
- 2. A veces
- 3. Todos los días

**P39. ¿Con qué frecuencia bebe su hijo leche y sus derivados?**

- 1. Nunca
- 2. Ocasionalmente
- 3. Casi todos los días
- 4. Todos los días

**P40. El tipo de leche que bebe el niño es:**

- 1. Entera
- 2. Semidescremada
- 3. Descremada
- 4. De soya u otra alternativa a leche de vaca

**P41. El niño come golosinas, pasteles, galletas:**

- 1. Nunca
- 2. Ocasionalmente
- 3. Casi todos los días
- 4. Todos los días

**P43. La familia consume alimentos fritos:**

- 1. Nunca
- 2. Ocasionalmente
- 3. Casi todos los días
- 4. Todos los días

**Bloque Conciencia**

*En la siguiente sección se plantean preguntas dirigidas a su persona.*

**P44. ¿Considera que usted mantiene un estilo de vida saludable?**

- 1. Si \_\_\_\_\_ 2. No \_\_\_\_\_

**P45. ¿Practica usted algún deporte o actividad física?**

- 1. Si \_\_\_\_\_ 2. No \_\_\_\_\_

*Si respondió no, pasar a la pregunta P49.*

**P46. Si su respuesta es sí, ¿qué deporte o actividad física realiza?**

- 1. Bailoterapia
- 2. Gimnasio
- 3. Caminar/trotar
- 4. Otro

**P47. ¿Qué tan seguido realiza usted dicha actividad?**

- 1. Una vez por semana
- 2. Dos a tres veces por semana
- 3. Más de 3 veces por semana

**P48. ¿Qué tiempo usted dedica a realizar esta actividad física?**

- 1. Una hora o menos
- 2. Entre una hora y dos horas
- 3. Más de dos horas

**P49. Señale la figura a la que corresponde su peso actual:**



**P50. Señale la figura que desearía tener:**



*Si su hijo presentó en la última visita médica sobrepeso u obesidad, por favor conteste las siguientes preguntas, caso contrario termine aquí la encuesta. ¡Gracias por participar!*

**P51. ¿Ha pensado usted hacer algún cambio en su vida para ayudar a su hijo/hija a perder peso?**

1. Si \_\_\_\_\_ 2. No \_\_\_\_\_ *Si su respuesta es **si**, continúe a la pregunta P52, caso contrario termina la encuesta aquí, gracias por su tiempo.*

**P52. ¿Usted cree que es probable que en el próximo mes, vaya a hacer cambios en el estilo de vida familiar?**

- 1. Poco probable
- 2. Quizá
- 3. Es muy probable

**P53. ¿Estaba consiente del costo que puede generar una enfermedad por un desorden alimenticio?**

1. Si \_\_\_\_\_ 2. No \_\_\_\_\_

**P54. ¿Qué tipo de campaña sugiere usted se debería hacer para evitar esta enfermedad (obesidad infantil)?**

- 1. Control en el registro sanitario
- 2. Mayor control sobre los productos que se comercializan
- 3. Comunicación más directa

**P55. En los productos a más de la semaforización, ¿usted considera que se debería poner si es nutritivo o no?**

1. Si \_\_\_\_\_ 2. No \_\_\_\_\_

**P56. ¿En que medio usted considera que la campaña tuviera un mayor impacto o éxito para reducir la obesidad infantil en niños de 5 a 11 años?**

- 1. Radio
- 2. Prensa
- 3. Televisión
- 4. Redes sociales
- 5. Vallas
- 6. Reuniones de padres de familia en las instituciones educativas

### 3.2.3 Resultados

Se realizaron en total 1395 encuestas a padres de familia que cuentan con hijos en el rango de edad de 5 a 11 años, de las cuales:

- 1094 representan hogares con hijos sin obesidad infantil
- 301 representan hogares con hijos con obesidad infantil

Según la metodología del estudio se debían realizar 500 encuestas efectivas, sin embargo se encontraron únicamente 301 encuestas con obesidad infantil, lo cual no influye en los resultados ya que la base de encuestas es mayor y se necesitaba identificar también los hogares sin obesidad para poder realizar las comparaciones.

Además se tomaron como referencia para el cruce de variables cuatro aspectos que nos permitan identificar si existen diferencias entre las tipologías de familias estas son:

- Rango de Edad Padres
- Estado Civil Padres
- Sexo Hijos
- Sexo Padres

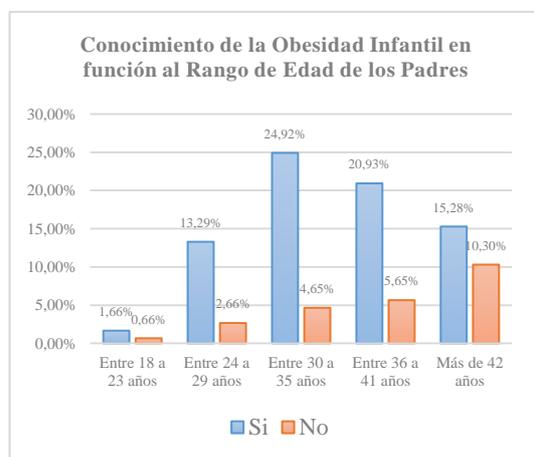
## Tipología 1

Tabla 5- Conocimiento de la Obesidad Infantil en función al rango de edad de los Padres T1

| Conocimiento de la Obesidad Infantil en función al rango de edad de los Padres |            |            |
|--|------------|------------|
| Edad Padres  | Si         | No         |
| Entre 18 a 23 años   | 72         | 13         |
| Entre 24 a 29 años   | 245        | 29         |
| Entre 30 a 35 años   | 311        | 31         |
| Entre 36 a 41 años   | 213        | 30         |
| Más de 42 años   | 120        | 30         |
| <b>Total</b>   | <b>961</b> | <b>133</b> |

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 4 - Conocimiento de la Obesidad Infantil en función al rango de edad de los Padres T1



Fuente: Elaboración Propia

Según los resultados de la investigación de los niños con obesidad se obtuvo que el 24,92% si tienen conocimiento sobre la enfermedad de obesidad infantil y el 4,65% no correspondiente al rango de edades entre 30 a 35 años.

Muy seguido por los padres de familia que oscilan entre los 36 y 41 años el 20,93% si conoce y el 5,65% no lo sabe.

Otro porcentaje de relevancia que prevalece en la investigación son papás que están en 42 años y más con un 15,28% que si saben y el 10,30% desconoce.

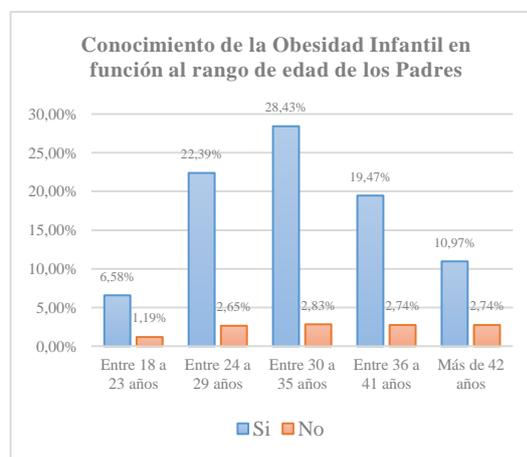
## Tipología 2

Tabla 6 - Conocimiento de la Obesidad Infantil en función al rango de edad de los Padres T2

| Conocimiento de la Obesidad Infantil en función al rango de edad de los Padres |            |           |
|--|------------|-----------|
| Edad Padres  | Si         | No        |
| Entre 18 a 23 años   | 5          | 2         |
| Entre 24 a 29 años   | 40         | 8         |
| Entre 30 a 35 años   | 75         | 14        |
| Entre 36 a 41 años   | 63         | 17        |
| Más de 42 años   | 46         | 31        |
| <b>Total</b>   | <b>229</b> | <b>72</b> |

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 5 - Conocimiento de la Obesidad Infantil en función al rango de edad de los Padres T2



Fuente: Elaboración Propia

Según los resultados de la investigación de los niños sin obesidad se obtuvo que el 28,43% si tienen conocimiento sobre la enfermedad de obesidad infantil y el 2,83% no correspondiente al rango de edades entre 30 a 35 años.

Muy seguido por los padres de familia que están en un rango de 24 a 29 años con el 22,39% que si conoce y el 2,65% no lo sabe.

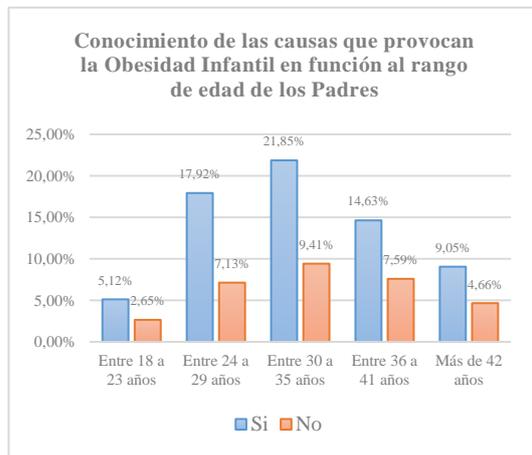
Otro porcentaje de relevancia que prevalece en la investigación son papás que tienen más de 42 años con un 10,97% que si saben y el 2,74% desconoce.

Tabla 7 - Conocimiento de las causas que provocan la Obesidad Infantil en función al rango de edad de los Padres T1

| Conocimiento de las causas que provocan la Obesidad Infantil en función al rango de edad de los Padres |            |            |
|--|------------|------------|
| Edad Padres  | Si         | No         |
| Entre 18 a 23 años   | 56         | 29         |
| Entre 24 a 29 años   | 196        | 78         |
| Entre 30 a 35 años   | 239        | 103        |
| Entre 36 a 41 años   | 160        | 83         |
| Más de 42 años   | 99         | 51         |
| <b>Total</b>   | <b>750</b> | <b>344</b> |

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 6 - Conocimiento de las causas que provocan la Obesidad Infantil en función al rango de edad de los Padres T1



Fuente: Elaboración Propia

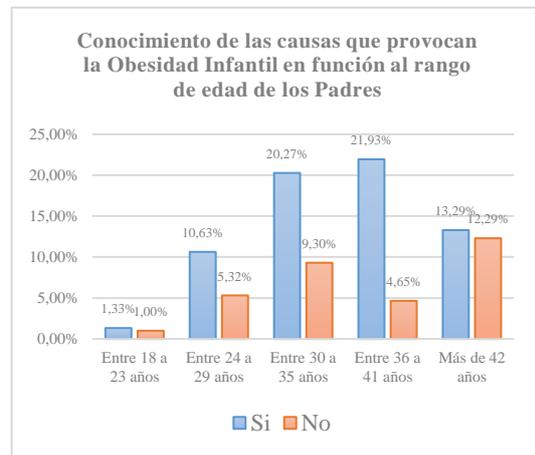
Según los resultados de la investigación de los niños sin obesidad se obtuvo que los padres de familia, el 21,85% si tienen conocimiento sobre la enfermedad de obesidad infantil y el 9,41% no correspondiente al rango de edades entre 30 a 35 años. Muy seguido por los padres de familia que oscilan entre los 24 A 29 41 años el 17,92% si conoce y el 7,13% no lo sabe. Otro porcentaje de relevancia que prevalece en la investigación son papás que están entre 36 a 41 con un 14,63% que si saben y el 7,59% desconoce. Por otra parte de 42 años a más el 9,05% si sabe de las causas que puede provocar la obesidad infantil y 4,66% no.

Tabla 8 - Conocimiento de las causas que provocan la Obesidad Infantil en función al rango de edad de los Padres T2

| Conocimiento de las causas que provocan la Obesidad Infantil en función al rango de edad de los Padres |            |           |
|--|------------|-----------|
| Edad Padres  | Si         | No        |
| Entre 18 a 23 años   | 4          | 3         |
| Entre 24 a 29 años   | 32         | 16        |
| Entre 30 a 35 años   | 61         | 28        |
| Entre 36 a 41 años   | 66         | 14        |
| Más de 42 años   | 40         | 37        |
| <b>Total</b>   | <b>203</b> | <b>98</b> |

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 7 - Conocimiento de las causas que provocan la Obesidad Infantil en función al rango de edad de los Padres T2



Fuente: Elaboración Propia

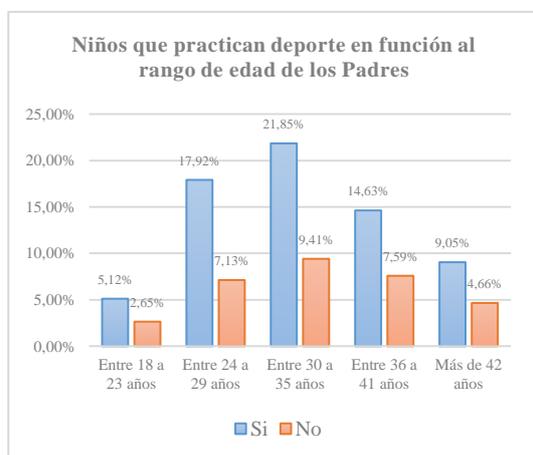
Según los resultados de la investigación de los niños con obesidad se obtuvo que los padres de familia el 21,93% si tienen conocimiento sobre la enfermedad de obesidad infantil y el 4,65% no correspondiente al rango de edades entre 36 a 41 años. Muy seguido por los padres de familia que oscilan entre los 30 a 35 años el 20,27% si conoce y el 9,30% no lo sabe. Otro porcentaje de relevancia que prevalece en la investigación son papás que están en 42 años y más, con un 13,29% que si saben y el 12,29% desconoce. Por otra el rango entre 24 a 29 años el 10,63% si sabe de las causas que puede provocar la obesidad infantil y 5,32% no.

Tabla 9 - Niños que practican deporte en función al rango de edad de los Padres T1

| Niños que practican deporte en función al rango de edad de los Padres |            |            |
|---|------------|------------|
| Edad Padres   | Si         | No         |
| Entre 18 a 23 años  | 38         | 47         |
| Entre 24 a 29 años  | 185        | 89         |
| Entre 30 a 35 años  | 242        | 100        |
| Entre 36 a 41 años  | 180        | 63         |
| Más de 42 años  | 102        | 48         |
| <b>Total</b>  | <b>747</b> | <b>347</b> |

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 8 - Niños que practican deporte en función al rango de edad de los Padres T1



Fuente: Elaboración Propia

El deporte es un aspecto esencial para mantener el cuerpo saludable, es por esta razón que se ha investigado si los niños que no presentan obesidad realizan algún tipo de deporte en función del rango de edad de los padres entre 30 a 35 años el 21,85% si practica algún tipo de deporte y el 9,41% no, seguido por el rango de edad de padres de familia entre 24 a 29 años el 12,96% de los hijos si hacen deporte mientras el 7,13% no.

Por otra parte, padres de familia de 36 a 41 años, los hijos si realizan deporte en un 16,63 y el 7,59 no.

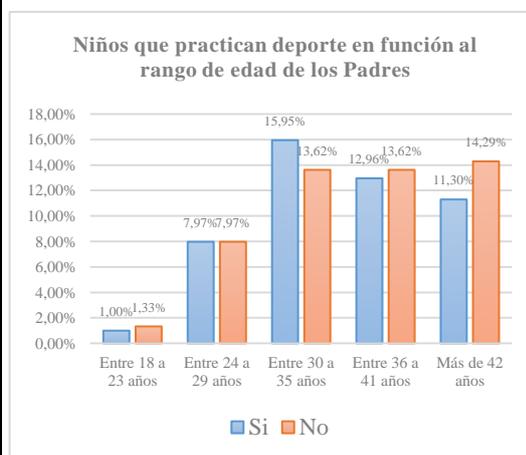
A partir de 42 años o más los niños si practican deporte en un 9,05% mientras que el 4,66% no

Tabla 10 - Niños que practican deporte en función al rango de edad de los Padres T2

| Niños que practican deporte en función al rango de edad de los Padres |            |            |
|---|------------|------------|
| Edad Padres   | Si         | No         |
| Entre 18 a 23 años  | 3          | 4          |
| Entre 24 a 29 años  | 24         | 24         |
| Entre 30 a 35 años  | 48         | 41         |
| Entre 36 a 41 años  | 39         | 41         |
| Más de 42 años  | 34         | 43         |
| <b>Total</b>  | <b>148</b> | <b>153</b> |

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 9 - Niños que practican deporte en función al rango de edad de los Padres T2



Fuente: Elaboración Propia

El deporte es un aspecto esencial para mantener el cuerpo saludable, es por esta razón que se ha investigado si los niños que presentan obesidad realizan algún tipo de deporte en función del rango de edad de los padres entre 30 a 35 años el 15,95% si practica algún tipo de deporte y el 13,62% no, seguido por el rango de edad de padres de familia entre 36 y 41 años el 12,96% los hijos si hacen deporte mientras el 13,62% no.

Por otra parte, padres de familia de 42 años y más los hijos si realizan deporte en un 11,30% y el 14,29 no.

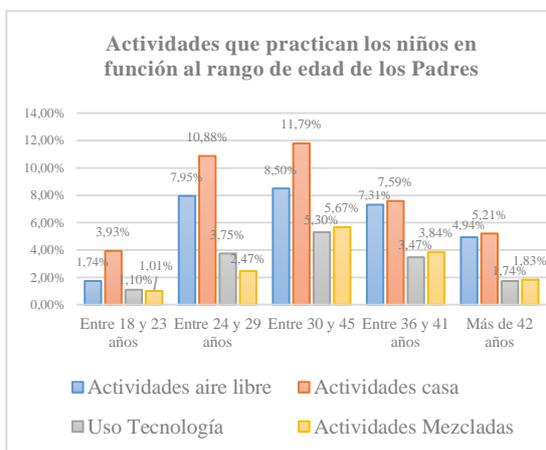
En el rango de 24 a 29 años los niños si practican deporte en un 7,97% mientras que el 7,97% no.

Tabla 11 - Actividades que practican los niños en función al rango de edad de los Padres T1

| Actividades que practican los niños en función al rango de edad de los Padres |                        |                  |                |                       |
|---|------------------------|------------------|----------------|-----------------------|
| Edad Padres   | Actividades aire libre | Actividades casa | Uso Tecnología | Actividades Mezcladas |
| Entre 18 y 23 años  | 19                     | 43               | 12             | 11                    |
| Entre 24 y 29 años  | 87                     | 119              | 41             | 27                    |
| Entre 30 y 45   | 93                     | 129              | 58             | 62                    |
| Entre 36 y 41 años  | 80                     | 83               | 38             | 42                    |
| Más de 42 años  | 54                     | 57               | 19             | 20                    |
| <b>Total</b>  | <b>333</b>             | <b>431</b>       | <b>168</b>     | <b>162</b>            |

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 10 - Actividades que practican los niños en función al rango de edad de los Padres T1



Fuente: Elaboración Propia

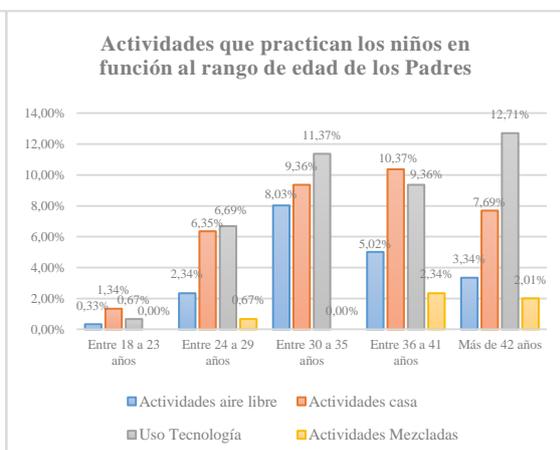
Las actividades que realizan los hijos de los padres de familia entre 30 a 45 años, prevalecen las actividades en casa en un 11,79% seguido de actividades en casa con el 8,50%, el 5,30% está orientado a tecnología y el 3,84% actividades mezcladas. Por otra parte, los padres de familia que están entre 24 a 29 años el 10,88% de los hijos la actividad principal se encuentran las actividades en casa, el 3,75% en tecnología y actividades mezcladas el 2,47%. Entre las edades de 36 a 41 prevalecen las actividades en casa en con el 7,59% seguido de actividades al aire libre por el 7,31%, el 3,84% actividades mezcladas y 3,47% tecnología.

Tabla 12 - Actividades que practican los niños en función al rango de edad de los Padres T2

| Actividades que practican los niños en función al rango de edad de los Padres |                        |                  |                |                       |
|---|------------------------|------------------|----------------|-----------------------|
| Edad Padres   | Actividades aire libre | Actividades casa | Uso Tecnología | Actividades Mezcladas |
| Entre 18 a 23 años  | 1                      | 4                | 2              | 0                     |
| Entre 24 a 29 años  | 7                      | 19               | 20             | 2                     |
| Entre 30 a 35 años  | 24                     | 28               | 34             | 0                     |
| Entre 36 a 41 años  | 15                     | 31               | 28             | 7                     |
| Más de 42 años  | 10                     | 23               | 38             | 6                     |
| <b>Total</b>  | <b>57</b>              | <b>105</b>       | <b>122</b>     | <b>15</b>             |

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 11 - Actividades que practican los niños en función al rango de edad de los Padres T2



Fuente: Elaboración Propia

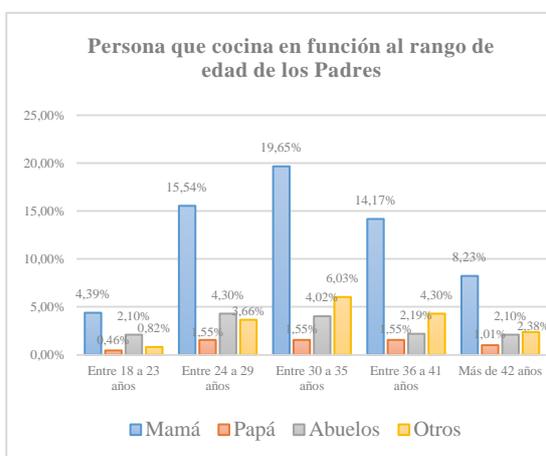
Las actividades que realizan los hijos de los padres de familia con más de 42 años, prevalece el uso de la tecnología en un 12,71% seguido de actividades en casa con el 7,69%, el 3,34% realiza actividades al aire libre y el 2,01 actividades mezcladas. Por otra parte, los padres de familia que están entre 30 a 35 años el 11,37% de los hijos la actividad principal se encuentra en el uso de tecnología, el 9,36% en actividades de casa y actividades al aire libre el 8,03%. Entre las edades de 36 a 41 prevalecen las actividades en casa en con el 10,37% seguido de la tecnología por el 9,36% y actividades al aire libre en un 5,02%.

Tabla 13 - Persona que cocina en función al rango de edad de los Padres T1

| Persona que cocina en función al rango de edad de los Padres |            |           |            |            |
|--|------------|-----------|------------|------------|
| Edad Padres  | Mamá       | Papá      | Abuelos    | Otros      |
| Entre 18 a 23 años   | 48         | 5         | 23         | 9          |
| Entre 24 a 29 años   | 170        | 17        | 47         | 40         |
| Entre 30 a 35 años   | 215        | 17        | 44         | 66         |
| Entre 36 a 41 años   | 155        | 17        | 24         | 47         |
| Más de 42 años   | 90         | 11        | 23         | 26         |
| <b>Total</b>   | <b>678</b> | <b>67</b> | <b>161</b> | <b>188</b> |

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 12 - Persona que cocina en función al rango de edad de los Padres T1



Fuente: Elaboración Propia

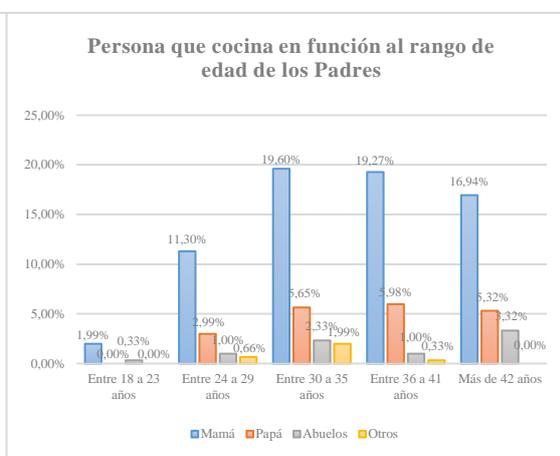
Al momento de elaborar las distintas comidas que corresponde en el día, existirá la persona encargada de preparar para la familia, según el gráfico a simple observación, las mamás son quienes se encargan de dicha actividad en donde el 19,65% corresponde al rango de 30 a 35 años, en un 6,03% otros, 4,02% por los abuelos y 1,55% el papá. Entre 24 a 29 años el 15,54% corresponde a las mamás, el 4,30% por los abuelos, un 3,66% otros y el 1,55% se encargan los papás. Seguido por edades entre 36 a 41 el 14,17% las mamás también son las que cocinan, seguido por otros en un 4,30%, los abuelitos en un 2,19% y el 1,55% los papás.

Tabla 14 - Persona que cocina en función al rango de edad de los Padres T2

| Persona que cocina en función al rango de edad de los Padres |            |           |           |          |
|--|------------|-----------|-----------|----------|
| Edad Padres  | Mamá       | Papá      | Abuelos   | Otros    |
| Entre 18 a 23 años   | 6          | 0         | 1         | 0        |
| Entre 24 a 29 años   | 34         | 9         | 3         | 2        |
| Entre 30 a 35 años   | 59         | 17        | 7         | 6        |
| Entre 36 a 41 años   | 58         | 18        | 3         | 1        |
| Más de 42 años   | 51         | 16        | 10        | 0        |
| <b>Total</b>   | <b>208</b> | <b>60</b> | <b>24</b> | <b>9</b> |

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 13 - Persona que cocina en función al rango de edad de los Padres T2



Fuente: Elaboración Propia

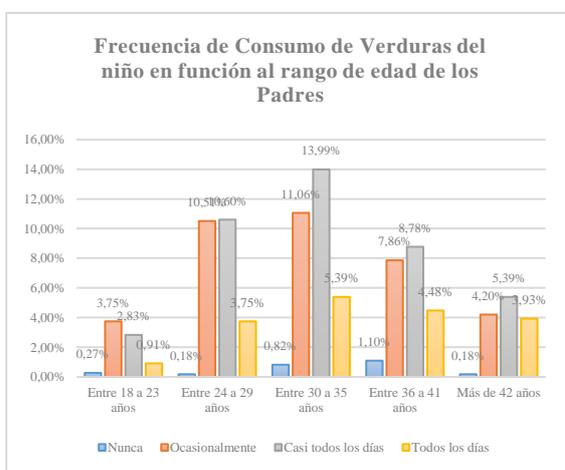
Al momento de elaborar las distintas comidas que corresponde en el día, existirá la persona encargada de preparar para la familia, según el gráfico a simple observación, las mamás son quienes se encargan de dicha actividad en donde el 19,60% corresponde al rango de 30 a 35 años, los papás en un 5,65%, 2,33% por los abuelos y 1,99% otros. Entre 36 a 41 años el 19,27% corresponde a las mamás, el 5,98% por los papás un 1% se encargan los abuelitos y 0,33 otros. Más de 42 años el 16,94% las mamás también son las que cocinan, seguido por los papás en un 5,32% y el 3,32% abuelos.

Tabla 15 - Frecuencia de Consumo de Verduras del niño en función al rango de edad de los Padres T1

| Frecuencia de Consumo de Verduras del niño en función al rango de edad de los Padres |           |                |                     |                |
|--|-----------|----------------|---------------------|----------------|
| Edad Padres  | Nunca     | Ocasionalmente | Casi todos los días | Todos los días |
| Entre 18 y 23 años   | 3         | 41             | 31                  | 10             |
| Entre 24 y 29 años   | 2         | 115            | 116                 | 41             |
| Entre 30 y 45  | 9         | 121            | 153                 | 59             |
| Entre 36 y 41 años   | 12        | 86             | 96                  | 49             |
| Más de 42 años   | 2         | 46             | 59                  | 43             |
| <b>Total</b>   | <b>28</b> | <b>409</b>     | <b>455</b>          | <b>202</b>     |

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 14 - Frecuencia de Consumo de Verduras del niño en función al rango de edad de los Padres T1



Fuente: Elaboración Propia

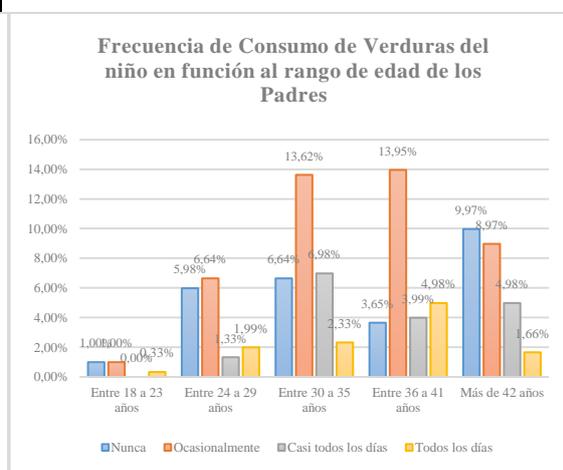
La ingesta de verduras aportan una diversidad de beneficios para la salud entre ellas es una fuente de vitaminas esenciales para los seres humanos, en la encuesta realizada se determina la frecuencia de consumo de verduras del niño en función al rango de edad de los padres como por ejemplo de 24 a 29 años el 10,52% de los niños ingiere verduras ocasionalmente, todos los días se determina el 10,62%, casi todos los días 3,75% y 0,18% nunca. Con porcentajes elevados y casi similares se encuentran los padres de familia entre 30 a 35 años en donde el 13,99% de niños come ocasionalmente, el 11,06% casi todos los días el 5,39% nunca y 0,82% todos los días.

Tabla 16 - Frecuencia de Consumo de Verduras del niño en función al rango de edad de los Padres T2

| Frecuencia de Consumo de Verduras del niño en función al rango de edad de los Padres |           |                |                     |                |
|--|-----------|----------------|---------------------|----------------|
| Edad Padres  | Nunca     | Ocasionalmente | Casi todos los días | Todos los días |
| Entre 18 a 23 años   | 3         | 3              | 0                   | 1              |
| Entre 24 a 29 años   | 18        | 20             | 4                   | 6              |
| Entre 30 a 35 años   | 20        | 41             | 21                  | 7              |
| Entre 36 a 41 años   | 11        | 42             | 12                  | 15             |
| Más de 42 años   | 30        | 27             | 15                  | 5              |
| <b>Total</b>   | <b>82</b> | <b>133</b>     | <b>52</b>           | <b>34</b>      |

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 15 - Frecuencia de Consumo de Verduras del niño en función al rango de edad de los Padres T2



Fuente: Elaboración Propia

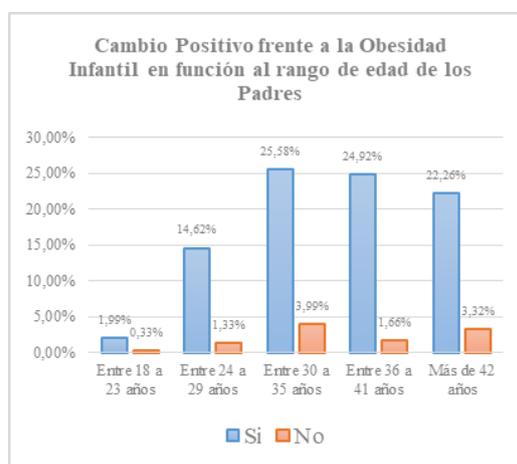
La ingesta de verduras aportan una diversidad de beneficios para la salud entre ellas es una fuente de vitaminas esenciales para los seres humanos, en la encuesta realizada se determina la frecuencia de consumo de verduras del niño en función al rango de edad de los padres como por ejemplo de 36 a 41 años el 13,95% de los niños ingiere verduras ocasionalmente, todos los días se determina el 4,98%, casi todos los días 3,99% y 3,65% nunca. Con porcentajes elevados y casi similares se encuentran los padres de familia entre 30 a 35 años en donde el 13,62% de niños come ocasionalmente, el 6,98% casi todos los días el 6,64% nunca y 2,33% todos los días.

Tabla 17- Cambio Positivo frente a la Obesidad Infantil en función al rango de edad de los Padres

| Cambio Positivo frente a la Obesidad Infantil en función al rango de edad de los Padres |            |           |
|---|------------|-----------|
| Edad Padres   | Si         | No        |
| Entre 18 a 23 años  | 6          | 1         |
| Entre 24 a 29 años  | 44         | 4         |
| Entre 30 a 35 años  | 77         | 12        |
| Entre 36 a 41 años  | 75         | 5         |
| Más de 42 años  | 67         | 10        |
| <b>Total</b>  | <b>269</b> | <b>32</b> |

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 16 - Cambio Positivo frente a la Obesidad Infantil en función al rango de edad de los Padres



Fuente: Elaboración Propia

Para tener un cambio favorable en la vida de los niños es necesario contar con el apoyo de los padres de familia, sin ellos no sería posible que los niños se liberen de esa enfermedad.

A simple vista la mayoría están dispuestos a tener un cambio positivo frente a la obesidad infantil en donde el 25,58% dice si y el 3,99% no correspondiendo al rango de edades entre 30 a 35 años. Seguido por el 25,58% que dice si y el 3,99% no correspondiente a las edades de 36 a 41 años. Más de 42 años también tienen una respuesta afirmativa con un 22,26% y no con el 3,32%.

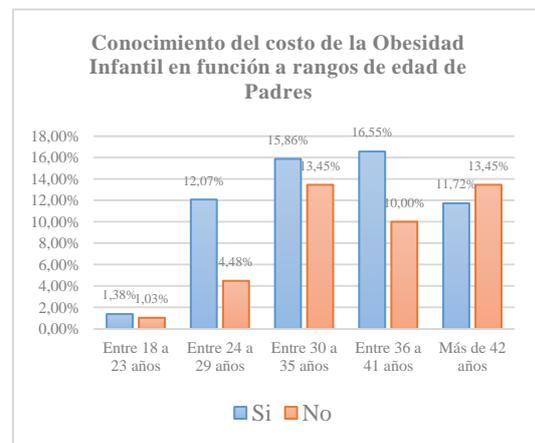
Otras cifras importantes se encuentran el rango de 24 a 29 años teniendo como si un 14,62% y no 1,33%.

Tabla 18 - Conocimiento del costo de la Obesidad Infantil en función a rangos de edad de Padres

| Conocimiento del costo de la Obesidad Infantil en función a rangos de edad de Padres |            |            |
|--|------------|------------|
| Edad Padres  | Si         | No         |
| Entre 18 a 23 años   | 4          | 3          |
| Entre 24 a 29 años   | 35         | 13         |
| Entre 30 a 35 años   | 46         | 39         |
| Entre 36 a 41 años   | 48         | 29         |
| Más de 42 años   | 34         | 39         |
| <b>Total</b>   | <b>167</b> | <b>123</b> |

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 17 - Conocimiento del costo de la Obesidad Infantil en función a rangos de edad de Padres



Fuente: Elaboración Propia

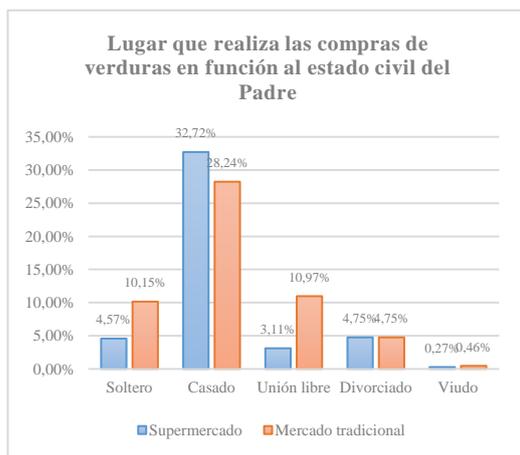
En cualquier tipo de enfermedad siempre se incurre con gastos adicionales para los diversos tratamientos, consultas, etc., que el paciente pueda generar. En este caso se realizó la pregunta para saber si los padres de familia tienen conocimiento acerca de los costos que puede incurrir la obesidad infantil y se obtuvo que los padres de familia entre 36 a 41 años si saben en un 16,55% mientras que el 10% no sabe. Por otra parte se tiene que en el rango de 30 a 35 años si saben en un 15,86% mientras que el 13,45% desconoce. En 42 años y más existen también porcentajes significativos en donde el 11,72% si conoce sin embargo el 13,45% no lo sabe. También teniendo en cuenta las edades

Tabla 19 - Lugar que realiza las compras de verduras en función al estado civil del Padre T1

| Lugar que realiza las compras de verduras en función al estado civil del Padre |              |                     |
|--|--------------|---------------------|
| Estado Civil   | Supermercado | Mercado tradicional |
| Soltero  | 50           | 111                 |
| Casado   | 358          | 309                 |
| Unión libre  | 34           | 120                 |
| Divorciado   | 52           | 52                  |
| Viudo  | 3            | 5                   |
| <b>Total</b>   | <b>497</b>   | <b>597</b>          |

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 18 - Lugar que realiza las compras de verduras en función al estado civil del Padre T1



Fuente: Elaboración Propia

Al momento de realizar las compras se toma una decisión en lugar que se efectuará dicha acción, por lo tanto de acuerdo al estado civil se determinará en donde las personas compran las verduras. Los casados en un 32,72% compran en el supermercado y el 28,24% en el mercado tradicional. En cuanto a los solteros el 10,15% compran en el mercado tradicional y el 4,57% en el supermercado 4,57%.

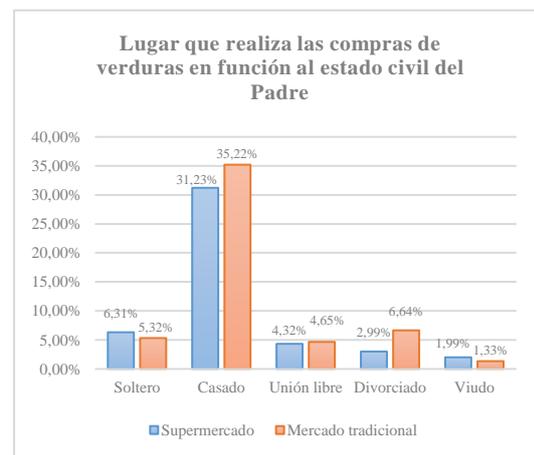
entre 24 a 29 años el 12,07% si saben y el 4,48% no saben de los costos.

Tabla 20 - Lugar que realiza las compras de verduras en función al estado civil del Padre T2

| Lugar que realiza las compras de verduras en función al estado civil del Padre |              |                     |
|--|--------------|---------------------|
| Estado Civil   | Supermercado | Mercado tradicional |
| Soltero  | 19           | 16                  |
| Casado   | 94           | 106                 |
| Unión libre  | 13           | 14                  |
| Divorciado   | 9            | 20                  |
| Viudo  | 6            | 4                   |
| <b>Total</b>   | <b>141</b>   | <b>160</b>          |

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 19 - Lugar que realiza las compras de verduras en función al estado civil del Padre T2



Fuente: Elaboración Propia

Al momento de realizar las compras se toma una decisión en lugar que se efectuará dicha acción, por lo tanto de acuerdo al estado civil se determinará en donde las personas compran las verduras. Los casados en un 35,22% compran en el mercado tradicional y el 31,23% en el supermercado. En cuanto a los solteros el 6,31% compran en el supermercado y el 5,32% en el mercado tradicional.

Tabla 21 - Lugar que realiza las compras de frutas en función al estado civil del Padre T1

| Lugar que realiza las compras de frutas en función al estado civil del Padre |              |                     |
|--|--------------|---------------------|
| Estado Civil   | Supermercado | Mercado tradicional |
| Soltero  | 46           | 115                 |
| Casado   | 352          | 315                 |
| Unión libre  | 40           | 114                 |
| Divorciado   | 56           | 48                  |
| Viudo  | 3            | 5                   |
| <b>Total</b>   | <b>497</b>   | <b>597</b>          |

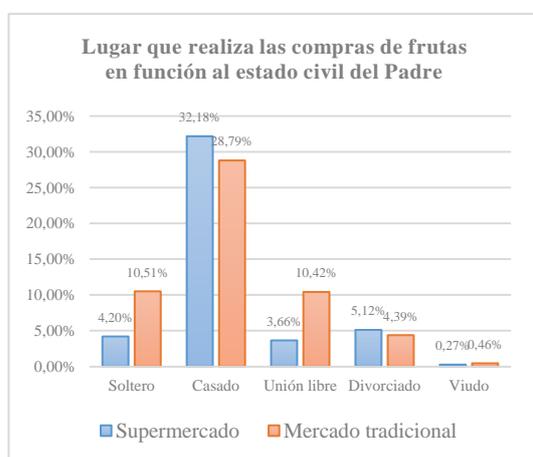
Fuente: Elaboración Propia

Tabla 22 - Lugar que realiza las compras de frutas en función al estado civil del Padre T2

| Lugar que realiza las compras de frutas en función al estado civil del Padre |              |                     |
|--|--------------|---------------------|
| Estado Civil   | Supermercado | Mercado tradicional |
| Soltero  | 19           | 16                  |
| Casado   | 95           | 105                 |
| Unión libre  | 11           | 16                  |
| Divorciado   | 10           | 19                  |
| Viudo  | 6            | 4                   |
| <b>Total</b>   | <b>141</b>   | <b>160</b>          |

Fuente: Elaboración Propia

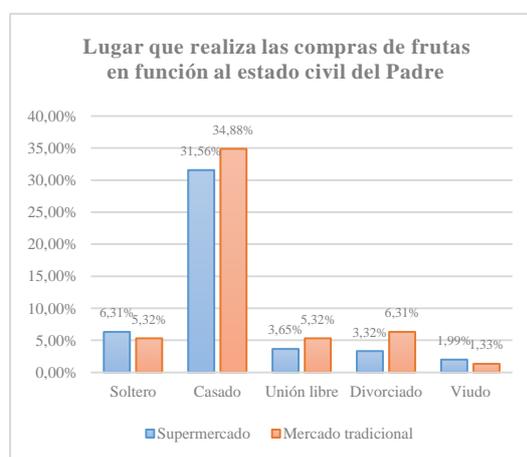
Ilustración 20 - Lugar que realiza las compras de frutas en función al estado civil del Padre T1



Fuente: Elaboración Propia

Al momento de realizar las compras se toma una decisión en lugar que se efectuará dicha acción, por lo tanto de acuerdo al estado civil se determinará en donde las personas compran las verduras. Los casados en un 32,18% compran en el supermercado y el 28,79% en el mercado tradicional. En cuanto a los solteros el 6,31% compran en el supermercado y el 5,32% en el mercado tradicional.

Ilustración 21 - Lugar que realiza las compras de frutas en función al estado civil del Padre T2



Fuente: Elaboración Propia

Al momento de realizar las compras se toma una decisión en lugar que se efectuará dicha acción, por lo tanto de acuerdo al estado civil se determinará en donde las personas compran las verduras. Los casados en un 35,22% compran en el mercado tradicional y el 31,23% en el supermercado. En cuanto a los solteros el 6,31% compran en el supermercado y el 5,32% en el mercado tradicional.

Tabla 23 - Lugar que realiza las compras de carnes en función al estado civil del Padre T1

| Lugar que realiza las compras de carnes en función al estado civil del Padre |              |                     |
|--|--------------|---------------------|
| Estado Civil   | Supermercado | Mercado tradicional |
| Soltero  | 71           | 90                  |
| Casado   | 457          | 210                 |
| Unión libre  | 70           | 84                  |
| Divorciado   | 66           | 38                  |
| Viudo  | 4            | 4                   |
| <b>Total</b>   | <b>668</b>   | <b>426</b>          |

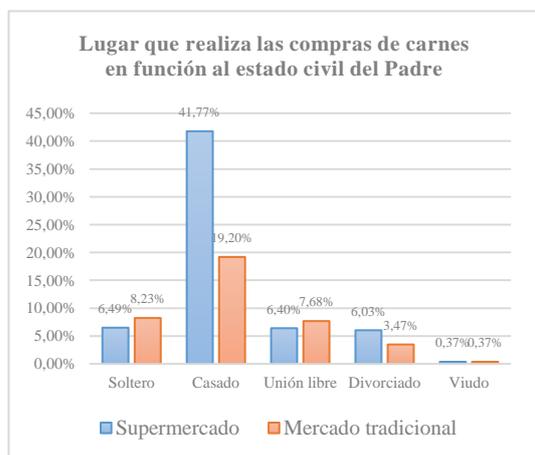
Fuente: Elaboración Propia

Tabla 24 - Lugar que realiza las compras de carnes en función al estado civil del Padre T2

| Lugar que realiza las compras de carnes en función al estado civil del Padre |              |                     |
|--|--------------|---------------------|
| Estado Civil   | Supermercado | Mercado tradicional |
| Soltero  | 132          | 68                  |
| Casado   | 17           | 10                  |
| Unión libre  | 22           | 7                   |
| Divorciado   | 5            | 5                   |
| Viudo  | 202          | 99                  |
| <b>Total</b>   | <b>141</b>   | <b>160</b>          |

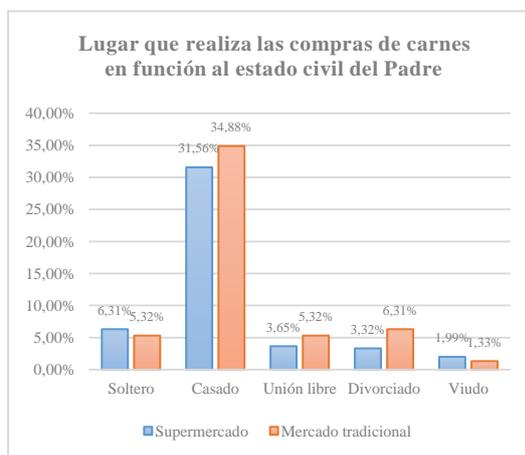
Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 22 - Lugar que realiza las compras de carnes en función al estado civil del Padre T1



Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 23 - Lugar que realiza las compras de carnes en función al estado civil del Padre T2



Fuente: Elaboración Propia

La ingesta de carnes en el ser humano, corresponde a una parte esencial porque aporta con proteínas al organismo, pero al momento de realizar la compra en los diferentes lugares, la sanidad del producto juega un papel fundamental y decisivo para que las personas lo adquieran. De acuerdo al estado civil se puede observar que los casados prefieren el supermercado en un 41,77% y el mercado tradicional el 19,20%, seguido por los solteros su preferencia se inclinan por el mercado tradicional con el 8,23% y el 4,32 en el supermercado.

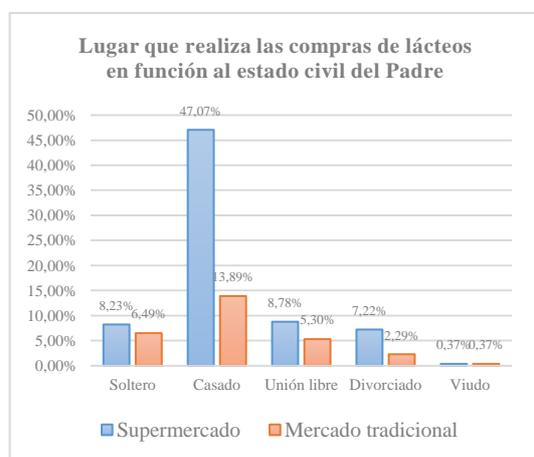
La ingesta de carnes en el ser humano, corresponde a una parte esencial porque aporta con proteínas al organismo, pero al momento de realizar la compra en los diferentes lugares, la sanidad del producto juega un papel fundamental y decisivo para que las personas lo adquieran. De acuerdo al estado civil se puede observar que los casados prefieren el mercado tradicional en un 34,88% y el supermercado el 31,56%, seguido por los solteros su preferencia se inclinan por el supermercado con el 6,31% y el 5,32% en el mercado tradicional.

Tabla 25 - Lugar que realiza las compras de lácteos en función al estado civil del Padre T1

| Lugar que realiza las compras de lácteos en función al estado civil del Padre |              |                     |
|---|--------------|---------------------|
| Estado Civil  | Supermercado | Mercado tradicional |
| Soltero   | 90           | 71                  |
| Casado  | 515          | 152                 |
| Unión libre   | 96           | 58                  |
| Divorciado  | 79           | 25                  |
| Viudo   | 4            | 4                   |
| <b>Total</b>  | <b>784</b>   | <b>310</b>          |

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 24 - Lugar que realiza las compras de lácteos en función al estado civil del Padre T1



Fuente: Elaboración Propia

Al momento en que las familias compran los lácteos a manera general todos eligen hacer sus compras en el supermercado.

Los casados prefieren en un 47,07% el supermercado y el 13,89% en el mercado tradicional.

Por otra parte en unión libre el 8,78% se inclinan por el supermercado y el 5,30% en el mercado tradicional.

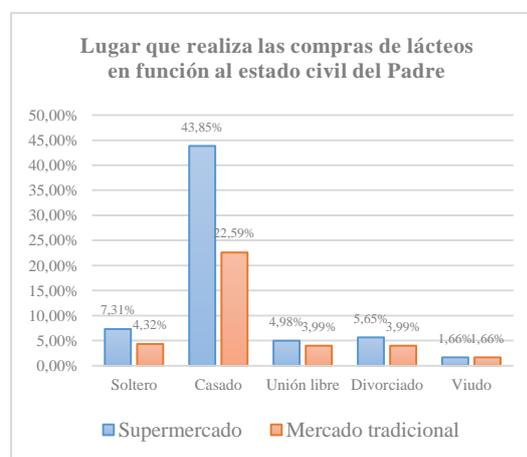
Según el estado civil como soltero y divorciado, tienen el mismo comportamiento de compra con porcentajes similares.

Tabla 26 - Lugar que realiza las compras de lácteos en función al estado civil del Padre T2

| Lugar que realiza las compras de lácteos en función al estado civil del Padre |              |                     |
|---|--------------|---------------------|
| Estado Civil  | Supermercado | Mercado tradicional |
| Soltero   | 22           | 13                  |
| Casado  | 132          | 68                  |
| Unión libre   | 15           | 12                  |
| Divorciado  | 17           | 12                  |
| Viudo   | 5            | 5                   |
| <b>Total</b>  | <b>191</b>   | <b>110</b>          |

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 25 - Lugar que realiza las compras de lácteos en función al estado civil del Padre T2



Fuente: Elaboración Propia

Al momento en que las familias compran los lácteos a manera general todos eligen hacer sus compras en el supermercado.

Los casados prefieren en un 43,85% el supermercado y el 22,59% en el mercado tradicional.

Por otra parte los solteros el 7,31% se inclinan por el supermercado y el 4,32% en el mercado tradicional.

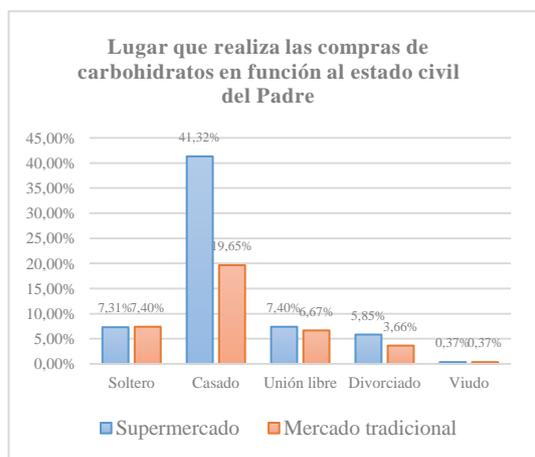
Según el estado civil como unión libre, divorciado y viudos tienen el mismo comportamiento de compra con porcentajes similares.

Tabla 27 - Lugar que realiza las compras de carbohidratos en función al estado civil del Padre T1

| Lugar que realiza las compras de carbohidratos en función al estado civil del Padre |              |                     |
|---|--------------|---------------------|
| Estado Civil  | Supermercado | Mercado tradicional |
| Soltero   | 80           | 81                  |
| Casado  | 452          | 215                 |
| Unión libre   | 81           | 73                  |
| Divorciado  | 64           | 40                  |
| Viudo   | 4            | 4                   |
| <b>Total</b>  | <b>681</b>   | <b>413</b>          |

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 26 - Lugar que realiza las compras de carbohidratos en función al estado civil del Padre T1



Fuente: Elaboración Propia

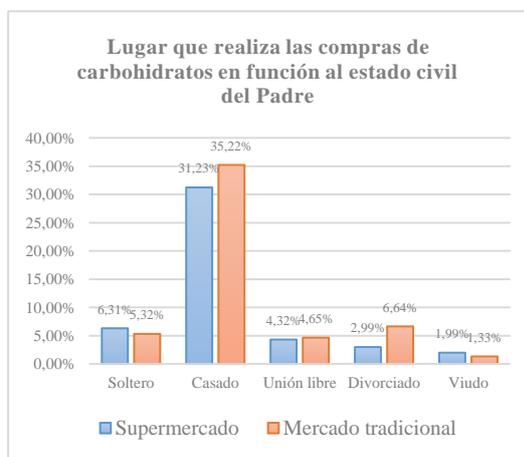
En cuanto a los carbohidratos también se tomará en cuenta la preferencia de compra que eligen los padres de familia en función del estado civil, en este caso los casados se inclinan en un 41,32% en el supermercado, mientras que 31,23% en el mercado tradicional. Según por unión libre el 7,40% realizan sus compras de carbohidrato en los supermercados mientras que el 6,67% en mercado tradicional. Por otro lado los solteros en esta ocasión prefieren el mercado tradicional en un 7,31% y el supermercado con el 7,40%.

Tabla 28 - Lugar que realiza las compras de carbohidratos en función al estado civil del Padre T2

| Lugar que realiza las compras de carbohidratos en función al estado civil del Padre |              |                     |
|---|--------------|---------------------|
| Estado Civil  | Supermercado | Mercado tradicional |
| Soltero   | 19           | 16                  |
| Casado  | 94           | 106                 |
| Unión libre   | 13           | 14                  |
| Divorciado  | 9            | 20                  |
| Viudo   | 6            | 4                   |
| <b>Total</b>  | <b>141</b>   | <b>160</b>          |

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 27 - Lugar que realiza las compras de carbohidratos en función al estado civil del Padre T2



Fuente: Elaboración Propia

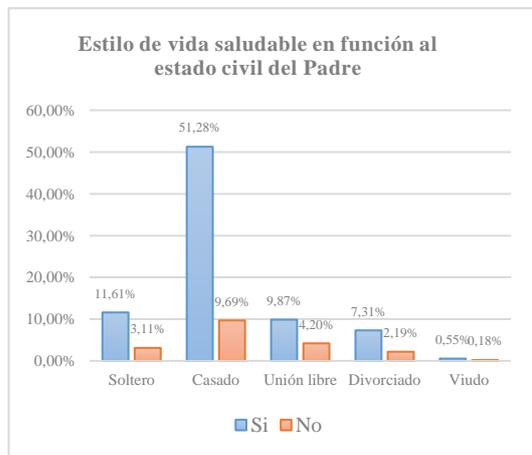
En cuanto a los carbohidratos también se tomará en cuenta la preferencia de compra que eligen los padres de familia en función del estado civil, en este caso los casados se inclinan en un 35,22% en el mercado tradicional mientras que 31,23% en el supermercado. Por otro lado los solteros nuevamente coinciden que prefieren el supermercado en un 6,31% y el mercado tradicional en un 5,32%.

Tabla 29 - Estilo de vida saludable en función al estado civil del Padre T1

| Estilo de vida saludable en función al estado civil del Padre |            |            |
|---|------------|------------|
| Estado Civil  | Si         | No         |
| Soltero   | 127        | 34         |
| Casado  | 561        | 106        |
| Unión libre   | 108        | 46         |
| Divorciado  | 80         | 24         |
| Viudo   | 6          | 2          |
| <b>Total</b>  | <b>882</b> | <b>212</b> |

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 28 - Estilo de vida saludable en función al estado civil del Padre T1



Fuente: Elaboración Propia

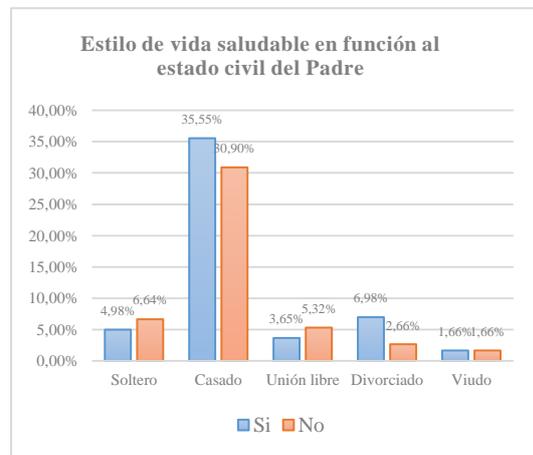
El estilo de vida se refiere al conjunto de actividades que realiza el ser humano para mantenerse saludables, en el gráfico se analiza de acuerdo al estado civil, por lo tanto los casados consideran tener un estilo de vida saludable en un 51,28% mientras que el 9,60% no. En cuanto a los solteros el 11,61% si llevan una vida saludable mientras que el 3,11% sí. De acuerdo a los de unión libre el 9,87% dicen que sí y el 4,20% no. Un dato importante que se puede observar es que los divorciados se cuidan más en este aspecto porque tienen una respuesta del 7,31% en este aspecto saludable mientras que el 2,19% no.

Tabla 30 - Estilo de vida saludable en función al estado civil del Padre T2

| Estilo de vida saludable en función al estado civil del Padre |            |            |
|---|------------|------------|
| Estado Civil  | Si         | No         |
| Soltero   | 15         | 20         |
| Casado  | 107        | 93         |
| Unión libre   | 11         | 16         |
| Divorciado  | 21         | 8          |
| Viudo   | 5          | 5          |
| <b>Total</b>  | <b>159</b> | <b>142</b> |

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 29 - Estilo de vida saludable en función al estado civil del Padre T2



Fuente: Elaboración Propia

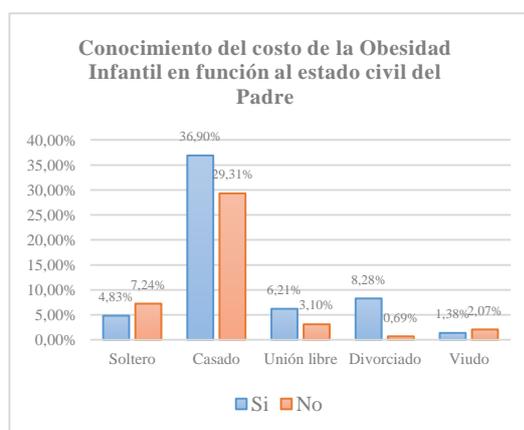
El estilo de vida se refiere al conjunto de actividades que realiza el ser humano para mantenerse saludables, en el gráfico se analiza de acuerdo al estado civil, por lo tanto los casados consideran tener un estilo de vida saludable en un 35,55% mientras que el 30,90% no. En cuanto a los solteros el 6,64% según su perspectiva no llevan una vida saludable mientras que el 4,98% sí. Un dato importante que se puede observar es que los divorciados se cuidan más en este aspecto porque tienen una respuesta mayor con un 6,98% en este aspecto saludable mientras que el 2,66% no.

Tabla 31 - Conocimiento del costo de la Obesidad Infantil en función al estado civil del Padre

| Conocimiento del costo de la Obesidad Infantil en función al estado civil del Padre |            |            |
|---|------------|------------|
| Estado Civil  | Si         | No         |
| Soltero   | 14         | 21         |
| Casado  | 107        | 85         |
| Unión libre   | 18         | 9          |
| Divorciado  | 24         | 2          |
| Viudo   | 4          | 6          |
| <b>Total</b>  | <b>167</b> | <b>123</b> |

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 30- Conocimiento del costo de la Obesidad Infantil en función al estado civil del Padre



Fuente: Elaboración Propia

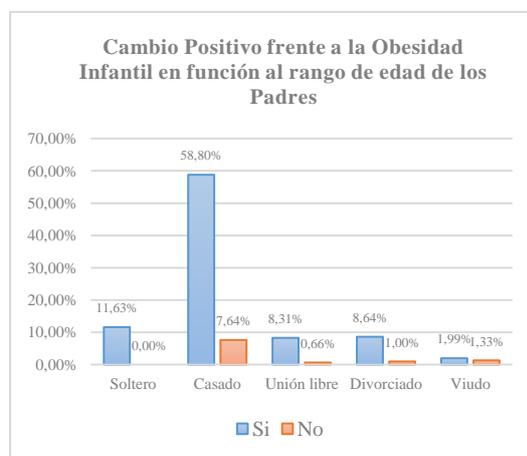
De acuerdo al conocimiento del costo de la obesidad en función del estado civil de los padres de familia se obtiene un dato importante porque de acuerdo al estado civil los casados conocen de los gastos que incurren dicha enfermedad en un 36,90% y el , seguido por los divorciados que ellos tienen una respuesta afirmativa en un 8,28% mientras que el 0,69 desconoce. En tanto que de unión libre saben en un 6,21% y el 3,10% no, por otra parte los solteros desconocen en un 7,24% y por el contrario el 4,83% si saben.

Tabla 32- Cambio Positivo frente a la Obesidad Infantil en función al rango de edad de los Padres

| Cambio Positivo frente a la Obesidad Infantil en función al rango de edad de los Padres |            |           |
|---|------------|-----------|
| Estado Civil  | Si         | No        |
| Soltero   | 35         | 0         |
| Casado  | 177        | 23        |
| Unión libre   | 25         | 2         |
| Divorciado  | 26         | 3         |
| Viudo   | 6          | 4         |
| <b>Total</b>  | <b>269</b> | <b>32</b> |

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 31 - Cambio Positivo frente a la Obesidad Infantil en función al rango de edad de los Padres



Fuente: Elaboración Propia

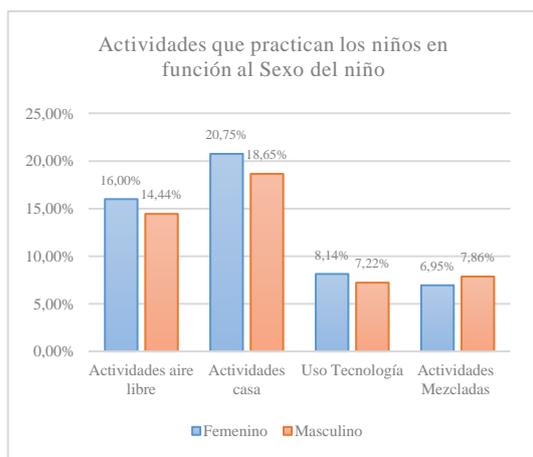
Para generar un cambio positivo en la vida de los niños se necesita esencialmente la ayuda de los papás, a simple vista en el gráfico realizado se puede observar que el 58,80 de los casados si están dispuestos a ayudarles a sus hijos mientras que el 7,64% no. En cuento a los solteros el 11,63% están totalmente dispuestos a realizar el cambio, seguido por los divorciados que se encuentran en un porcentaje del 8,64% y no el 1%.

Tabla 33 - Actividades que practican los niños en función al Sexo del niño T1

| Actividades que practican los niños en función al Sexo del niño |                        |                  |                |                       |
|---|------------------------|------------------|----------------|-----------------------|
| Sexo niño   | Actividades aire libre | Actividades casa | Uso Tecnología | Actividades Mezcladas |
| Femenino  | 175                    | 227              | 89             | 76                    |
| Masculino   | 158                    | 204              | 79             | 86                    |
| <b>Total</b>  | <b>333</b>             | <b>431</b>       | <b>168</b>     | <b>162</b>            |

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 32 - Actividades que practican los niños en función al Sexo del niño T1



Fuente: Elaboración Propia

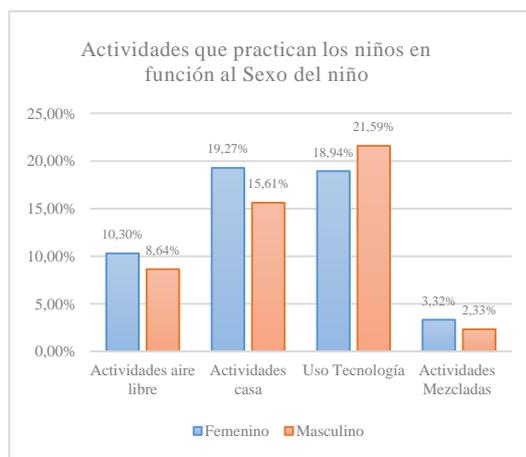
Los niños realizan diferentes tipos de actividades, en este caso se analizará de acuerdo al sexo del niño. En cuanto a las niñas, el indicador con mayor porcentaje están las actividades en casa con el 20,75%, seguido por las actividades al aire libre con el 16%, uso de tecnología el 8,14% y por último actividades mezcladas 6,95%. En cuanto a las niñas también tienen el mismo comportamiento, el porcentaje que prevalece es el 1% en actividades en casa, seguido por actividades al aire libre.

Tabla 34 - Actividades que practican los niños en función al Sexo del niño T2

| Actividades que practican los niños en función al Sexo del niño |                        |                  |                |                       |
|---|------------------------|------------------|----------------|-----------------------|
| Sexo niño   | Actividades aire libre | Actividades casa | Uso Tecnología | Actividades Mezcladas |
| Femenino  | 31                     | 58               | 57             | 10                    |
| Masculino   | 26                     | 47               | 65             | 7                     |
| <b>Total</b>  | <b>57</b>              | <b>105</b>       | <b>122</b>     | <b>17</b>             |

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 33 - Actividades que practican los niños en función al Sexo del niño T2



Fuente: Elaboración Propia

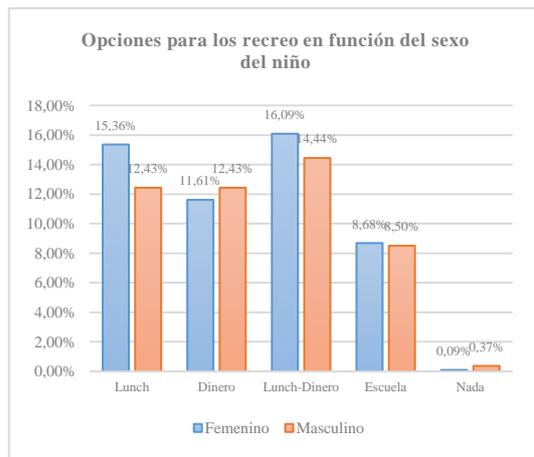
Los niños realizan diferentes tipos de actividades, en este caso se analizará de acuerdo al sexo del niño. En cuanto a los niños el indicador con mayor porcentaje está el uso de tecnología con 21,59% seguido por las actividades en casa el 15,61%, actividades al aire libre el 8,64% y para finalizar actividades mezcladas 2,33%. En cuanto a las niñas el uso de tecnología prevalece en un 21,59%, seguido por el 15,61% en actividades en la casa, posteriormente el 8,64% actividades al aire libre y para finalizar el 2,33% actividades mezcladas.

Tabla 35 - Opciones para los recreo en función del sexo del niño T1

| Opciones para los recreo en función del sexo del niño |            |            |              |            |          |
|---|------------|------------|--------------|------------|----------|
| Sexo Niño   | Lunch      | Dinero     | Lunch-Dinero | Escuela    | Nada     |
| Femenino  | 168        | 127        | 176          | 95         | 1        |
| Masculino   | 136        | 136        | 158          | 93         | 4        |
| <b>Total</b>  | <b>304</b> | <b>263</b> | <b>334</b>   | <b>188</b> | <b>5</b> |

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 34 - Opciones para los recreo en función del sexo del niño T1



Fuente: Elaboración Propia

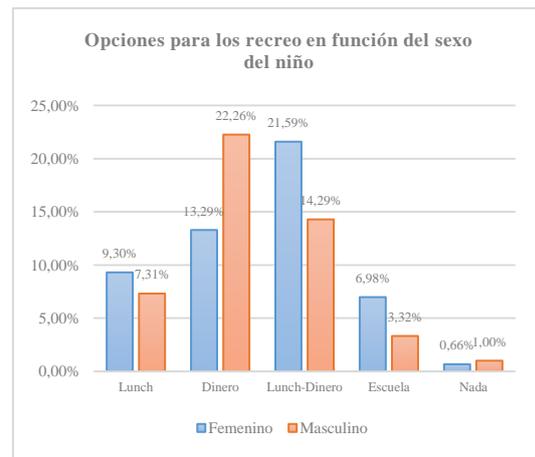
En todas las instituciones educativas existirá un momento de recreación para los niños, en ese lapaso de tiempo pueden realizar diferentes actividades, entre ellas y la principal es un espacio en donde ellos pueden ingerir cualquier tipo de alimentos. Se evalúan las difentetes opciones que los padres de familia escogen para sus hijos de acuerdo al sexo, tomando en cuenta que estos porcentajes en la base de datos sin obesidad son similares. En cuanto a los niños el mayor porcentaje se encuentra en lunch-dinero con el 14,44%, seguido por dinero con el 12,43% sin embargo el lunch tienen el mismo indicador, el 8,50% los niños se alimentan de los refrigerios que las escuelas les proporcionan. En cuanto a las niñas la opción más relevante es lunch-dinero con 16,09% posteriormente con el 15,36% corresponde al lunch, el 11,61% es dinero y para finalizar el 868% es que se alimentan en las diferentes instituciones.

Tabla 36 - Opciones para los recreo en función del sexo del niño T2

| Opciones para los recreo en función del sexo del niño |           |            |              |           |          |
|---|-----------|------------|--------------|-----------|----------|
| Sexo Niño   | Lunch     | Dinero     | Lunch-Dinero | Escuela   | Nada     |
| Femenino  | 28        | 40         | 65           | 21        | 2        |
| Masculino   | 22        | 67         | 43           | 10        | 3        |
| <b>Total</b>  | <b>50</b> | <b>107</b> | <b>108</b>   | <b>31</b> | <b>5</b> |

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 35 - Opciones para los recreo en función del sexo del niño T2



Fuente: Elaboración Propia

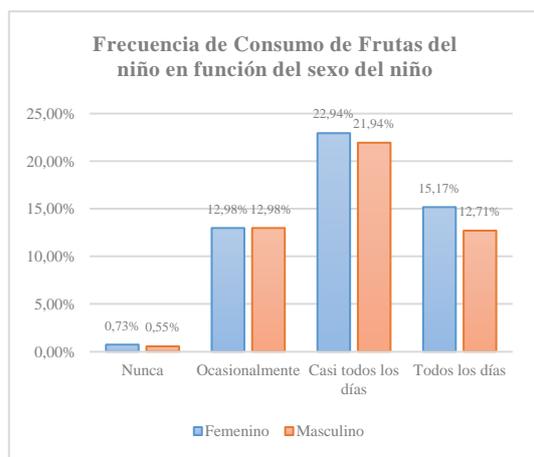
En todas las instituciones educativas existirá un momento de recreación para los niños, en ese lapaso de tiempo pueden realizar diferentes actividades, entre ellas y la principal es un espacio en donde ellos pueden ingerir cualquier tipo de alimentos. Se evalúan las difentetes opciones que los padres de familia escogen para sus hijos de acuerdo al sexo. En cuanto a los niños el 22,26% reciben dinero, el 14,29% es una mezcla entre un lunch o dinero, seguido por un lunch enviado desde casa con un 7,31%. Por otra parte, en las niñas la opción más relevante es lunch-dinero con un 21,59% posteriormente con el 13,29% corresponde a dinero, el 9,30% es un lunch desde casa y un porcentaje pequeño del 6,98% es que se alimentan en las diferentes instituciones.

Tabla 37 - Frecuencia de Consumo de Frutas del niño en función del sexo del niño T1

| Frecuencia de Consumo de Frutas del niño en función del sexo del niño |           |                |                     |                |
|---|-----------|----------------|---------------------|----------------|
| Sexo Niño   | Nunca     | Ocasionalmente | Casi todos los días | Todos los días |
| Femenino  | 8         | 142            | 251                 | 166            |
| Masculino   | 6         | 142            | 240                 | 139            |
| <b>Total</b>  | <b>14</b> | <b>284</b>     | <b>491</b>          | <b>305</b>     |

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 36 - Frecuencia de Consumo de Frutas del niño en función del sexo del niño T1



Fuente: Elaboración Propia

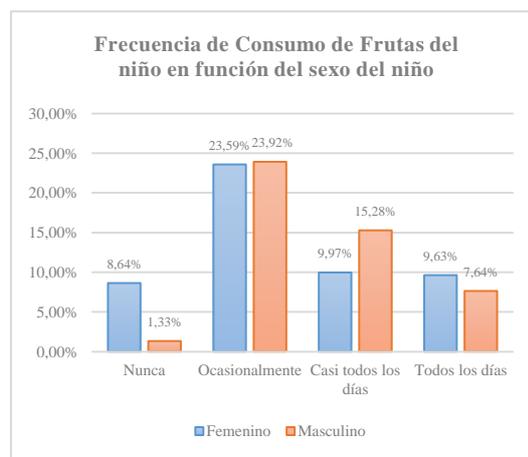
La ingesta de frutas aporta con grandes beneficios para el ser humano como fibra alimentaria, vitaminas, minerales y es esencial dentro de la alimentación cotidiana. De acuerdo a los resultados obtenidos se tiene que los niños ingieren frutas casi todos los días en un 21,94% seguido por el 12,98% ocasionalmente, con una pequeña diferencia le sigue todos los días en un 12,71% y para finalizar 0,55% nunca. Por otro lado en el caso de las mujeres el mayor porcentaje recae en la opción casi todos los días en un 22,94% seguido por todos los días con 15,17% sin embargo en ocasionalmente tiene 12,98% y para finalizar el 0,77% nunca.

Tabla 38 - Frecuencia de Consumo de Frutas del niño en función del sexo del niño T2

| Frecuencia de Consumo de Frutas del niño en función del sexo del niño |           |                |                     |                |
|---|-----------|----------------|---------------------|----------------|
| Sexo Niño   | Nunca     | Ocasionalmente | Casi todos los días | Todos los días |
| Femenino  | 26        | 71             | 30                  | 29             |
| Masculino   | 4         | 72             | 46                  | 23             |
| <b>Total</b>  | <b>30</b> | <b>143</b>     | <b>76</b>           | <b>52</b>      |

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 37 - Frecuencia de Consumo de Frutas del niño en función del sexo del niño T2



Fuente: Elaboración Propia

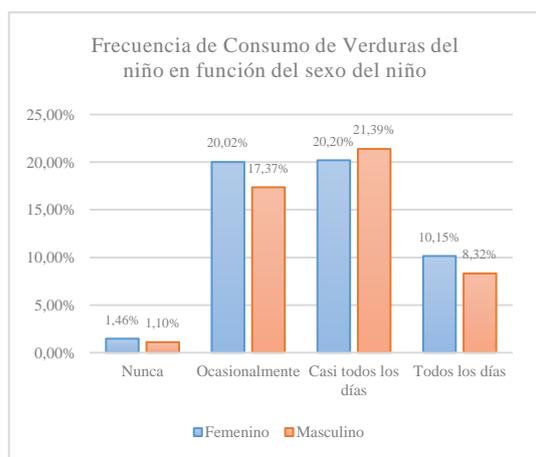
La ingesta de frutas aporta con grandes beneficios para el ser humano como fibra alimentaria, vitaminas, minerales y es esencial dentro de la alimentación cotidiana. De acuerdo a los resultados obtenidos se tiene que los niños ingieren frutas ocasionalmente en un 23,92% seguido por el 15,82% casi todos los días, durante todos los días se obtuvo el 24% y para finalizar 1,33% nunca. Por otro lado en el caso de las mujeres el mayor porcentaje recae en la opción ocasionalmente con el 23,59% seguido por casi todos los días con 9,97% , posteriormente todos los días con 9,63% y para finalizar el 8,64% nunca.

Tabla 39 - Frecuencia de Consumo de Verduras del niño en función del sexo del niño T1

| Frecuencia de Consumo de Verduras del niño en función del sexo del niño |           |                |                     |                |
|---|-----------|----------------|---------------------|----------------|
| Sexo Niño   | Nunca     | Ocasionalmente | Casi todos los días | Todos los días |
| Femenino  | 16        | 219            | 221                 | 111            |
| Masculino   | 12        | 190            | 234                 | 91             |
| <b>Total</b>  | <b>28</b> | <b>409</b>     | <b>455</b>          | <b>202</b>     |

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 38 - Frecuencia de Consumo de Verduras del niño en función del sexo del niño T1



Fuente: Elaboración Propia

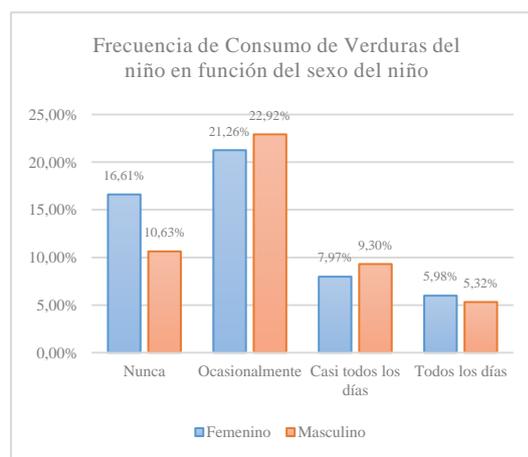
La ingesta de verduras aportan una diversidad de beneficios para la salud, entre ellas es una fuente de vitaminas esenciales para los seres humanos, en la encuesta realizada se determina la frecuencia de consumo de verduras del niño en función del sexo del niño. Como por ejemplo las niñas ingieren verduras casi todos los días en un 20,20%, seguido por el ocasionalmente con 20,02%, todos los días corresponde al 10,15% y nunca 1,46%. Por otra parte se tiene el caso de las niños, ellos ingieren verduras casi todos los días en un 21,39%, seguido por el ocasionalmente con un porcentaje de 17,37%. Todos los días con el 8,32% para finalizar el nunca es de 1,10%.

Tabla 40 - Frecuencia de Consumo de Verduras del niño en función del sexo del niño T2

| Frecuencia de Consumo de Verduras del niño en función del sexo del niño |           |                |                     |                |
|---|-----------|----------------|---------------------|----------------|
| Sexo Niño   | Nunca     | Ocasionalmente | Casi todos los días | Todos los días |
| Femenino  | 50        | 64             | 24                  | 18             |
| Masculino   | 32        | 69             | 28                  | 16             |
| <b>Total</b>  | <b>82</b> | <b>133</b>     | <b>52</b>           | <b>34</b>      |

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 39 - Frecuencia de Consumo de Verduras del niño en función del sexo del niño T2



Fuente: Elaboración Propia

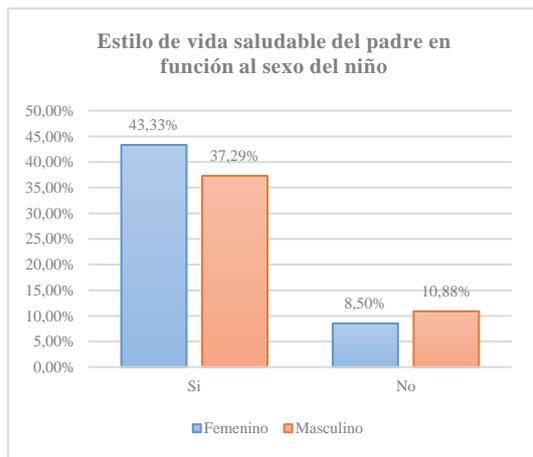
La ingesta de verduras aportan una diversidad de beneficios para la salud, entre ellas es una fuente de vitaminas esenciales para los seres humanos, en la encuesta realizada se determina la frecuencia de consumo de verduras del niño en función del sexo del niño. Como por ejemplo el sexo femenino ingieren verduras ocasionalmente en un 21,26%, seguido por el nunca con 16,61%, casi todos los días corresponde al 7,97% y todos los días un 5,98%. Por otra parte se tiene el caso de las niños, ellos ingieren verduras ocasionalmente en un 22,92%, seguido por el nunca con un porcentaje de 10,63% con una diferencia muy corta está casi todos los días con el 9,30% para todos los días con 5,32%.

Tabla 41 - Estilo de vida saludable del padre en función al sexo del niño T1

| Estilo de vida saludable del padre en función al sexo del niño |            |            |
|--|------------|------------|
| Sexo Niño  | Si         | No         |
| Femenino   | 474        | 93         |
| Masculino  | 408        | 119        |
| <b>Total</b>   | <b>882</b> | <b>212</b> |

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 40 - Estilo de vida saludable del padre en función al sexo del niño T1



Fuente: Elaboración Propia

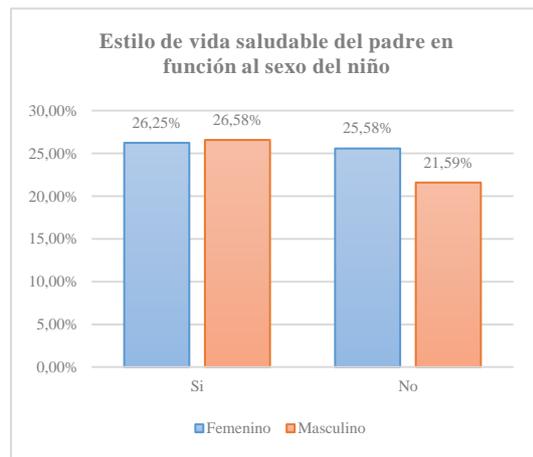
Según las evidencias encontradas también se pudo obtener que si los padres de familia llevan un estilo de vida saludable en función al sexo del niño y con respecto a las niñas, tanto papá como mamá consideran que si tienen una vida saludable en un 43,33% y no un 8,50%, sin embargo en el caso masculino sus padres llevan una vida saludable 37,29% y no un 10,88%.

Tabla 42 - Estilo de vida saludable del padre en función al sexo del niño T2

| Estilo de vida saludable del padre en función al sexo del niño |            |            |
|--|------------|------------|
| Sexo Niño  | Si         | No         |
| Femenino   | 79         | 77         |
| Masculino  | 80         | 65         |
| <b>Total</b>   | <b>159</b> | <b>142</b> |

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 41 - Estilo de vida saludable del padre en función al sexo del niño T2



Fuente: Elaboración Propia

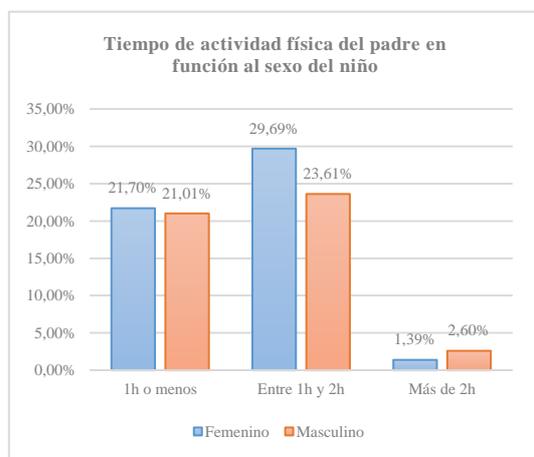
Según las evidencias encontradas también se pudo obtener que si los padres de familia llevan un estilo de vida saludable en función al sexo del niño y con respecto a los niños, tanto papá como mamá consideran que si tienen una vida saludable en un 26,58% y no un 21,59%, sin embargo en el caso femenino sus padres llevan una vida saludable 26,25% y no un 25,58%.

Tabla 43 - Tiempo de actividad física del padre en función al sexo del niño T1

| Tiempo de actividad física del padre en función al sexo del niño |            |               |           |
|--|------------|---------------|-----------|
| Sexo Niño  | 1h o menos | Entre 1h y 2h | Más de 2h |
| Femenino   | 125        | 171           | 8         |
| Masculino  | 121        | 136           | 15        |
| <b>Total</b>   | <b>246</b> | <b>307</b>    | <b>23</b> |

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 42 - Tiempo de actividad física del padre en función al sexo del niño T1



Fuente: Elaboración Propia

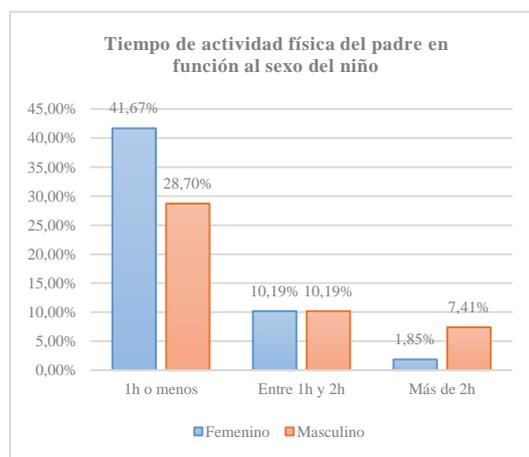
Los padres de familia con respecto al sexo de sus hijos también realizan algún tipo de deporte entonces es interesante descubrir el tiempo que emplean en su entrenamiento físico, por ejemplo con respecto a los padres de las niñas el 29,69% hacen entre una hora a dos, de acuerdo al rango de 1 hora o menos es el 21,70% y más de dos horas el 1,39%. Por su parte los padres de niños emplean el 23,61% entre hora a dos, entre 1 hora o menos es el 21,01% y más de dos horas es el 2,60%

Tabla 44 - Tiempo de actividad física del padre en función al sexo del niño T2

| Tiempo de actividad física del padre en función al sexo del niño |            |               |           |
|--|------------|---------------|-----------|
| Sexo Niño  | 1h o menos | Entre 1h y 2h | Más de 2h |
| Femenino   | 45         | 11            | 2         |
| Masculino  | 31         | 11            | 8         |
| <b>Total</b>   | <b>76</b>  | <b>22</b>     | <b>10</b> |

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 43 - Tiempo de actividad física del padre en función al sexo del niño T2



Fuente: Elaboración Propia

Los padres de familia con respecto al sexo de sus hijos también realizan algún tipo de deporte entonces es interesante descubrir el tiempo que emplean en su entrenamiento físico, por ejemplo con respecto a los padres de las niñas el 41,67% hacen entre una hora o menos, de acuerdo al rango de 1 hora y 2 horas es el 10,19% y más de dos horas el 1,85%. Por su parte los padres de niños emplean el 28,70% una hora o menos, entre 1 hora y 2 es el 10,19% y más de dos horas es el 7,41%.

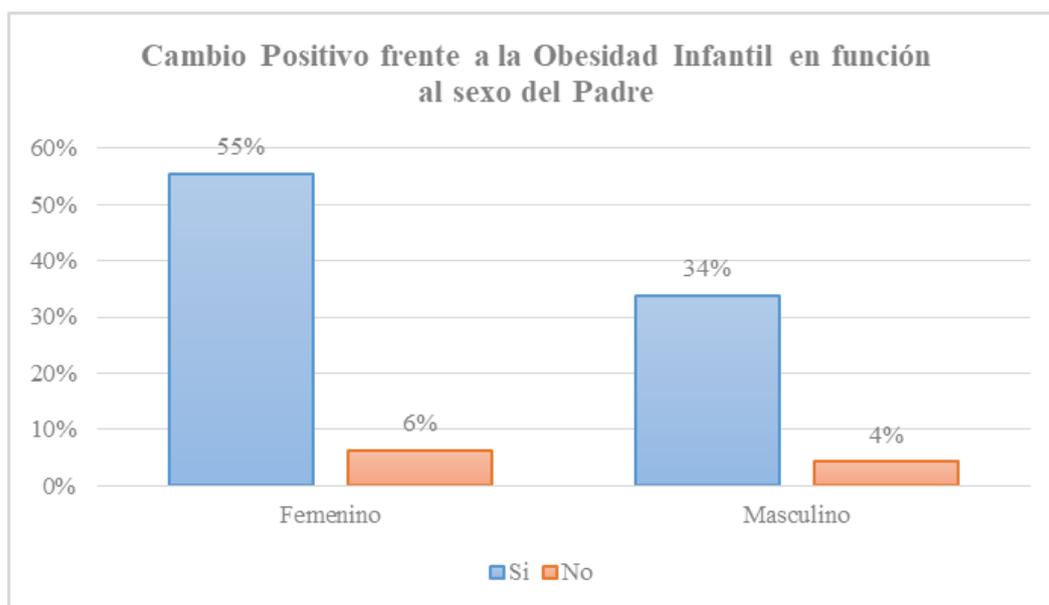
El siguiente análisis fue aplicado únicamente a la Tipología 2 debido a que estas preguntas están orientadas a padres de familia que tienen hijos con obesidad infantil.

Tabla 45 - Cambio Positivo frente a la Obesidad Infantil en función al sexo del Padre

| Cambio Positivo frente a la Obesidad Infantil en función al sexo del Padre |            |           |
|--|------------|-----------|
| Sexo Padre   | Si         | No        |
| Femenino   | 167        | 19        |
| Masculino  | 102        | 13        |
| <b>Total</b>   | <b>269</b> | <b>32</b> |

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 44 - Cambio Positivo frente a la Obesidad Infantil en función al sexo del Padre



Fuente: Elaboración Propia

Según los resultados de la investigación de los niños con obesidad se obtuvo que el 55% del sexo femenino (mamá) si estarían dispuestas a realizar un cambio frente a la enfermedad que tienen sus hijos, pero por otro lado el 6% no estarían dispuestas.

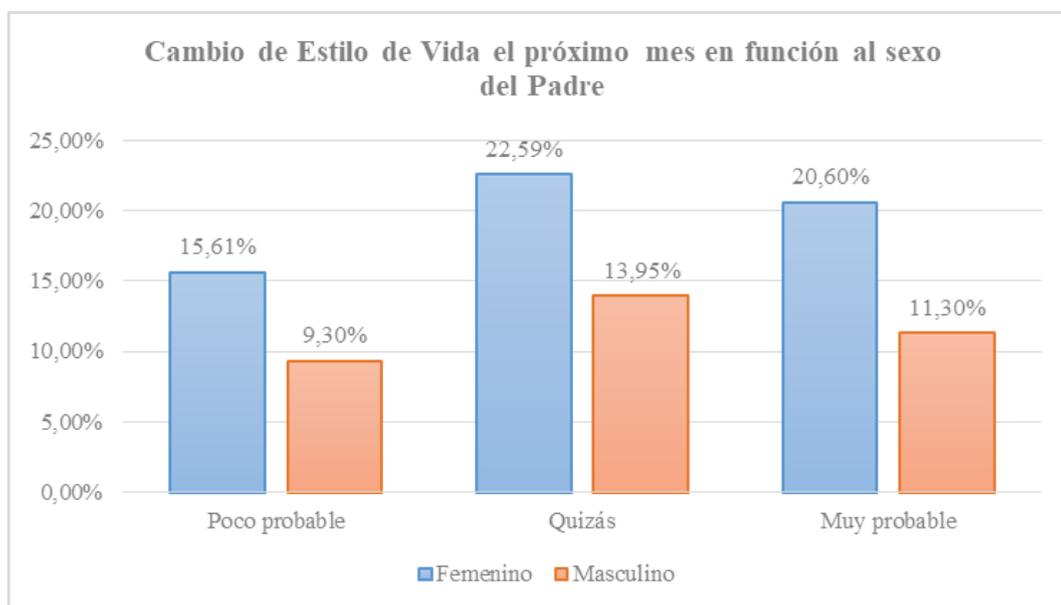
En cuanto a los papás el 34% si están prestos para el cambio, mientras que el 4% no. En resumen el 89% de ambos sexos están dispuestos a ayudar a sus hijos.

Tabla 46 - Cambio de Estilo de Vida el próximo mes en función al sexo del Padre

| Cambio de Estilo de Vida el próximo mes en función al sexo del Padre |               |            |              |
|--|---------------|------------|--------------|
| Sexo Padre   | Poco probable | Quizás     | Muy probable |
| Femenino   | 47            | 68         | 62           |
| Masculino  | 28            | 42         | 34           |
| <b>Total</b>   | <b>75</b>     | <b>110</b> | <b>96</b>    |

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 45 - Cambio de Estilo de Vida el próximo mes en función al sexo del Padre



Fuente: Elaboración Propia

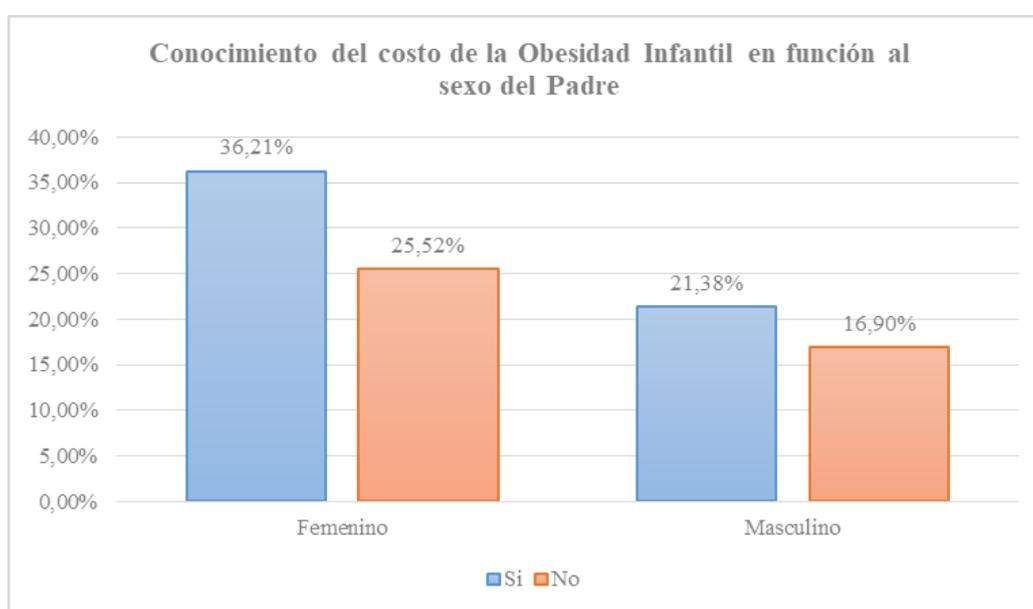
Para poder realizar un cambio en el diario vivir se debe incurrir en un aspecto fundamental que es el estilo de vida de padres de familia, para que se pueda reflejar también en la de sus hijos. Por lo tanto, el indicador que mayor incidencia tuvo en ambos sexos fue el “quizás” con un 22,59% femenino y un 13,95% masculino.

Tabla 47 - Conocimiento de la Obesidad Infantil en función al sexo del Padre

| Conocimiento del costo de la Obesidad Infantil en función al sexo del Padre |            |            |
|---|------------|------------|
| Sexo Padre  | Si         | No         |
| Femenino  | 105        | 74         |
| Masculino   | 62         | 49         |
| <b>Total</b>  | <b>167</b> | <b>123</b> |

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 46 - Conocimiento de la Obesidad Infantil en función al sexo del Padre



Fuente: Elaboración Propia

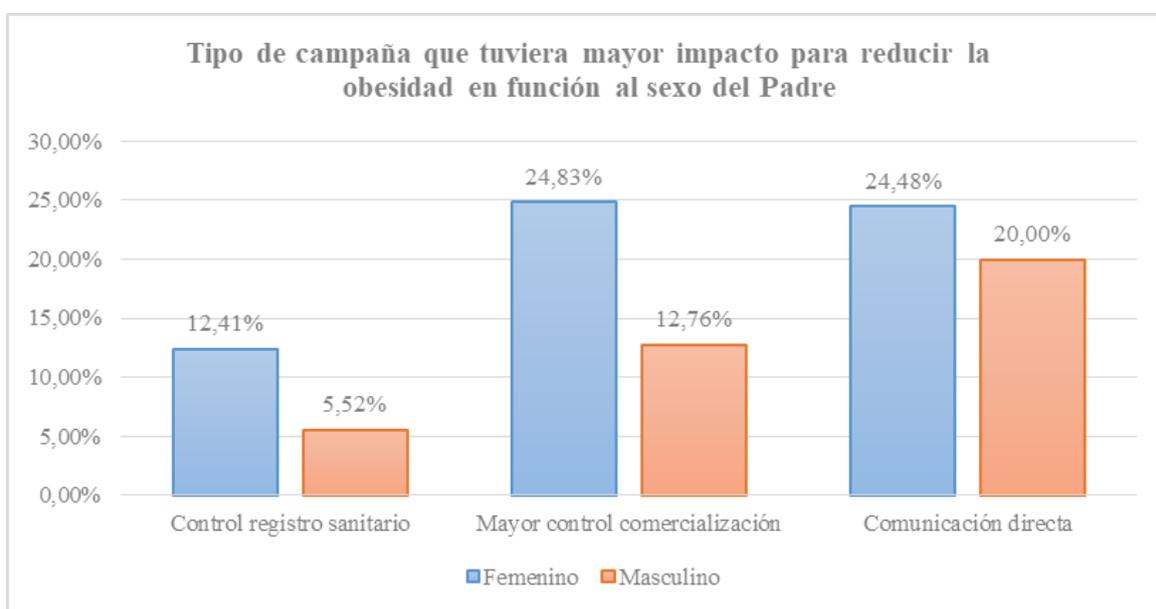
En cualquier tipo de enfermedad siempre se incurre con gastos adicionales para los diversos tratamientos, consultas, etc., que el paciente pueda generar. En este caso se realizó una pregunta para saber si los padres de familia tienen conocimiento acerca de los costos que puede generar la obesidad infantil y se obtuvo que el 36,21% del sexo femenino lo sabe y el 25,52% no lo sabe. Por otra parte en cuanto al sexo masculino el 21,38% tiene conocimiento de los gastos y el 16,90 no lo sabe.

Tabla 48 - Tipo de campaña que tuviera mayor impacto para reducir la obesidad en función al sexo del Padre

| Tipo de campaña que tuviera mayor impacto para reducir la obesidad en función al sexo del Padre |                            |                                |                      |
|---|----------------------------|--------------------------------|----------------------|
| Sexo Padre  | Control registro sanitario | Mayor control comercialización | Comunicación directa |
| Femenino  | 36                         | 72                             | 71                   |
| Masculino   | 16                         | 37                             | 58                   |
| <b>Total</b>  | <b>52</b>                  | <b>109</b>                     | <b>129</b>           |

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 47 - Tipo de campaña que tuviera mayor impacto para reducir la obesidad en función al sexo del Padre



Fuente: Elaboración Propia

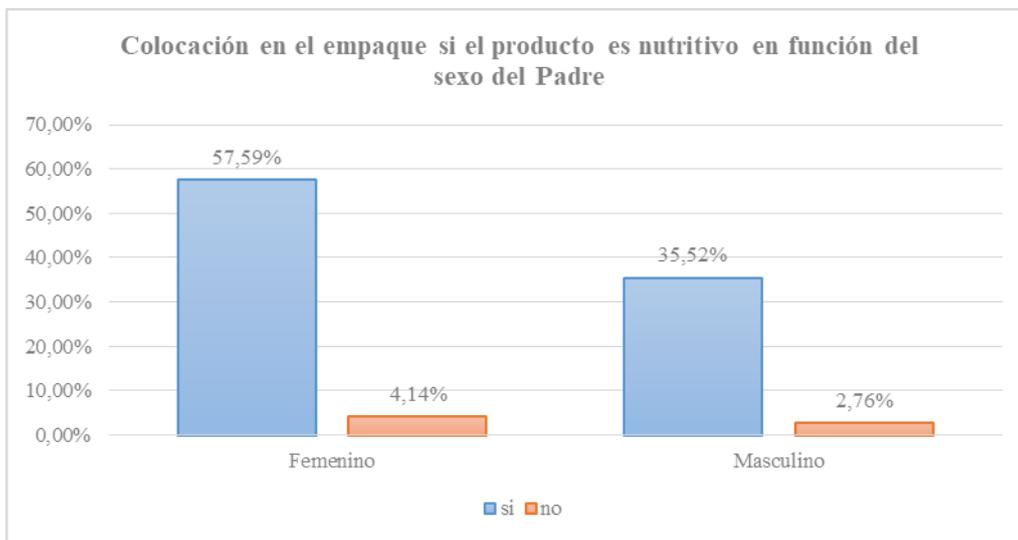
Para poder generar una campaña que tenga más impacto para reducir la obesidad en función al sexo del padre de familia el 24,83% del sexo femenino y el 12,76% prefiere un mayor control en la comercialización por otro lado y con porcentaje muy aproximado eligen una comunicación directa, el 24,48 pertenece al sexo femenino y el 20% al sexo masculino.

Tabla 49 - Colocación en el empaque si es nutritivo en función del sexo del padre

| Colocación en el empaque si el producto es nutritivo en función del sexo del Padre |            |           |
|--|------------|-----------|
| Sexo Padre   | Si         | No        |
| Femenino   | 167        | 12        |
| Masculino  | 103        | 8         |
| <b>Total</b>   | <b>270</b> | <b>20</b> |

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 48 - Colocación en el empaque si es nutritivo en función del sexo del padre



Fuente: Elaboración Propia

La colocación en los empaques si el producto es nutritivo es favorable tanto para los padres de familia como los niños, por lo tanto el 57,59% del sexo femenino si le ve útil mientras que el 4,14% no.

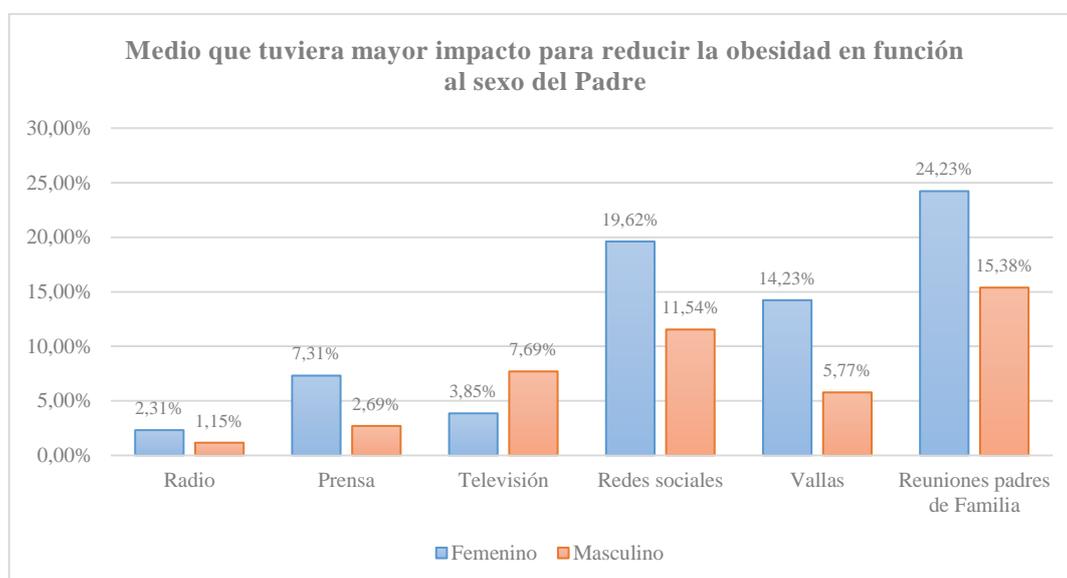
Por otro lado el sexo masculino el 35,52% si ven que el que el empaque le sirve para cierta distinción del producto y el 2,76% dice no.

Tabla 50 - Medio que tuviera mayor impacto para reducir la obesidad en función al sexo del Padre

| Medio que tuviera mayor impacto para reducir la obesidad en función al sexo del Padre |          |           |            |                |           |                             |
|---|----------|-----------|------------|----------------|-----------|-----------------------------|
| Sexo Padre  | Radio    | Prensa    | Televisión | Redes sociales | Vallas    | Reuniones padres de Familia |
| Femenino  | 6        | 19        | 10         | 51             | 37        | 63                          |
| Masculino   | 3        | 7         | 20         | 30             | 15        | 40                          |
| <b>Total</b>  | <b>9</b> | <b>26</b> | <b>30</b>  | <b>81</b>      | <b>52</b> | <b>103</b>                  |

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 49 - Medio que tuviera mayor impacto para reducir la obesidad en función al sexo del Padre



Fuente: Elaboración Propia

Los medios en los cuales se piensa que tendrían mayor impacto son para los padres son en primer lugar las Reuniones con Padres de Familia (24,23%), Redes Sociales (19,62%) y Vallas (14,23%). Con respecto a las madres se mantiene en primer lugar y segundo lugar, las reuniones con padres de familia (15,38%) y redes sociales (11,54%), seguidas por la televisión (7,69%).

### 3.3 Informe Final

Se identificaron 2 tipologías de padres de familia con hijos entre 5 a 11 años, la primera (**Tipología 1**) hace referencia a los padres con hijos que no presentan obesidad infantil y la segunda (**Tipología 2**) los cuales si cuentan con hijos con esta problemática, encontrando los siguientes hallazgos:

La primera variable de análisis es el rango de edad de los padres en donde no existieron variaciones considerables entre los diferentes grupos de edad.

- Los padres de Familia en los diferentes rangos de edad conocen la problemática y causas de la obesidad infantil, sin embargo cabe destacar que en los padres que presentan hijos con este problema tienen mayor conocimiento.
- Es importante destacar que en la práctica de deportes en los niños existe una amplia diferencia, en donde la Tipología 1 existe una mayoría absoluta que si practica deportes frente a la Tipología 2 en la cual la mitad no practica ninguna. Además las actividades más relevantes que hacen los niños de la Tipología 1 son actividades en casa y al aire libre en cambio en la tipología 2 son el uso de tecnología.
- La persona que cocina mayoritariamente en ambas tipologías son las madres de familia.

La segunda variable de análisis es el estado civil de los padres de familia en donde existieron variaciones mínimas pero que se deben considerar.

- Las compras de verduras están equilibradas entre Supermercado y Mercado Tradicional, sin embargo en los diferentes estados civiles existen variaciones entre tipologías como es en el caso de Soltero, en donde la Tipología 2 compra más en supermercado y en la Tipología 1 en el mercado tradicional; así mismo en el estado civil Casado la situación se invierte siendo en la Tipología 1 el lugar de compra es el mercado y en la Tipología 2 en supermercado.

- La variación de compra de frutas es mínima entre tipologías de familias dando una preferencia mayor al mercado tradicional, teniendo como diferencia fundamental que las personas casadas en la tipología 2 compran en el mercado tradicional y en la tipología 1 en el supermercado.
- Con respecto a la compra de carnes se nota una preferencia a los Supermercados en ambas tipologías, sin embargo en el estado civil casado existe una variación en la Tipología 2 en donde se da una preferencia al mercado tradicional y en la Tipología 1 al supermercado.
- Para la compra de lácteos se da una preferencia al supermercado entre tipologías y estados civiles.
- En la compra de carbohidratos existen diferencia entre las tipologías en la primera se da una preferencia por el supermercados y en la segunda por el mercado tradicional.
- El estado de vida saludable en la tipología 1 es favorable en todos los estados civiles, teniendo una mayoría absoluta el estado civil soltero, en cambio en la tipología 2 las diferencias favorables disminuyen notablemente y existen estilos de vida que no son saludables como el Soltero y Unión Libre.

La tercera variable de análisis es el sexo del niño en donde existieron variaciones mínimas con respecto al sexo, sino más bien entre las tipologías.

- Las actividades que realizan los niños son un mayor uso de tecnología en la tipología 1 siendo el sexo Masculino el de preferencia y en la tipología 2 las actividades en casa con mayor preferencia el femenino.
- Con respecto a las opciones que dan los padres para el recreo de sus hijos en la tipología 1 se puede decir que existe un empate técnico entre Lunch y Dinero, así mismo en sexo frente a la tipología 2 las mujeres prefieren a llevar dinero/lunch y los hombres prefieren mayormente el envío de dinero.
- El consumo de frutas de los niños en la tipología 1 se da un consumo positivo y en ambos sexos frente a la tipología 2 en donde se consume ocasionalmente en ambos sexos y las mujeres nunca.

La última variable de análisis es el sexo del padre en donde únicamente se puede analizar la tipología 2, debido a que eran preguntas dirigidas a padres con hijos con obesidad infantil, no influye el sexo del representante.

- Los padres están dispuestos a realizar un cambio positivo en su estilo de vida para mejorar su estilo de vida.
- Existe un conocimiento de más de la mitad de padres acerca del costo que puede provocar la obesidad infantil en sus hijos.
- La colocación dentro del empaque del producto si es nutritivo es aceptado mayoritariamente por los padres.
- Los medios de mayor impacto son las reuniones con padres de familia, redes sociales y vallas.

# CAPÍTULO 4. PLAN DE MARKETING

## 4.1 Análisis de la Situación

### 4.1.1 Filosofía Empresarial

#### ➤ Misión

Fomentar e incrementar el consumo de frutas y verduras acompañada de actividad física en niños de 5 a 11 años, a través de diferentes estrategias creadas para padres de familia y niños en el área urbana de Cuenca

#### ➤ Visión

Ser reconocidos como campaña sube y baja en el área urbana de Cuenca al cabo de un año con el prospecto de poder hacer una réplica en otra ciudad del País.

### 4.1.2 Análisis PEST

Para el análisis de situación se ha tomado en cuenta el análisis PEST siendo factores externos que no se pueden modificar debido a su alcance global y que el proyecto debe estar prevenido para saber cómo atacarlas; y estas son:

- Ambiente Político
- Ambiente Económico
- Ambiente Social - Cultural
- Ambiente Tecnológico

#### ➤ Político

En los últimos años el Gobierno Ecuatoriano se ha preocupado notablemente por la salud de sus habitantes generando varias regulaciones y leyes que buscan informar a sus ciudadanos sobre productos nocivos como lo es la semaforización de productos alimenticios, en donde el etiquetado permite al consumidor seleccionar sus productos, a través de una imagen tipo semáforo con los colores rojo, amarillo y verde, que

representan el nivel de grasas, azúcar y de sal. También se generó la regulación en el sistema de alimentación escolar el cual pretende controlar el expendio de alimentos y bebidas con altos contenidos de sal, azúcar o grasa en los bares escolares, así como productos con edulcorantes. Además de la existencia del impuesto que existe sobre las bebidas azucaradas y la creación del plan Intersectorial de Nutrición 2018-2022. (Gavilanes, 2017)

### ➤ **Económico**

Según un estudio de la revista Ekos la industria de Alimentos y Bebidas, se lleva el mayor peso dentro de la manufactura con un 38%, esto se debe a que Ecuador genera variedad de alimentos y ha desarrollado una importante industria dentro de esta rama. Para 2017 y 2018, las proyecciones oficiales mantienen su posición de crecimiento en la economía, las tasas proyectadas son: 4,4% y 5%. En este escenario, este sector ha incrementado su participación en el PIB, pasó de 4,7% en 2008 a 6,1% en 2016 con una estimación de 6,7% para 2018. (Ekos, 2018)

### ➤ **Socio - Cultural**

Se identificaron las características que presenta la población, la nutricionista Erika Álvarez menciona que "el sedentarismo y el estilo de vida actual de los Ecuatorianos, han producido cambios dietarios y una progresiva disminución de la actividad física en el trabajo y el tiempo libre, esto explica cómo estos factores causan el sobrepeso y la obesidad en la población". (Encalada, 2017)

### ➤ **Tecnológico**

Varias multinacionales como Coca Cola, Cervecería Nacional entre otras han realizado fuertes inversiones para mejorar tanto su maquinaria y procesos para ofrecer al mercado productos más nutritivos y a su vez generar o desarrollar nuevos productos que sean más saludables para ellos, esto viene de un interés creciente del público por buscar productos más saludables y esto ha puesto a las grandes empresas

alrededor del mundo en el compromiso de responder a tales exigencias. (El Telégrafo, 2015).

## **4.2 Diagnóstico de la Situación**

Debido a los resultados de la investigación de mercados, se pudo obtener que la problemática radica esencialmente en los niños con sobrepeso y obesidad debido al sedentarismo y al escaso consumo de frutas y verduras. Sin embargo, se desconocen los motivos que los niños no consumen ciertos alimentos, pero a la vez es una responsabilidad de los padres de familia enseñarles desde pequeños que la alimentación saludable favorece al desarrollo físico, lamentablemente si a los papás no les gusta cierto tipo de vegetal, se les pasa por alto inculcar el consumo a sus hijos y por ende tampoco lo prefieren.

Por esta razón el nombre de la campaña se llamará sube y baja por los diferentes motivos que se explicarán a continuación:

- De manera general el sube y baja es un entretenimiento infantil que están presentes en todos los parques, permitiendo generar un poco de actividad física en los niños.
- Por otro lado, el nombre de la campaña como su nombre mismo lo explica un sube al consumo de alimentos saludables como pueden ser frutas, verduras y a la actividad física y un baja a la comida hipercalórica y sedentarismo. Será dirigida a los padres de familia para generar un impacto posible en su diaria vivir.
- El nombre de la campaña favorece para realizar diferentes tipos de materiales para comunicar el mensaje principal, favoreciendo el rápido entendimiento con imágenes sencillas.

## 4.3 Objetivos

### 4.3.1 Objetivo General

Elaborar una campaña de marketing social para reducir la obesidad infantil dirigida a padres de familia en el área urbana de Cuenca.

### 4.3.2 Objetivos Específicos

- Incrementar el consumo de frutas, verduras tanto en niños como en padres de familia.
- Disminuir el sedentarismo.

## 4.4 Elementos Clave

- **Causa:** Reducir la obesidad infantil en niños de entre 5 a 11 años en la ciudad de Cuenca, la cual presentará una duración de 1 año.
- **Agente de cambio:** Se necesita la ayuda fundamental ya sea de una empresa pública o privada que quiera unirse a la campaña que buscan generar un cambio social.
- **Adoptantes objetivo:** Será todo un equipo de personas que estarán a cargo de la campaña, es decir, cumplir todas las actividades y tiempos establecidos para culminar con éxito.
- **Canales:** Son los medios por los cuales la campaña será comunicada a las diferentes personas en este caso serán redes sociales, comunicación directa tanto a padres de familia como niños, radio, vallas publicitarias.
- **Estrategia de cambio:** las estrategias pensadas se han dirigido en tres etapas fundamentales que son: concientización a padres de familia, niños y resultados esperados.

## **4.5 Estrategias de Marketing**

La campaña de marketing está elaborada para ser empleada durante un año, debido a las diferentes etapas que se tienen que desarrollar.

Sobre la investigación de mercado realizada a padres de familia que presentan hijos con el problema de obesidad infantil, una pregunta realizada sobre en que tipo de medio tuviera mayor impacto para reducir esta enfermedad, los resultados con mayor acogida son los siguientes:

- Redes sociales
- Reuniones con padres de familia
- Vallas

De acuerdo a esta información se plantearan las estrategias divididas en tres etapas que son:

1. Concientizar a padres de familia
2. Concientizar a los niños
3. Medición de resultados

En primera instancia se enviará a todas las escuelas de la ciudad de Cuenca, un oficio dirigido a su rector para que así se permita el acceso para trabajar en las diferentes actividades tanto con los niños como con los padres de familia.

### **ETAPA1: CONCIENTIZACIÓN A PADRES DE FAMILIA**

#### **MARKETING DIGITAL**

##### **➤ Página de Facebook**

Se creará una página en Facebook, siendo un medio idóneo para comunicar acerca de las actividades del proyecto, también un factor importante es generar contenido de interés acerca del tema para los padres de familia.

Para poder interactuar en la red social es importante elaborar un cronograma de contenidos estableciendo fechas y horarios en la cual se ha decidido realizar unos 12 post al mes.

Ilustración 50 - Fan Page Sube y Baja



## Propuesta gráfica de artes

Ilustración 51- Post 1 Facebook



Ilustración 52 - Post 2 Facebook



➤ **Blog**

Se pretende generar un blog en donde los padres de familia puedan interactuar sobre consejos de alimentación para sus hijos, actividades físicas que pueden realizar en la ciudad y tips de recetas saludables.

➤ **E-mail marketing**

Una vez aprobada la solicitud del rector se procede llegar al colegio designado para repartir una hoja que contendrán datos precisos de los niños como peso, altura edad, y el mail del representante con el objetivo de calcular el índice de masa corporal.

Serán previamente tabulados por el equipo de logística permitiendo detectar quienes presentan un cuadro de sobrepeso para crear una base de datos y poder enviar e-mails con las diferentes actividades que se van a realizar de la campaña.

Una vez que se tenga la base de datos consolidada será transferida a la agencia publicitaria quienes se encargarán de enviar los mensajes masivos una vez por mes.

*Ilustración 53- Encuesta Salud Infantil 1*

| SALUD INFANTIL   |   |
|--|---|
| Estimado Padre de Familia sírvase llenar los siguientes campos con respecto a la información de su hijo. |   |
| <b>Colegio</b> _____   | <b>Grado</b> <input type="checkbox"/> Primero de Básica |
| <b>Sexo</b> <input type="checkbox"/> Hombre <input type="checkbox"/> Mujer                               | <input type="checkbox"/> Segundo de Básica              |
| <b>Edad</b> _____ años   | <input type="checkbox"/> Tercero de Básica              |
| <b>Peso</b> _____ kg   | <input type="checkbox"/> Cuarto de Básica               |
| <b>Altura</b> _____ cm   | <input type="checkbox"/> Quinto de Básica               |
|  | <input type="checkbox"/> Sexto de Básica                |
|  | <input type="checkbox"/> Séptimo de Básica              |
|  | <b>Email Representante:</b> _____                       |

Fuente: Elaboración Propia

## RADIO

La radio es un medio tradicional el cual ayuda a la difusión constante del mensaje que se desea transmitir permitiendo la recordación en los oyentes pero sobre todo se dirige a un público objetivo, por esta razón se ha escogido tres radios de la ciudad, cada uno tiene un target distinto el cual permitirá tener un mayor alcance con la campaña y son los siguientes:

- Fm 88 – Programa caída y limpia
- La voz del Tomebamba (102.1fm) – Programa la hora de la verdad
- La suprema estación (96,1)- Programa la navaja

A continuación se plasmarán los formatos de publicidad radial en cada una de las emisoras:

*Ilustración 54- Radios*

| Fm 88- Programa caída y limpia   | 102.1 fm - Programa la hora de la verdad   | 96.1 - Programa la navaja   |
|--|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Presentación</li><li>• Mención<ul style="list-style-type: none"><li>• Cuña 30 segundos</li></ul></li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>•Cuña 30 segundos la hora de la verdad 1ra edición</li><li>• Cuña 30 segundos la hora de la verdad 2da edición</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>•Cuña 30 segundos</li></ul> |

Fuente: Elaboración Propia

Es importante tomar en cuenta que la publicidad será transmitida en lapso de tres meses al mismo tiempo en las radios ya mencionadas.

## VALLAS PUBLICITARIAS

En la investigación de mercados, otro medio de publicidad que tuvo acogida fueron las vallas publicitarias.

Servirán para publicar un mensaje corto y conciso de la campaña pero que genere impacto visual al momento que las personas lo observen.

Los espacios en donde serán instaladas las seis vallas serán en lugares estratégicos de la ciudad según el mapeo de Señal X que son:

- Totoracocha
- Unidad Nacional
- Control Sur
- Remigio Crespo y Guayas
- Sheraton
- Don Bosco y 12 de octubre

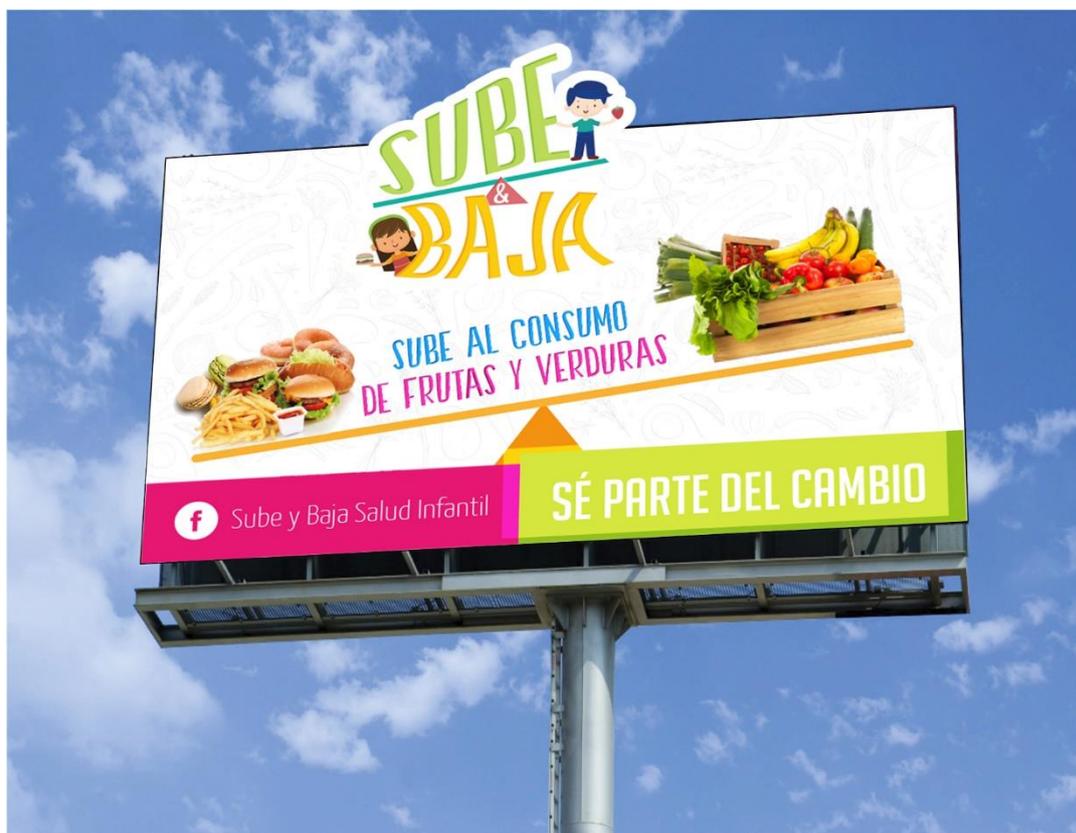
El arrendamiento de las vallas tienen características específicas como: Una cara de valla tubular 6,60 largo x 3,30 alto más telón e iluminación.

### **Propuesta gráfica**

*Ilustración 55 - Valla Actividad Física*



Ilustración 56 - Valla Alimentación



## REUNIONES CON PADRES DE FAMILIA

Tener un acercamiento directo con los padres de familia es de vital importancia porque serán los protagonistas para generar el cambio en los niños. Se darán charlas de nutrición con especialistas en el tema aportando de manera efectiva a sus conocimientos y poder generar un impacto positivo.

A su vez para poder cubrir los 84 colegios particulares y fiscales en la ciudad de Cuenca se necesitarán de dos nutricionistas.

## Propuesta gráfica

Ilustración 57 - Invitación a Charlas Magistrales

**CHARLAS MAGISTRALES**

NUTRICIÓN PARA NIÑOS

**TEMAS A TRATAR**

- ¿Cómo nutrir a tu hijo o hija desde sus primeros años?
- Nutrición y comportamiento infantil ¿Existe relación entre lo que comemos y la conducta?
- Obesidad infantil? Podemos prevenirla?
- Loncheras saludables

**Expositora:** Md. Ana Cristina Álvarez  
**Lugar:** Auditorio-Colegio Sagrados Corazones  
**Fecha:** 18 Febrero 2019  
**Hora:** 20:00 h

SÉ PARTE DEL CAMBIO

## **BRANDING EN ESPACIOS PÚBLICOS**

Mediante el branding en espacios públicos se dará a conocer de forma masiva el mensaje principal para lograr un posicionamiento y reconocimiento de la campaña, por ejemplo se harán en lugares como:

### ➤ **CENTROS COMERCIALES**

En los centros comerciales acuden una gran cantidad de gente por sus diversos atractivos o necesidades, es idóneo brandear alguna parte del mismo porque llamará la atención de las personas que circulan por el medio.

## Propuesta gráfica

Ilustración 58 - Escaleras Brandeada 1

Ilustración 59 - Escalera Brandeada 2



Ilustración 60 - Diseño Escalera 1



Ilustración 61- Diseño Escalera 2



### ➤ **Paradas de bus**

Las distintas paradas de buses son zonas de alta afluencia durante todo el día, por lo cual se brandearan las mismas con mensajes alusivos a la campaña y sobre todo con información más detallada como estadísticas o tips debido a que se tiene un mayor tiempo de lectura por la espera de la llega del bus.

## Propuesta gráfica

Ilustración 62 - Parada de Bus Brandeada 1



Ilustración 63 - Parada de Bus Brandeada 2



### ➤ Buses

Los buses son un medio de transporte que permite la movilización masiva de personas en rutas establecidas dentro de la ciudad.

Se debe tener en cuenta un aspecto importante, como es un medio de traslado con recorridos largos, es idóneo colocar información de la campaña para que se expanda con mayor facilidad a las personas.

## Propuesta gráfica

Ilustración 64 - Bus Brandeado 1



Ilustración 65 - Bus Brandeado 2



## **ACTIVACIÓN BTL**

Se realizará el último domingo de cada mes durante la campaña, activaciones en los dos centros comerciales más concurridos de la ciudad, en donde se colocara un dispensador interactivo el cual contara con 2 botones uno con productos nutritivos y el otro con productos hipercalóricos, al momento de aplastar el primero se obtendrá una fruta y en el segundo una tarjeta de la campaña que mencione "Se Parte del Cambio".

## **Propuesta gráfica**

*Ilustración 66 - Activación 1*



*Ilustración 67 - Activación 2*



## **ETAPA 2: CONCIENTIZACIÓN A NIÑOS**

### **OBRA DE TEATRO**

La obra de teatro es una herramienta apta para brindar un mensaje claro acerca de llevar una vida saludable que engloba básicamente dos aspectos: correcta alimentación y deportes.

Como es dirigido a niños de 5 a 11 años disfrutarán más si la actividad viene acompañada de humor y risas.

### **AFICHES EN BARES DE ESCUELAS**

Al finalizar la obra de teatro se entregaran 10 afiches por escuela para que sean colocados en los bares de las diferentes instituciones educativas y en lugares estratégicos de mayor visibilidad y que los niños se den cuenta sobre la alimentación saludable.

## Propuesta gráfica

Ilustración 68 - Afiche Escuela 1



Ilustración 69 - Afiche Escuela 2



## DEPORTE

En cuanto a la última estrategia se realizarán ciclo paseos con los niños y padres de familia de los diferentes colegios para incentivar el deporte, por otra parte se realizará un convenio con la Emov para que ellos sean quienes den a conocer las rutas establecidas, monitores de acompañamiento, pero además que faciliten con la prestación de bicicletas para las personas que requieran.

## Propuesta gráfica

Ilustración 70 - Afiche Ciclo Paseo



### ETAPA 3: MEDICIÓN DE RESULTADOS

Para finalizar, es indispensable medir el impacto de la campaña, nuevamente se enviará la hoja con los datos de peso, altura edad y mail del representante para poder tabular los datos y ver el cambio que ha generado en cada uno de ellos.

Como incentivo a los 100 mejores resultados en reducción de peso se les dará un taller de cocina gratis divididos en 4 grupos de 25 en donde el equipo a conformar serán de dos personas, ya sea papá o mamá acompañados de su hija/o.

Ilustración 71 – Encuesta Salud Infantil 2

**SALUD INFANTIL**

Estimado Padre de Familia sírvase llenar los siguientes campos con respecto a la información de su hijo.

**Colegio** \_\_\_\_\_ **Grado**  Primero de Básica  
 Segundo de Básica  
 Tercero de Básica  
 Cuarto de Básica  
 Quinto de Básica  
 Sexto de Básica  
 Séptimo de Básica

**Sexo**  Hombre  Mujer

**Edad** \_\_\_\_\_ años

**Peso** \_\_\_\_\_ kg

**Altura** \_\_\_\_\_ cm **Email Representante:** \_\_\_\_\_

---

**¿Conoce la campaña Sube y Baja? Por qué medio se enteró de la campaña?**

SI  Vallas  
 NO  Reuniones Padre de Familia  
 Redes Sociales  
 Activaciones

**Propuesta gráfica**

Ilustración 72 - Afiche Curso de Cocina



## 4.6 Plan de Acción

Tabla 51 - Plan de Acción Parte 1

| PLAN DE ACCIÓN   |                                  |  |         |                                     |  |  |
|--|----------------------------------|--|---------|-------------------------------------|--|--|
| OBJETIVO   | ESTRATEGIA                       | TÁCTICA  | PLAZO   | RESPONSABLE                         | INDICADOR  |  |
| Incrementar el consumo de frutas y verduras en padres de familia | Concientizar a padres de familia | <b>MARKETING DIGITAL - E-MAIL MARKETING - BLOG</b> | 1 año   | Community Management                | Número de Seguidores - Alcance - Número de Visitas |  |
|  |                                  | <b>RADIO</b>                                       |         |                                     |  |  |
|  |                                  | FM 88  | 3 meses | FM 88                               | Rating de emisoras                                 |  |
|  |                                  | La voz del Tomebamba 102.1                         | 3 meses | La voz del Tomebamba 102.1          |  |  |
|  |                                  | La suprema estación 96,1                           | 3 meses | La suprema estación 96,1            |  |  |
|  |                                  | <b>VALLAS PUBLICITARIAS</b>                        | 6 meses | Señal x                             | Tráfico y afluencia de visitantes por zonas        |  |
|  |                                  | <b>REUNIONES CON PADRES DE FAMILIA</b>             | 2 meses | Nutricionista y equipo de logística | Número de Asistentes                               |  |
|  |                                  | <b>BRANDING EN ESPACIOS PÚBLICOS Y PRIVADOS</b>    |         |                                     |  |  |
|  |                                  | Brandeo de gradas en centros comerciales           | 6 meses | Señal x                             | Afluencia de visitantes por zonas                  |  |
|  |                                  | Brandeo en paradas de bus                          | 6 meses | Señal x                             |  |  |
|  |                                  | Brandeo de buses                                   | 6 meses | Señal x                             |  |  |
|  |                                  | <b>TALLERES DE COCINA</b>                          | 1 mes   | Chef y Equipo de logística          | Número de Participantes                            |  |

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 52 - Plan de Acción Parte 2

| <b>PLAN DE ACCIÓN</b>                                |  |                             |              |                              |   |
|--|--|-----------------------------|--------------|------------------------------|---|
| <b>OBJETIVO</b>                                      | <b>ESTRATEGIA</b>  | <b>TÁCTICA</b>              | <b>PLAZO</b> | <b>RESPONSABLE</b>           | <b>INDICADOR</b>                        |
| Incrementar el consumo de frutas y verduras en niños | Concientizar a padres de familia                         | <b>ACTIVACIÓN BTL</b>       | 6 meses      | Agencia publicitaria         | Número de Participantes                 |
|  |  | <b>OBRA DE TEATRO</b>       | 2 meses      | Equipo de teatro y logística | Número de Asistentes                    |
|  |  | <b>AFICHES EN LOS BARES</b> | 2 meses      | Equipo de logística          | Número de Alimentos Saludables Vendidos |
| Disminuir el sedentarismo                            | Concientizar a padres de familia<br>Concientizar a niños | <b>CICLO PASEO</b>          | 2 meses      | EMOV y Equipo de logística   | Número de Participantes                 |

Fuente: Elaboración Propia



## 4.8 Presupuesto

Tabla 54 - Presupuesto

| <b>PRESUPUESTO DE LA CAMPAÑA</b>   |                      |
|--|----------------------|
| <b>ACTIVIDADES</b>   | <b>PRECIO</b>        |
| Fichas de control  | \$ 100,00            |
| Blog   | \$ 544,00            |
| Marketing digital  | \$ 3.000,00          |
| E-mail marketing   | \$ 300,00            |
| Nutricionistas   | \$ 2.000,00          |
| Grupo teatral  | \$ 8.000,00          |
| Montaje de obra  | \$ 1.000,00          |
| Afiches en los bares (1000)  | \$ 300,00            |
| Ciclo Paseo  | -                    |
| Counter de madera brandeado  | \$ 350,00            |
| Televisión (32 pulgadas)   | \$ 420,00            |
| Manzanas   | \$ 720,00            |
| Tarjetas (5000 unidades)   | \$ 200,00            |
| <b>Radio</b>   |                      |
| Fm 88  | \$ 2.318,00          |
| 102.1  | \$ 1.522,00          |
| 96.1   | \$ 2.184,00          |
| <b>Vallas (6 vallas por 6 meses)</b>   |                      |
| Totoracocha  | \$ 4.200,00          |
| Control Sur  | \$ 4.200,00          |
| Remigio y Guayas   | \$ 5.700,00          |
| Sheraton   | \$ 4.900,00          |
| Don Bosco y 12 de octubre  | \$ 4.200,00          |
| Unidad Nacional  | \$ 4.200,00          |
| Brandeo de gradas en centros comerciales (20 unidades) + vinilo piso (20 unidades) | \$ 6.935,71          |
| Brandeo paradas de bus   | \$ 3.360,00          |
| Brandeo de buses (20 buses)  | \$ 2.320,00          |
| Dejar las fichas de control en los colegios  | \$ 100,00            |
| Talleres de cocina   | \$ 800,00            |
| Equipo de logística (6 personas)   | \$ 28.800,00         |
| Gastos Varios  | \$ 10.000,00         |
| <b>TOTAL</b>   | <b>\$ 102.673,71</b> |

Fuente: Elaboración Propia

## CONCLUSIONES

Sabiendo que el marketing en la actualidad no se enfoca únicamente en el área comercial, sino también en la parte social se elaboró un plan de marketing el cual permitirá apoyar a la reducción de la incidencia de obesidad infantil, basado en una investigación de mercados realizada a 1395 padres de familia que cuentan con hijos en el rango de edad de 5 a 11 años en el área urbana de Cuenca, permitió identificar las características que tienen las diferentes familias, consiguiendo evidenciar notoriamente dos grandes grupos en los cuales cada uno de ellos presenta las mismas particularidades, estas son los hogares con hijos que presentan obesidad infantil y los que no.

Las características más relevantes en la Tipología 1 (Hogares sin obesidad infantil) son:

- Consumen frecuentemente frutas y verduras.
- Mayoría de hijos practican algún deporte.
- Realizan actividades físicas fuera de casa.
- Envían a sus hijos para los recreos principalmente lunch.

Las características de la Tipología 2 (Hogares con obesidad infantil) son:

- Consumo mínimo de frutas y verduras.
- Vida sedentaria.
- Actividad principal uso de tecnología.
- Envían a sus hijos para los recreos principalmente dinero.

De la segunda tipología se identificaron resultados claves para la elaboración del plan de marketing, el primero es el interés inmediato que tienen los padres en cambiar su estilo de vida para mejorar la salud de sus hijos, además de que las reuniones con padres de familia, redes sociales y vallas son los medios más idóneos para la aplicación de la campaña.

A partir de los resultados obtenidos se planteó una campaña social llamada “*Sube y Baja*” con una duración de un año, la cual pretende llegar a los padres de familia y sus hijos para reducir la incidencia de la obesidad infantil en la ciudad de Cuenca, la campaña se dividió en 3 etapas las cuales buscan concientizar al público objetivo a partir de acciones desarrolladas para cada uno de ellos:

- Concientización de padres de familia
- Concientización de niños
- Resultados

Las estrategias que se realizan indistintamente de la etapa representan una mezcla de actividades ATL y BTL que permitirán la campaña estar presente en toda la ciudad y ser reconocida no sólo por el público al que se busca llegar sino por todos los habitantes.

La campaña puede ser empleada por cualquiera de los dos sectores de la sociedad:

1. Sector Público: debido a que es responsabilidad del estado y sus diferentes organismos garantizar la salud de los niños y adolescentes por lo cual nuestro plan permitiría reducir una de las epidemias que presenta uno de los índices más altos de enfermedades en los niños.
2. Sector Privado: como parte de las políticas de responsabilidad social que permitan a las empresas generar nuevos productos socialmente responsables.

## BIBLIOGRAFÍA

- Achor, M., Benitez, N., Brac, E., & Barslund, S. A. (abril de 2007). Obesidad Infantil. *Revista de Posgrado de la Via Cátedra de Medicina*.
- Adell, R. (2007). *Aprender Marketing*. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica.
- AMA. (1985). *Board Approves New Marketing Definitions*. Recuperado el 4 de Febrero de 2009, de <http://www.ama.org>
- AMA. (October de 1988). Developing, Disseminating and Utilizing Marketing Knowledge. *Committee on Terms*, 52(4), 1 - 25.
- AMA. (July de 2013). *About AMA*. Obtenido de American Marketing Association: <https://www.ama.org/AboutAMA/Pages/Definition-of-Marketing.aspx>
- Andreasen, A. (1993). A Social Marketing Reseach Agenda for Consumer Behavior Researchers. *Advances in consumer research*, 20(1), 1-3.
- Andreasen, A. (1994). Social Marketing: Its Definition and Domain. *Journal or Public Policy & Marketing*, 13(1), 107-113.
- Ángel Aragonés Gallego, L. B. (s.f.). Obesidad. *Sociedad Española de Endocrinología Pediátrica* .
- Bartels, R. (1964). *El Desarrollo del pensamiento en mercadotecnia*. México DF: Continental.
- Danielle, E. K. (2006). *Obesidad Infantil* (Segunda Edición ed.). Buenos Aires: GIDESA.
- Ekos. (Febrero de 2018). Obtenido de Revista Ekos: <http://www.ekosnegocios.com/negocios/verArticuloContenido.aspx?idArt=10183>
- El Telégrafo. (27 de Julio de 2015). *La tendencia de alimentación sana impone retos y genera negocios*. Obtenido de El Telégrafo: <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/4/la-tendencia-de-alimentacion-sana-impone-retos-y-genera-negocios>

- Encalada, V. (12 de Octubre de 2017). *Sobrepeso en Ecuador, en la mira de la Organización Mundial de la Salud*. Obtenido de Expreso: <https://www.expreso.ec/actualidad/obesidad-sobrepeso-alimento-dieta-erikaalvarez-oms-inec-salud-YX1761427>
- García, M. D. (2008). *Manual de Marketing*. Madrid: ESIC Editorial.
- Gavilanes, P. (29 de Marzo de 2017). *Ecuador formuló políticas públicas para frenar el sobrepeso y obesidad*. Obtenido de El Comercio: [https://www.elcomercio.com/app\\_public.php/tendencias/ecuador-politicas-publicas-sobrepeso-obesidad.html](https://www.elcomercio.com/app_public.php/tendencias/ecuador-politicas-publicas-sobrepeso-obesidad.html)
- González Díaz, C. (2008). La categoría de producto y el mensaje transmitido en la publicidad infantil de alimentos. *Revista Latina de Comunicación Social*, 16.
- Hoyos, R. (2013). *Plan de Marketing*. Bogotá: ECOE ediciones - Universidad Sergio Arboleda.
- Kotler, P. (2005). *Preguntas más frecuentes sobre marketing*. (A. Núñez, Trad.) Barcelona: Ediciones Garnica.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (1971). Social Marketing: An Approach To Planned Social Change. *Journal of Marketing*, 35, 3 - 12.
- Kotler, P., & Roberto, E. (1989). *Social Marketing: Strategies for Changing Public Behavior*. New York: The Free Press.
- Lama, M., Alonso, F., & Gil- Campos, M. (s.f.). Obesidad Infantil. *Recomendaciones del Comité de Nutrición de la Asociación Española de Pediatría*.
- Lama, R., Alonso, A., Gil-Campos, M., Leis, R., Martínez, V., Moráis, A., . . . Pedrón, M. (s.f.). Obesidad Infantil. Recomendaciones del Comité de Nutrición de la Asociación Española de Pediatría Parte I. Prevención. Detección precoz. Papel del pediatra. 9.
- Milich, G. (s.f.). *Marketing de Contenidos*. Obtenido de Marketing: la historia que siempre quisiste conocer: <https://marketingdecontenidos.com/historia-del-marketing/>

- Monferrer, D. (2013). *Fundamentos de Marketing*. Castellón de la Plana: univesitat Jaume I.
- Moreno, E., Moreno, J., & Álvarez, J. (s.f.). *LA OBESIDAD, LA EPIDEMIA DEL SIGLO XXI* (segunda ed.). Madrid: Diaz de Santos.
- Muñoz, Y. (2001). *El Mercadeo Social*. Colombia: Universidad EAFIT.
- Peña Morales, L. E., & Galeano, Y. F. (2012). *El ejercicio físico como estrategia para la prevención y el tratamiento de la obesidad infantil (monografía pregrado)*. Universidad del Valle, Instituto de Educación y Pedagogía , Santiago de Cali.
- Pérez, A. (17 de Agosto de 2007). "*HISTORIA Y TEORÍA DEL MARKETING*". Obtenido de El Blog de Homero: <http://amadeo.obolog.es/rhistoria-teoria-marketingr-23017>
- Pride, W., & Ferrel, O. (1997). *Marketing: Conceptos y Estrategias*. México: McGraw-Hill.
- Rodríguez, C., González, A., & López, B. (2009). El trasfondo económico de las intervenciones sanitarias en la prevención de la obesidad. *Revista Española de Salud Pública*, 18.
- Sainz de Vicuña, J. M. (2012). *El Plan de Marketing en la PYME*. México: ESIC.
- Sainz de Vicuña, J. M. (2015). *Plan de Marketing en la Práctica* (20 ed.). México: ESIC.
- Sirgy, M., Morris, M., & Samli, K. (1985). The Question of Valué in Social Marketing use of a Quality. *American Journal of Economics and Sociology - of - Life Theory to Achierve Long - Term Life Satisfaction*, 44(2), 210-224.
- Sixto, J. (2010). El Marketing y su origen a la orientación social. *Em Questão*, 61-77.
- Weibe, G. (1952). Merchandising Commodities and Citizenship on Television. *The Public Opinion Quarterly*, 679-691.

# ANEXOS

## ANEXO 1 – ENTREVISTAS A EXPERTOS EN MARKETING

**Entrevista dirigida a Expertos en Marketing**

**Nombre entrevistado:** Ing. Paolo Puruncajas.

**Sexo:** F  M

**Responsable entrevista:** Andrés Castillo Bravo.

### PREGUNTAS

**1. Según datos de la Organización Panamericana de la Salud, Ecuador registra un 8.6% de niños menores de 5 años con exceso de peso, mientras que en la edad de 5 a 11 años este índice se triplica llegando al 29.9% y en el caso de adolescentes al 26%, por lo que el sobrepeso y la obesidad infantil se catalogarían como epidemia. ¿Conocía estas cifras?**

No, no conocía estas cifras, no estaba al tanto de estas cifras, más que todo que en ese grupo de edad si triplicara tanto. Los padres cuidan más la alimentación en las etapas primarias y descuidan o ya le dan de comer junto con ellos.

**2. Según investigadores especializados los niños reciben varios miles de impactos al año de mensajes que les dicen que coman un producto que no es saludable, asociados además a emociones positivas, a regalos y obsequios que además aseguran que son más sanos cuando es, al contrario. ¿Primero como padre de familia y luego como experto en Marketing qué opinión le merece estos datos?**

Realmente aquí la línea que divide lo ético y lo no ético, es muy delgada, las empresas en su afán de comercializar, están utilizando diferentes tipos de estrategia, que a veces si pueden caer en el tema del abuso, porque están apelando a recursos a los cuales, primero la población, es una población sensible, susceptible a cuidado y violentar derechos, hay que tener mucho cuidado con este tema.

Considero yo desde el ámbito del Marketing, que el fin no justifica la causa, yo creo que si hay maneras en las cuales yo puedo generar una compensación o una estrategia

en la cual cuida y proteja a mi audiencia, de nada serviría seguir enfermado a mi audiencia a cambio de dinero o fortaleciendo mis ventas; sin embargo esto recae en un tema directivo, el directivo es el que presiona al área de marketing, comercialización, publicidad y relaciones públicas; entonces a nivel de directivo que se puede encontrar el inconveniente.

Si debe haber una contra parte de nosotros como consumidores o ciudadanía, de conocer los efectos nocivos e informarnos, y parte de ese contra peso también está el reto de las organizaciones que protegen a este grupo de poblaciones, ahí se podría utilizar elementos estratégicos de Marketing estos tipo de instituciones podrían generar una especie de contra peso, el problema es el nivel presupuestario, lógicamente la marca comercial es supremamente más fuerte que el otro lado, entonces ahí la pelea se vuelve dispareja, algo que quiero hacer hincapié, hay que ser muy cuidadosos cuando se traten de niños, realmente es una población al menos en nuestro país, que de acuerdo a la Constitución es una población de cuidado y susceptible, con las cuales hay que manejarse con esa precaución y realmente el límite de lo ético y no ético es sumamente delgado, aquí ya infiere mucho la ética y profesionalismo de cada representante, agencia, corporación que maneje el Marketing y estrategia, hay puramente instancias internacionales que con temas de niños para nada trabajan, es uno de los mercados que no tocan, en cambio hay otros que por un buen presupuesto pues si lo trabajan.

**3. Cada vez más estudios relacionan la exposición a los anuncios con el consumo de los alimentos anunciados y la interferencia con los patrones del sueño como un factor para la obesidad infantil. ¿Coincide usted con esta apreciación?**

Toda la vida como fuimos niños cuando estuvimos expuestos a mensajes, el problema es que hoy la cantidad y frecuencia de mensajes es mucha más alta, ahora el tema de la calidad del sueño se afecta no tanto por el mensaje sino por el dispositivo que se utiliza, está comprobado científicamente que un teléfono móvil o una Tablet, influye en tu patrón de sueño, no solamente en un niño sino también en un adulto.

La cantidad y frecuencia de anuncios que hay, claro que incide en el tema del hábito de alimentos de los niños y otro tipo de estrategias como la compensación de un juguete,

como por ejemplo la cajita feliz que ha sido una de las cosas más inteligentes pero a la vez más perversa que pudieron haber generado, porque están jugando con una necesidad nata de un niño que es jugar, un aspiracional de un niño, si bien nosotros como adultos tenemos aspiracionales y sabemos que la compra en mayor cantidad de los casos (casi el 100%) es más emocional que lógica, pero somos adultos, tenemos otra manera de retroalimentarnos, pero un niño no, un niño está en su desarrollo de estar consciente y de poder tener la habilidad de retroalimentarse y de reconfigurarse frente a un mensaje, frente a generar conciencia a hacia un evento, entonces por eso digo que es una estrategia "efectiva" pero de cierta manera perversa o malévola, porque está apelando a una necesidad natural del niño que es el juego.

**4. La OMS motiva para que los países tomen medidas respecto del internet y al marketing digital en relación a la publicidad de productos comestibles que contribuyen a la obesidad infantil. Como experto en Marketing que medidas recomendaría que se tomen en Ecuador.**

El problema no está en la herramienta, en el internet o en una red social, sino como lo estamos utilizando. Las entidades del control del gobierno seguir transparentando el tema de la producción de los elementos, porque el niño no maneja efectivo para comprar pero si el adulto, mientras más información demos complementariamente al niño y al adulto va ser mejor.

El semáforo en nuestro país a mi forma de ver si ha causado un efecto positivo, de la gente poder equilibrar y buscar alimentos que no necesariamente estén semaforizados con el color rojo, que tengan mucha incidencia del color rojo, sin embargo la alternativa de los productos ha sido de generar elementos que endulcen no enriquecidos de calorías pero si obtenidos de manera artificial, ahí encontramos otra problemática.

Debería haber una contra parte del gobierno de ser más estratégico y más astuto, en saber dar a las empresas no solamente la limitante, sino también un espacio de compensación, por ejemplo en las bebidas alcohólicas si tú sabes que tu producto genera un daño o afecta tomar en exceso, a cierta parte de la población, si tu dejas de percibir esto yo te compenso con algo, no necesariamente con dinero pero si con otros tipos de ventajas y beneficios que a ellos les puede interesar, a la larga su balance

financiero se va a mantener en una empresa privada pero el efecto del producto podría ser manejado de otra manera.

En el tema de los niños yo considero que debería ser mucho más exigentes en transparentar la información, por ejemplo cierta empresa multinacional en la ciudad, en su caja o envoltura, dice "No olvides consumir frutas o 2 veces al día es saludable", pero no lo hacen con la misma frecuencia y fuerza que lo debería hacer versus como están promocionando su producto principal que es una fast food, una comida chatarra que tienen un muy bajo valor nutricional.

Considero que el estado y órganos de control generar una compensación de mensaje, en donde si tu estas vendiendo tu producto, pero como contraparte tu deberías tener programas con mucha más incidencia de hábitos saludables en los niños y programas enfocados en este tema, en la actualidad las marcas que reconocen que su actuación dentro de la sociedad debería ser enfocada a dar más valor a sus audiencias, son más perenes en el tiempo, es parte de su estrategia.

Cuando tú conoces más a tu cliente, segmentado o nicho tienes más herramientas para abusar de ellas, el análisis de conocer a los niños de edad de 5 a 11 años, en ciertas franquicias internacionales muy profundas e incluso tienen segmentadas por países, nivel socioeconómico, lengua, etc., conocer más implica de utilizarlo de manera adecuada o generar un abuso, pero los órganos de control también debería estar encaminados en generar un contra peso.

Continuar con una transparencia, generar una tabla nutricional con cuantas calorías, grasas trans y grasas saturadas tiene un producto, eso no lo hacen todavía.

**5. ¿Estaría usted de acuerdo que se establezcan restricciones a la comercialización y promoción dirigida a niños de alimentos y bebidas poco saludables?**

Me parece muy bien en el hecho de que haya cierto tipo de restricciones por ejemplo en bares escolares, yo he visitado varios establecimientos educativos y es grato

encontrar ciertos alimentos que consideraba ya perdidos, que son elaborados por los propios dueños de los establecimientos, como tostado, chocho o chifles, que bien son frituras, pero ya no tienen el elemento nocivo como unos Cheetos que tiene el colorante a mas que son fritos y generados de una manera muy sintética, también se ven frutas, sandwiches elaborados, bebidas o jugos naturales; entonces la restricción en esos lugares que se aglomera es favorable.

Recordemos que el fast food también tiene una contraposición ambiental bien fuerte, por el tema de los empaques que se desechan, si me parecería interesante manejar ese tipo de equilibrio y generar tipo de restricciones en diferentes horarios, áreas, frecuencias de consumo de productos, para incentivar que la población consuma otro tipo de alimentos.

**6. ¿Aprobaría que en los lugares donde están niños no haya ninguna forma de publicidad o promoción de alimentos ricos en grasas, azúcares, sal, etc.?**

Es muy complicado, las campañas o iniciativas de concientización son trayectos de largo aliento a largo plazo, no podemos esperar que la concientización de algo o la generación de conciencia de algo sea inmediata, no se puede, debido a que el ser humano responde urgentemente cuando ya cometido o tiene el problema versus a prevenir, generar ese tema, no lo veo ahora funcional, en coger y decir en el Mall los locales de ciertas franquicias tienen que retirar todos sus anuncios, van a poner en sus empaques en fondos blancos, no van a brandear, no van a generar nada apetecible o van a generar todas las pizarras de productos o catalogo visible de productos y van a quitar las fotos y van a colocar solo el nombre y el precio, eso podría ser una manera de ser disyuntivo, creo que transparentar tienes tu fotografía pero colocar un semáforo o los tipos de elementos que son naturales y cuales son sintéticos, que tiene el producto, como lo han hecho ya en otros países.

**7. ¿Cómo experto en Marketing que recomendaría que se implemente en escuelas y colegios para promocionar el consumo de alimentos y bebidas saludables como frutas y verduras?**

Generaría un aspiracional de los niños, ya que los niños de esas edad siguen pensando en superhéroes o en fuerza, hay un caso muy típico como el de la espinaca del Popeye, talvez muchos niños en esa edad se sintieron incentivados en comer espinaca o en algún vegetal por el tema de él, pienso que el súper poder que tiene un niño lo desarrollo cuando esta alimentado correctamente y mostrarle ese beneficio que el héroe consume ese alimento versus ser el villano, creo que es muy funcional porque ellos están muy relacionados con los muñecos de acción como Batman, Avengers, etc., utilizar ese atributo de si tú te alimentas generas fortaleza y tienes los elementos para ser un súper héroe, podríamos alentar a los niños en seguir en lado correcto y no pasarse al lado obscuro de la alimentación.

**8. ¿Aprobaría que se norme la publicidad de alimentos no saludables en medios en franjas de horario infantil, similar en impresos e internet?**

Totalmente, los niños son grupos de atención prioritarias según nuestra constitución y al menos en el país deben ser protegidos y cuidados, no solamente de este tipo de publicidad, sino de otros tipos de contenidos que no son apropiados para ellos que se encuentran en televisión nacional abierta, yo si considero que debe haber una restricción para ellos, no es urgente que ellos conozcan de la comida chatarra tan pronto, ya en su momento podrán consumir con más conciencia y más razón de lo que puede causar una hamburguesa, papa frita, pizza, en exceso, yo creo que hay protegerles y nutrirles de otro tipo de cosas más nutritivas.

Como profesional en el mercado voy a ser un poco incoherente con lo que voy a decir, pero no es necesario fortalecer el bolsillo de las grandes marcas con el dinero procedente de esa audiencia, no es prioritario, las grandes marcas podrán seguir fortaleciéndose con otras audiencias, para mí los niños son una audiencia muy susceptible y delicada, al igual es un tesoro esa audiencia y todas as restricciones que pueda generar el estado para proteger el buen desarrollo, crecimiento o desenvolvimiento está bien, dícese comida, entretenimiento, juegos, vestimenta, etc., porque si tu formas a este público tú vas a tener ciudadanos en 10 años más, ciudadanos ejemplares, respetuosos, ordenados, planificadores y puntuales.

## MARKETING

- 1. Según datos de la Organización Panamericana de la Salud, Ecuador registra un 8.6% de niños menores de 5 años con exceso de peso, mientras que en la edad de 5 a 11 años este índice se triplica llegando al 29.9% y en el caso de adolescentes al 26%, por lo que el sobrepeso y la obesidad infantil se catalogarían como epidemia. ¿Conocía estas cifras?**

Bueno esas cifras son el resultado de una encuesta nacional de salud en nuestro país que se desarrolló entre los años 2012 y 2013, cuyos resultados fueron publicados en el año 2014, entonces ese trabajo entendemos investigativo fue desarrollado de la mejor manera y las cifras que a lo mejor pueden divergir con algunas otras pero en cantidades muy mínimas, por lo general están rondando esos porcentajes de los problemas de salud que tiene ya nuestro país que en definitiva la obesidad se ha convertido ya en la epidemia, así lo catalogó la OMS, así lo cataloga la OPS y muchos organismos que se encargan de velar por las condiciones de salubridad de las poblaciones de los diferentes países. Si efectivamente es una nueva epidemia, que aunque no se lo crea es un epidemia de carácter contagioso, por que lamentablemente la afectación que sufren los niños es consecuencia de una publicidad, entonces el contagio se da a través justamente de la publicidad, el niño es puesto permanentemente o durante largo tiempo o a la televisión o a las imágenes o al internet, es facialmente contagiado con ese tipo de enfermedad.

- 2. Según investigadores especializados los niños reciben varios miles de impactos al año de mensajes que les dicen que coman un producto que no es saludable, asociados además a emociones positivas, a regalos y obsequios que además aseguran que son más sanos cuando es, al contrario. ¿Primero como padre de familia y luego como experto en Marketing que opinión le merece estos datos?**

En la revista médica Lanced que es bastante dura sobre este asunto, los niños gordos son una inversión de ventas para el futuro, entonces el niño es

permanentemente bombardeado con publicidad desde que nace hasta que se convierte en maduro, aprovechando justamente su vulnerabilidad, su falta de capacidad de razonamiento, su falta de criterio crítico, entonces es impactado con publicidad permanentemente. Según estudio que se desarrolló en España justamente sobre el impacto de la publicidad, se dice que alrededor de 7.500 publicidades al año es bombardeado un niño en ese país, de lo cual resulta que aproximadamente tiene un impacto de 20 publicidades por día, solo en la televisión; un poco más difícil es medir a través de sistemas de la web, donde el niño utiliza tablets, celulares que es un poco, es menos controlable la característica del contenido que tienen acceso los niños; realmente los niños son impactados de manera muy contundente y dura, sin el menor escrúpulo por las empresas que pretenden vender a los niños, aprovechan de esa condición de niños y su falta de criterio crítico muy disminuido para tener impacto y a su vez convertirlos en los consumidores del futuro, un niño obeso es una buena inversión. Sabemos que en el futuro tendrán enfermedades de carácter cardiovasculares, una serie de enfermedades relacionadas con la diabetes, son los consumidores de medicinas y productos que les venden empresas productoras de ese tipo de insumos; un niño obeso además de ser un consumidor es una buena inversión para el futuro.

**3. Cada vez más estudios relacionan la exposición a los anuncios con el consumo de los alimentos anunciados y la interferencia con los patrones del sueño como un factor para la obesidad infantil. ¿Coincide usted con esta apreciación?**

Definitivamente hay una coincidencia, en el mismo estudio que hago mención que se hace en España, se establece de que la exposición a la televisión y al internet los niños lo hacen en momentos en que también están consumiendo: primero cuando ven una película están consumiendo algún alimento, se dice que el 71% de niños que están viendo televisión están consumiendo algún producto, entonces esa actividad sedentaria, esa posición sedentaria, esa actividad incluso disminuye el tiempo de sueño que tiene el menor, que si no descansa está sin actividad física y alimentándose entre comillas alimentándose, implica que va a tener un mayor desarrollo de la obesidad. Los trastornos tienen incidencia el uno del otro, son variables que tienen dependencia entre sí.

**4. La OMS motiva para que los países tomen medidas respecto de la internet y al marketing digital en relación a la publicidad de productos comestibles que contribuyen a la obesidad infantil. Como experto en Marketing que medidas recomendaría que se tomen en Ecuador.**

En nuestro país es fundamental que se vayan tomando no solamente medidas con respecto al marketing digital, sino debería tomarse con mayor seriedad las políticas de salud públicas y establecer políticas de control sobre los contenidos de la publicidad que se presenta digitalmente y en medios masivos; además de que el internet ya es un medio masivo, entonces tiene un impacto mayor y la exposición a este tipo de herramientas cuando hace una consulta incluso para hacer un trabajo de escuela o colegio también le llega publicidad de diferente naturaleza, pero eso no está controlado de ninguna manera, entonces los organismos responsables de la gestión tanto de salud como de publicidad y contenidos deben velar por que se cumplan al menos ciertos parámetros de control y exigir para que el contenido no sea de carácter abusivo, porque una publicidad que impacte a los niños definitivamente es una publicidad de carácter abusivo y a su vez si impacta en los niños también, también está impactando de manera indirecta en los padres de familia quienes deciden las compras. Acordémonos que hay algunos estudios por ejemplo en Canadá, en Canadá al año se gasta, los niños gastan 1.900 millones de dólares al año por consumo directo por los niños, y tiene una influencia directa sobre sus padres del orden de consumo de 20.000 millones de dólares, entonces los niños tienen capacidad de decisión para las compras o influencia en las decisiones de compra de manera muy decisiva, justamente ese es el resultado que tienen el impacto las publicidades en la mente de los niños y de allí la responsabilidad de las autoridades para controlar el tipo de contenidos que se pueda presentar en las diferentes publicaciones o publicidad.

**5. ¿Estaría usted de acuerdo que se establezcan restricciones a la comercialización y promoción dirigida a niños de alimentos y bebidas poco saludables?**

En los estudios que había mencionado justamente este español se dice que las promociones alimentos, al menos el 80% no cumple una calidad óptima de salud; se

atribuyen la calidad de ciertos productos a un determinado contenido por ejemplo de vitaminas que muchas de veces ni siquiera es necesario para el cuerpo, para el desarrollo adecuado del cuerpo, se inventan vitaminas, vitamina B50 y dicen este alimento tiene la vitamina B50 e influncian en la mente de los compradores, entonces es una forma también de publicidad engañosa, que habría también que regular ese tipo de publicidad, entonces en ese sentido de igual manera se tiene que los organismos de control, por ejemplo en nuestro país el INEN establecer parámetros, primero para que se demuestre que por los fabricantes de los productos que cumplan ciertos requerimientos básicos que garanticen la nutrición y salud adecuada de los consumidores, y por ende también ese mismo organismo está llamado y es su responsabilidad el garantizar que todos los productos que estén vendiéndose o que estén en el mercado cumplan ciertos requisitos así mismo básicos para beneficio tanto de la nutrición como de la sociedad.

**6. ¿Aprobaría que en los lugares donde están niños no haya ninguna forma de publicidad o promoción de alimentos ricos en grasas, azúcares, sal, etc.?**

No solamente eso, se debería a nivel general prohibir la promoción de ese tipo de productos a través de cualquier medio, televisión, internet o redes digitales, prohibir ese tipo de promoción de productos porque a la final no solamente los mensajes llegan en carteleras o mediante gráficos a los niños sino a través de las herramientas que él utiliza para el desarrollo de sus actividades diarias.

**7. ¿Cómo experto en Marketing que recomendaría que se implemente en escuelas y colegios para promocionar el consumo de alimentos y bebidas saludables como frutas y verduras?**

Yo creo que habría que hacer un consenso entre algunos especialistas de marketing, claro lamentablemente dentro de los productos, los que hablamos frutas, verduras son elementos que no tienen cierto valor agregado, como otros productos snaks donde ya tienen una alta elaboración y por supuesto una alta rentabilidad, en donde si es posible a esas empresas productoras contratar a marketeros para que desarrollen sus actividades o sus planes estratégicos

comerciales, pero lamentablemente los otros productos primarios frutas verduras no hay un promotor que reúna unos expertos para que promocionen el tipo de producto, entonces allí sería ya responsabilidad de los organismos del estado, responsables por velar por la salud de la población, de preocuparse por esos temas y que realmente contrate a expertos en promoción de ese tipo de productos, toda vez que el tipo de publicidad también tiene que ser un poco diferente a la otra, tiene que ser un poco diferente y realmente debe ser un contenido más de educación no solamente a los niños sino a los padres que muchas de las veces son quienes deciden la compra.

**8. ¿Aprobaría que se norme la publicidad de alimentos no saludables en medios en franjas de horario infantil, similar en impresos e internet?**

Yo estaría de acuerdo en que no solamente se norme sino que se prohíba la publicidad en ciertos espacios de tiempo en donde el niño está accediendo a esos medios o televisión o el internet; claro, evidentemente es mucho más complicado controlar el asunto del internet, y también es complicado establecer los horarios de mayor uso de los niños, también debe ser una responsabilidad compartida ya con los padres de familia para que se cumplan ciertos horarios en los cuales los niños si deberían tener acceso a esos medio y en esas franjas evitar las publicidades. Uno de los elementos básicos para evitar que el niño esté expuesto a la publicidad es básicamente porque el niño no tiene todavía una capacidad definida para ser crítico ante lo que le está llegando, por allí es responsabilidad de los padres de familia, de la sociedad y de las autoridades el evitar que se expongan a ese tipo de publicidad. Y por otro lado si bien es cierto se debe fortalecer la normativa sin embargo en nuestro país ya hay una Ley de Defensa del Consumidor en donde se podría aprovechar y utilizar ciertos elementos que ya se plantean para exigir la, o evitar la exposición de los niños al tipo de publicidad de esta naturaleza que venimos hablando.

## MARKETING

- 1. Según datos de la Organización Panamericana de la Salud, Ecuador registra un 8.6% de niños menores de 5 años con exceso de peso, mientras que en la edad de 5 a 11 años este índice se triplica llegando al 29.9% y en el caso de adolescentes al 26%, por lo que el sobrepeso y la obesidad infantil se catalogarían como epidemia. ¿Conocía estas cifras?**

No, no conocía de esas cifras pero sé que es un problema social que debe ser tratado de mejor manera

- 2. Según investigadores especializados los niños reciben varios miles de impactos al año de mensajes que les dicen que coman un producto que no es saludable, asociados además a emociones positivas, a regalos y obsequios que además aseguran que son más sanos cuando es, al contrario. ¿Primero como padre de familia y luego como experto en Marketing qué opinión le merece estos datos?**

Creo que la publicidad de la comida rápida y de todas las franquicias en el mundo se presta mucho para hacer anuncios además son campañas gigantes con mucho presupuesto para realizar las mismas intentando demostrar que son productos saludables mediante estrategias sin embargo no siempre lo son.

- 3. Cada vez más estudios relacionan la exposición a los anuncios con el consumo de los alimentos anunciados y la interferencia con los patrones del sueño como un factor para la obesidad infantil. ¿Coincide usted con esta apreciación?**

Realmente no cuento con estudios que me demuestren eso, pero suena bastante lógico.

- 4. La OMS motiva para que los países tomen medidas respecto del internet y al marketing digital en relación a la publicidad de productos comestibles que contribuyen a la obesidad infantil. Como experto en Marketing que medidas recomendaría que se tomen en Ecuador**

Hay ciertas leyes y reglamentos dentro del marketing digital que funcionan como filtros en redes sociales como Facebook, Google Analytics y más sin embargo

creo en el Ecuador a más del semáforo nutricional debería existir más información Visual en las envolturas de los productos Para ayudar en la formación de los valores en los niños Desarrollándonos de mejor manera para interpretar la cadena nutricional en los seres humanos.

**5. ¿Estaría usted de acuerdo que se establezcan restricciones a la comercialización y promoción dirigida a niños de alimentos y bebidas poco saludables?**

Obviamente no, incluso hay productos que se venden mostrándolos como si fueran sanos, como por ejemplo barras energéticas en donde existen estudios que demuestran que son saludables.

**6. ¿Aprobaría que en los lugares donde están niños no haya ninguna forma de publicidad o promoción de alimentos ricos en grasas, azúcares, sal, etc.?**

Yo creo que todo debe tener un equilibrio, deben existir anuncios e información pero estas deben ser moderados y regidas a la ley.

**7. ¿Cómo experto en Marketing que recomendaría que se implemente en escuelas y colegios para promocionar el consumo de alimentos y bebidas saludables como frutas y verduras?**

Yo creo que sería muy importante porque los niños deben aprender a tener otro estilo de vida pero las nuevas tendencias de cierta forma obligan a las personas y comprometen a estar mejor y las escuelas también cuentan con muchas más restricciones, yo creo que es un tema también de educación, además de que los alimentos saludables son ricos.

**8. ¿Aprobaría que se norme la publicidad de alimentos no saludables en medios en franjas de horario infantil, similar en impresos e internet?**

Yo creo que esa no sería la manera, porque los niños no están tan conectados a internet sino son momentos offline en la escuela, por lo que sería mejor dirigirse a las mamás que a los niños.

## MARKETING

Cecilia Ugalde Sánchez

1. No
2. Yo creo que mucho viene de la casa, no le echaría culpa a la publicidad, si tu comes una golosina no vas a ser obeso, el tema está en el exceso, entonces yo creo que con equilibrio no hay problema, si además a eso le sumas una vida activa. Cuanto de los padres hacen alguna actividad con sus hijos, si les tienen sentados todo el día jugando play station o a una televisión, sus hijos van a ser obesos, además en la casa comen papas con arroz y avena.
3. No conozco sobre estudios relacionados sobre el tema, pero a breve rasgos me parece que no tendría una injerencia directa a menos que comas mucho antes de dormir y no puedas dormir bien, de lo contrario no habría razón para que la alimentación afecte, pero eso no necesariamente va a depender si come golosinas, sino que no sea una alimentación balanceada, es decir que coma muchos carbohidratos en la noche seguro que vas a dormir mal, no veo una relación directa. Ahí tiene que ver el tema de los límites que los padres ponen.
4. Yo creo que incluye mucho el tema de capacitación, por ejemplo, en estados unidos hay muchos programas de nutrición precisamente dirigidos a padres de familia. Los chicos no van a dejar de consumir golosinas porque les quites la publicidad, así como no han dejado de consumir porque tenga un semáforo en rojo, se necesita estímulos de otros tipos de actividades, como actividades físicas que realiza y en que sepas como alimentarse bien. La gente de recursos escasos tiene una dieta cargada de carbohidratos con cosas fritas.
5. Debería haber un control en el sentido de que no exista mentiras, luego en que tus controles no es que los niños ven la publicidad y corren a comprar, muchas veces se pueden enterar de los productos por la publicidad, pero cuando se van a la tienda ven los productos, entonces no es tanto los anuncios. Yo creo que las medidas tienen que ir por otro lado, no estoy muy de acuerdo en ese tema prohibitivo, es un tema de dar alternativas saludables con capacitación.
6. Si, en la escuela limitaría, tendrían que ser opciones sanas, es preferible que no les pongas la tentación ahí mismo.

7. En campañas de comunicación vemos que si han dado resultado con un enfoque más creativo hacia los beneficios del tipo de productos pueden tener en tu cuerpo y tu mente, utilizando temas didácticos y gráficos.
8. No, yo creo que se debería revisar el tema de contenidos, que no haya mentiras, dar alternativas sanas, pero no estoy de acuerdo con las prohibiciones, los chicos se van a dar maneras para seguir consumiendo esos productos.

## **ANEXO 2 – ENTREVISTAS A EXPERTOS EN MARKETING SOCIAL**

### ENTREVISTA A EXPERTO MARKETING SOCIAL

Nombre del entrevistado/a: Lic. Karina Castro

Profesión: Comunicadora Social

Edad: 33

1. La obesidad infantil en Ecuador tiene ya características de epidemia. El 29% de los niños y el 26% de los adolescentes sufren de esta enfermedad. ¿Qué opinión le merecen estas cifras como experto en Marketing Social?

Hay que partir del precepto del marketing como manera influenciadora en los niños y jóvenes. Es preocupante ya que las empresas ya no se enfocan en su verdadero objetivo ya que no solo venden su marca y que no les importa más que su beneficio, es alarmante ya que estas cifras crecen trimestralmente. Un niño débil psicológicamente es más propenso a este tipo de problemas. El control de los padres en tv e internet debe ser primordial.

2. ¿Está de acuerdo que cada día un número más creciente de niños y adolescentes sufren de bulling y discriminación debido al sobrepeso y que es hora que se tomen decisiones al respecto?

Se han iniciado campañas escolares para los problemas de bulling ya que sus consecuencias son deplorables. La preocupación de los padres en la comunicación es esencial.

3. ¿Cree que es necesario concienciar a la población sobre hábitos de alimentación saludable, así como la práctica de actividades físicas?

Ahora los padres aprueban los menús en las instituciones, el sobrepeso no solo se da por una mala alimentación sino también por problemas psicológicos. La educación comienza en casa la verdadera formación se crea con el ejemplo si los padres motivan la alimentación y la actividad física se puede decir que se arranca con la campaña de concientización. La caminata es un ejercicio cardiovascular que nos permite comenzar a perder grasa como medio recomendado.

4. Como experto en Marketing Social, ¿qué recomendaciones haría para reducir la publicidad y consumo de alimentos malsanos?

Los esfuerzos son vagos si las empresas no hacen conciencia y no analizan los problemas será difícil erradicar el problema. La mano del estado por medio del control es primordial para crear políticas de salud, sobretodo la salud preventiva es importantísima.

5. ¿Considera que este problema de salud pública debe ser manejado por especialistas multidisciplinarios y con alcance interinstitucional? Por favor explique sus razones.

Se debe tener personal capacitado para que desarrolle las políticas públicas en este caso serían la formación de estas personas. El hecho de potenciar las carreras e instituciones sería de gran ayuda.

6. ¿Estaría de acuerdo en participar en un programa que tenga el objetivo de reducir la obesidad infantil y sus consecuencias?

Como comunicadores sociales sabemos que nuestra tarea es educar y no solo informar para controlar porque es difícil erradicar este problema. Si un comunicador o un experto en marketing no tienen conciencia está perdiendo la base de su carrera que es ayudar.

## ENTREVISTA A EXPERTO MARKETING SOCIAL

Nombre del entrevistado/a: Lic. Marlene Guarderas

Profesión: Trabajadora Social

Edad: 52

1. La obesidad infantil en Ecuador tiene ya características de epidemia. El 29% de los niños y el 26% de los adolescentes sufren de esta enfermedad. ¿Qué opinión le merecen estas cifras como experto en Marketing Social?

Esto me parece una cifra alarmante si miramos un poquito en lo social esto nos va traer como consecuencia una población enferma que quizá impida realizar los respectivos trabajos. Debemos tratar de tener una población saludable evitar los problemas como presión arterial, diabetes, sobrepeso, desnutrición, osteoporosis, osteopenia provoca un gasto adicional a nuestro proyecto de salud pública ya que se considera un problema a este un problema de salud pública que necesita el tratarlo. Creo que los problemas empiezan desde la fallida decisión de optar por la fórmula de bebe en un inicio que desencadena en problemas después.

2. ¿Está de acuerdo que cada día un número más creciente de niños y adolescentes sufren de bulling y discriminación debido al sobrepeso y que es hora que se tomen decisiones al respecto?

Es verdad que los niños con este problema sufren de bulling en las escuelas, en las casas e incluso por sus propios hermanos y profesores que en algunas ocasiones abusan de ese poder, estar conscientes de ese daño psicológico que muchas veces pueden llevar a tomar decisiones fatales. Tratar de erradicar el sobrepeso fomentando el deporte, unidos con los padres y educadores.

3. ¿Cree que es necesario concienciar a la población sobre hábitos de alimentación saludable, así como la práctica de actividades físicas?

Esas son las medidas o las alternativas que se deberían tomar, veo que el gobierno a integrado la bailo terapia como medio, pero la gente aún no está consciente del beneficios que entregan estas actividades. Se debería trabajar en unidad el ministerio de salud, deporte y por lo menos obligar a un día a efectuar a realizar deporte en familia. Fomentar la unidad.

4. Como experto en Marketing Social, ¿qué recomendaciones haría para reducir la publicidad y consumo de alimentos malsanos?

No se puede prohibir la publicidad ya que los medios lucran y gracias a eso sobreviven recomendando que se explique de mejor manera los componentes. Incide tanto la televisión y medios sobre nuestras decisiones.

5. ¿Considera que este problema de salud pública debe ser manejado por especialistas multidisciplinarios y con alcance interinstitucional?

Tengo entendido si se está dando el equipo multidisciplinario como lo es el médico, psicólogo, trabajadora social, nutricionista y sobretodo en las escuelas ya que se está enfermando a los niños y también además de generar sus respectivos gastos.

6. ¿Estaría de acuerdo en participar en un programa que tenga el objetivo de reducir la obesidad infantil y sus consecuencias?

Tendríamos que hacerlo enfáticamente sobre todo a nuestras familias reforzar el vínculo familiar. Que conlleva a un mayor gasto y una menor producción. Todos queremos una mejor sociedad y en esto los medios si deben enfatizar y ayudar con una buena publicidad para erradicar la obesidad.

## MARKETING SOCIAL

Ing. Fernando Pesantez

- 1. La obesidad infantil en Ecuador tiene ya características de epidemia. El 29% de los niños y el 26% de los adolescentes sufren de esta enfermedad. ¿Que opinión le merecen estas cifras como experto en Marketing Social?**

Es el resultado de un sistema copiado del anglosajón en temas alimenticios, tiene mucho que ver con los estilos de vida, enfoque a la tecnología, medios digitales y redes 24/7, esto ha generado un factor importante y preocupante para arruinar el aspecto físico y mental de los jóvenes. Se debe ver más allá de los datos de sobrepeso y tomar en cuenta el estilo de vida actual.

- 2. ¿Está de acuerdo que cada día un número más creciente de niños y adolescentes sufren de bullying y discriminación debido al sobrepeso y que es hora que se tomen decisiones al respecto?**

De acuerdo, esto es trágico desde la óptica del marketing social, puesto que los jóvenes de ahora tienen una tendencia muy apegada al físico por ende llega a recaer en temas de Bullying, esto tiene asentamientos más fuertes en estratos sociales más elevados debido al alcance de recursos que estos tienen con el fin de verse bien y a la “moda”

Se debe buscar cambiar los estilos de vida que se ha copiado de las conductas de otros países que favorecen al Bullying.

- 3. ¿Cree que es necesario concienciar a la población sobre hábitos de alimentación saludable, así como la práctica de actividades físicas?**

Si, esto ya se ha hecho, más que concientizar, en marketing se usa la palabra “persuadir”, la gente en general ya sabe este tipo de hábitos puesto que a la población en general no le presta la atención correcta.

El marketing debería trabajar en la parte de persuasión, darle motivos lógicos a las personas para que haga ejercicio y coma adecuadamente.

**4. Como experto en Marketing Social, ¿qué recomendaciones haría para reducir la publicidad y consumo de alimentos malsanos?**

Poner restricciones es un error, “lo que se prohíbe me gusta más”, hacer una restricción a la publicidad no funciona porque hay más herramientas para obtener información, se debería más buscar persuadir al público para hacer ejercicio, que se cuiden y coman saludable.

**5. ¿Considera que este problema de salud pública debe ser manejado por especialistas multidisciplinarios y con alcance interinstitucional? Por favor explique sus razones.**

Si, muchos factores son cuestiones genéticas y de salud, posterior a esto vienen las conductas y hábitos alimenticios. No se puede dejar en manos únicamente de un experto para tratar al tema, se requiere psicólogos, se requiere personas entendidas en ejercicios y también políticas de estado.

**6. ¿Estaría de acuerdo en participar en un programa que tenga el objetivo de reducir la obesidad infantil y sus consecuencias?**

Si, nos gustar poder participar en programas de vinculación con la colectividad.

## MARKETING SOCIAL

- 1. La obesidad infantil en Ecuador tiene ya características de epidemia. El 29% de los niños y el 26% de los adolescentes sufren de esta enfermedad. ¿Qué opinión le merecen estas cifras como experto en Marketing Social?**

Estas cifras son alarmantes debido a que la obesidad o el sobrepeso son un tema sensible de tocar para la gran mayoría de personas. Es por ello que ahora, nosotros los que hacemos marketing social, debemos estar atentos a cómo debemos dirigirnos a este público que es cada vez más grande y más significativo en nuestra sociedad. Con esto me refiero a que debemos tener claro qué es lo que podemos promocionar y cómo debemos hacerlo ya que si impulsamos algún tipo de mensaje implícito que tome al peso corporal como tema de humor, puede que golpeemos de forma indirecta y significativamente a un consumidor que, según me cuentan, está en aumento.

- 2. ¿Está de acuerdo que cada día un número más creciente de niños y adolescentes sufren de bullying y discriminación debido al sobrepeso y que es hora que se tomen decisiones al respecto?**

Es un tema influenciador en varios lugares, especialmente en las escuelas en donde los niños están todavía desarrollando su forma de interactuar con personas fuera del hogar. En este medio en particular son los profesores y autoridades quienes deben promover un trato igualitario entre todos los alumnos, guiarlos para que aprendan que al atacar a su compañero, sin conciencia alguna, están desarrollando un devastador impacto a largo plazo en la sociedad.

Si esto no se controla, pronto existirán demasiados antisociales.

- 3. ¿Cree que es necesario concienciar a la población sobre hábitos de alimentación saludable, así como la práctica de actividades físicas?**

Hoy en día tenemos varios indicadores nutricionales en los alimentos que circulan por el país como lo son los famosos semáforos que deben incluirse en el etiquetado de los productos.

Esto es una muestra de que a nuestro gobierno le interesa dar a conocer a su población que tipo de alimentos y que tipo de nutrición están consumiendo al momento de comprar un producto. Sin embargo esto no ha llegado a impactar de

forma positiva debido a que muchas personas desconocen de hábitos alimenticios saludables.

**4. Como experto en Marketing Social, ¿qué recomendaciones haría para reducir la publicidad y consumo de alimentos malsanos?**

Es un tema realmente complicado el tratar de reducir este tipo de publicidad y consumo debido a que generalmente son multinacionales gigantes con mucho poder de influencia quienes controlan estos alimentos.

Pudiera recomendar que estas empresas cambien sus materias primas para que produzcan comidas malsanas menos tóxicas o dañinas, usando ingredientes de mejor calidad y quizá así poco a poco las personas entiendan el riesgo que tiene consumir estos productos.

**5. ¿Considera que este problema de salud pública debe ser manejado por especialistas multidisciplinarios y con alcance interinstitucional? Por favor explique sus razones.**

Definitivamente, porque el asistir a una persona en varios espacios profesionales como pueden ser en las escuelas, al acudir a un nutriólogo, un nutricionista, un ministerio que impulse el deporte de la sociedad sin tener como objeto la competencia sino un desarrollo físico y mental; son de fuerte impacto en la cultura que se genera dentro de las personas.

**6. ¿Estaría de acuerdo en participar en un programa que tenga el objetivo de reducir la obesidad infantil y sus consecuencias?**

Dependería de quienes son los organizadores y de cómo se llevaría a cabo dicho programa, es decir, bajo las órdenes de que grupo o persona estaría si está claro lo que se va a realizar, si todo cumple lo estipulado y sobre todo si es organizado.

Si asistiera a uno que cumpla con esos parámetros.

## MARKETING SOCIAL

- 1. La obesidad infantil en Ecuador tiene ya características de epidemia. El 29% de los niños y el 26% de los adolescentes sufren de esta enfermedad. ¿Qué opinión le merecen estas cifras como experto en Marketing Social?**

La verdad que son cifras alarmantes, pareciera que este tema aún no nos afectaba tanto y como no se ha escuchado mucho pues no lo había pensado a profundidad. Ahora que me informo, me surgen incógnitas como qué acciones tomarán las autoridades? o cuál será el futuro del deporte en nuestro medio?

- 2. ¿Está de acuerdo que cada día un número más creciente de niños y adolescentes sufren de bullying y discriminación debido al sobrepeso y que es hora que se tomen decisiones al respecto?**

No creo que sea un número creciente de afecciones por bullying o acoso debido a que hoy se ha creado conciencia en nuestra gente. Tenemos mucho medios informativos que nos guían a tratar a todos de igual manera y que no debemos acusar al prójimo debido a que tarde o temprano podremos necesitarlo en una determinada tarea de nuestras vidas.

Son cosas que nos hacen replantearnos dos o tres veces el tomar una u otra decisión en estos momentos.

- 3. ¿Cree que es necesario concienciar a la población sobre hábitos de alimentación saludable, así como la práctica de actividades físicas?**

Como mencioné antes, creo que hoy en día existen varios medios de comunicación tanto virtuales como físicos que se han dado el tiempo para informarnos sobre este tema y sobre cómo debemos actuar ante estas situaciones.

- 4. Como experto en Marketing Social, ¿qué recomendaciones haría para reducir la publicidad y consumo de alimentos malsanos?**

Como conocedor de esta área, les diría a las empresas que son las encargadas de producción y comercialización de este tipo de alimentos que hay un tema muy importante rondando en las cabezas de los consumidores el cual debe ser atendido de inmediato caso contrario llegará otra empresa y tomará la delantera. Este tema

es el de la erradicación de alimentos pocos saludables lo cual podría traer grandes beneficios en un futuro no muy lejano.

- 5. ¿Considera que este problema de salud pública debe ser manejado por especialistas multidisciplinarios y con alcance interinstitucional? Por favor explique sus razones.**

Estoy de acuerdo en que es un tema que debe ser tratado por instituciones y sus autoridades así como también por un grupo basto de profesionales en distintas áreas profesionales que tratan al ser humano para así llegar de todas las maneras posibles al subconsciente de las personas.

- 6. ¿Estaría de acuerdo en participar en un programa que tenga el objetivo de reducir la obesidad infantil y sus consecuencias?**

Claro que lo aceptara, es un tema muy importante en la sociedad y si puedo ayudar en algo pues lo hiciera con total agrado.

## **ANEXO 3 – ENTREVISTAS A EXPERTOS EN NUTRICIÓN**

### **NUTRICIONISTAS**

**1.- Según datos de la Encuesta Nacional de Salud y Nutrición, Ecuador registra un alto índice de niños y adolescentes con problemas de sobrepeso y obesidad, que se puede catalogar como epidemia. ¿Cómo percibe esta situación?**

Se puede catalogar como una situación muy crítica para los niños que sufren esta epidemia debido a que refleja un desinterés por parte de los padres debido a que sin pensar es un problema muy importante que influye en el desarrollo de los niños y con el tiempo puede ser insuperable estos problemas.

**2.- ¿Está de acuerdo que la Obesidad Infantil debe ser vista como un problema de Salud Pública?**

Muy de acuerdo debido a que no existen muchas regulaciones ni restricciones sobre los productores y comercializadores de consumo de alimentos y bebidas saturados con diferentes estándares y características

**3.-La ciencia de la Nutrición actual invita a reflexionar en el hecho de que una madre mal alimentada gestara un niño con graves problemas "in útero" que marcara su salud para toda la vida. En Ecuador hay bebés que ya ingieren alimentos distintos a la leche materna desde el primer mes de nacidos, lo que, según la OMS, es altamente riesgoso en función de generar un desarrollo acelerado de sobrepeso y obesidad. ¿Cómo ve usted estas situaciones?.**

La situación de que los niños ingieran alimentos distintos a la leche materna desde el primer mes de nacido es muy preocupante debido a que los efectos solo pueden recaer en generar un desarrollo de sobrepeso acelerado si no que pueden causar lesiones graves e irreversibles en el interior de los niños, estos problemas son debidos o causados a la desinformación o ser novatos e inexpertos en el tema de alimentar debidamente a los niños, las recomendaciones como una nutricionista profesional es que visiten constantemente a su pediatra y nutricionista de confianza para que se rijan a un plan de desarrollo para un buen manejo de alimentos en calidad, horarios, y porción.

**4.- ¿En su opinión debe ser parte de las políticas públicas el promover la lactancia materna, así como la ingesta de nutrientes adecuados, la actividad física y la reducción de productos altos en azúcares y grasas?**

Como una opinión muy personal pienso que deberían hacer énfasis en estos dos temas ya que en la actualidad las madres modernas son muy cómodas a lo que recurren a proporcionar a los bebés o niños productos sustitutos a la leche materna o productos altos en azúcares y grasas, con lo que están causando daños a mediano y a largo plazo debido a que los niños van a sustituir y reemplazar a productos con nutrientes adecuados.

**5.-Según datos de varios organismos nacionales e internacionales el consumidor carece de información sobre una adecuada nutrición y desconoce cómo llevar una alimentación sana para los niños y la familia, ¿qué recomendaría usted al respecto?**

Es verdad debido a que existen una sobreinformación y publicidad sobre productos altos en grasa y azúcares y no lo contrario no existe publicidad o información de productos con buenos nutrientes, y todo esto recae en organismos nacionales e internacionales que no realizan un buen trabajo.

**6.- ¿Desde su perspectiva como Nutricionista considera que la publicidad en los diferentes medios de productos como snacks, colas, etc. influye en la conducta alimenticia de los niños y adolescentes y que por tanto debe ser regulada?**

La publicidad en la actualidad es muy agresiva lo que en algunas publicidades actúan en los subconscientes de los niños lo que los padres no se dan cuenta y no controlan el manejo de medios electrónicos donde se publicitan.

**7.-Como especialista en Nutrición, ¿cómo ve la alimentación de los niños ecuatorianos?**

La nutrición de los niños ecuatorianos según un estudio realizado depende mucho de su estado socio económico debido a que los niños con mayores posibilidades se alimentan de mejor manera con productos ricos en nutrientes.

## NUTRICIONISTAS

- 1. Según datos de la Encuesta Nacional de Salud y Nutrición, Ecuador registra un alto índice de niños y adolescentes con problemas de sobrepeso y obesidad, que se puede catalogar como epidemia. ¿Cómo percibe esta situación?**

La obesidad es un problemática a nivel mundial , lo cual se refleja también en nuestra nación debido al poco conocimiento y por decirlo así al desconocimiento total sobre un plan nutricional debido a la falta de fomentación por parte de políticas públicas donde se debería tratar este problema y mantenerlo en todas las etapas de vida .

- 2. ¿Está de acuerdo que la Obesidad Infantil debe ser vista como un problema de Salud Pública?**

Considero que la obesidad en nuestro medio ha tornado de cierto modo algo común, debido a la problemática es necesario fomentar una nutrición activa nivel social-educativo, esto también se presenta a la falta de inobservancia del estado para fomentar un plan de desarrollo que se ha fomentado a nivel institucional educativo e institucional social en donde la población podría concurrir para una vida sostenible.

- 3. La ciencia de la Nutrición actual invita a reflexionar en el hecho de que una madre mal alimentada gestara un niño con graves problemas "in útero" que marcará su salud para toda la vida. En Ecuador hay bebés que ya ingieren alimentos distintos a la leche materna desde el primer mes de nacidos, lo que, según la OMS, es altamente riesgoso en función de generar un desarrollo acelerado de sobrepeso y obesidad. ¿Cómo ve usted estas situaciones?**

Se debería llevar un estricto control nutricional en un plan de una mujer embarazada o en proceso de gestación en el que si bien es cierto la alimentación no es la mejor para estos momentos de los sere recién nacidos, se debería llevar el control médico de cabecera y conjuntamente analizar la no incrementación

acelerado de sobre peso en un recién nacido es por muy importante llevar periódicamente el control de las mujeres embarazadas al menos en este tiempo en donde el incremento de peso es muy fácil ganarlo y que de cierta manera es muy difícil reducirlo debido a la falta de conocimiento.

**4. ¿En su opinión debe ser parte de las políticas públicas el promover la lactancia materna, así como la ingesta de nutrientes adecuados, la actividad física y la reducción de productos altos en azúcares y grasas?**

Se debería considerar, supervisar y controlar todas las gamas en la producción nacional en lo que trata de alimentos como también en productos de importación que ingresan al país debido a estricto régimen de control en el que el país debería fomentar en los niños niñas y adolescentes y de especial manera a una madre en periodo de gestación debido a un énfasis en el desarrollo y crecimiento de una criatura dentro del vientre materno para una alimentación sana, saludable, sostenible , nutritiva en el que sea parte de una buena formación , será deber del estado crear y modificar políticas públicas para la nutrición en general y para la mujer embarazada en todas sus etapas.

**5. Según datos de varios organismos nacionales e internacionales el consumidor carece de información sobre una adecuada nutrición y desconoce cómo llevar una alimentación sana para los niños y la familia, ¿qué recomendaría usted al respecto?**

Creando políticas públicas no es suficiente para que una población tenga conocimiento pleno sobre una buena alimentación por ello no solamente es necesario crear este tipo de canalé en los que se pueda interactuar para con la población si no también una preparación con una mayor cantidad de conocimientos profesionales a nivel educativo social y de servicio a la comunidad.

**6. ¿Desde su perspectiva como Nutricionista considera que la publicidad en los diferentes medios de productos como snacks, colas, etc. influye en la conducta alimenticia de los niños y adolescentes y que por tanto debe ser regulada?**

Consideramos como profesionales de nutrición que la publicidad de hacer saber al consumidor, los daños colaterales que pueden llegar a causar los alimentos que se ingieren , es método más adecuado para que el consumidor tome concientización y de esta manera se evite en alguna forma el consumo de mismo.

**7. Como especialista en Nutrición, ¿cómo ve la alimentación de los niños ecuatorianos?**

La nutrición a nivel nacional observo que dentro de un rango puede ser mala o muy mala debido a la falta de conocimientos o la falta de interés en el tema debido a que el ecuatoriano consume y vive de una forma muy racional basado en su misma costumbre familiar y que esto se viene dando desde nuestros antiguos el mal concepto de una alimentación sana lo confunde con el abuso o la sobrecarga en una alimentación que si bien es cierto no es dañina pero la anuncia con la que consume ese alimento sano puede llegar a tener efectos del sobre peso es por eso que no solo es importante conocer cuáles son los alimentos con los que deberíamos nosotros alimentarnos si no también la cantidad y la falta de un método de desgaste físico diario que si bien es cierto la mayoría no lo hace o no lo practica.

## NUTRICIONISTA

- 1. Según datos de la Encuesta Nacional de Salud y Nutrición, Ecuador registra un alto índice de niños y adolescentes con problemas de sobrepeso y obesidad, que se puede catalogar como epidemia. ¿Cómo percibe esta situación?**

En realidad es un problema bastante delicado, el 29,9% de niños y adolescentes en el Ecuador entre el rango de 5-11 años padecen de sobrepeso y obesidad, como comprenderá es una cifra alarmante. Esta situación no solo conlleva a la alimentación familiar sino también tiene que ser más allá, organismos gubernamentales los que se preocupen de tratar de llegar a una solución adecuada y tratar de evitar a toda costa esta situación.

- 2. ¿Está de acuerdo que la Obesidad Infantil debe ser vista como un problema de Salud Pública? ¿Por qué motivo?**

Sí, yo considero que sí. El gobierno tiene que involucrarse también en esta situación.

Yo creo que desde los colegios, desde las escuelas en Centros de Salud en todos los medios que tiene el gobierno para llegar a la ciudadanía tiene que hacerlo para poder sobrellevar esto.

- 3. La ciencia de la Nutrición actual invita a reflexionar en el hecho de que una madre mal alimentada gestara un niño con graves problemas "in útero" que marcara su salud para toda la vida. En Ecuador hay bebés que ya ingieren alimentos distintos a la leche materna desde el primer mes de nacidos, lo que, según la OMS, es altamente riesgoso en función de generar un desarrollo acelerado de sobrepeso y obesidad. ¿Cómo ve usted estas situaciones? Pedir causas y recomendaciones.**

Haber la leche materna para un niño entre 0 y 6 meses de edad es básico incluso para su adultez, los nutrientes que ingiere en la leche materna son lo que le servirá toda su vida.

En verdad la naturaleza también es sabia, si las madres están mal alimentadas la leche materna si es el conductor de todo lo que le pasa a su madre, sin embargo si se aprovecha los nutrientes que tiene está para poderle llevar al niño y alimentarle de la mejor manera.

Bueno ahora también los estereotipos de cómo tiene que ser una mujer, delgada no se alimenta bien no quiere dañar su cuerpo, eso son otros factores también para que no les den de lactar. Tendríamos que repotenciar el asunto de que el niño aunque ya no consuma la leche materna que es lo básico y recalco que eso tendría que ser a toda costa, tendríamos que ver por leches de fórmula que también como una opción, si bien no va a remplazar totalmente puede ayudar para que el niño empiece a crecer bien. Podríamos también ya más grandecito adicionar otro tipo de alimentación como coladas, el gobierno se encarga también en este ámbito y entregan las colaciones ya para niños más grandes.

**4. ¿En su opinión debe ser parte de las políticas públicas el promover la lactancia materna, así como la ingesta de nutrientes adecuados, la actividad física y la reducción de productos altos en azúcares y grasas?**

Si, si también básicamente tiene que el gobierno preocuparse de eso. Si hay al momento si se preocupa el gobierno de cierta manera de promover a la lactancia materna, hay muchas campañas, mucha educación a madres para que puedan acceder e incluso también les indican que ellas no tienen que comer mucha grasa, el azúcar es malo porque unido con lo que estamos hablando de sobrepeso y obesidad puede desencadenar en problemas graves que usted conoce como es la diabetes. Inculcar actividad física, maneras adecuadas de comer, reducir los azúcares las grasas.

Si usted ve últimamente también existió este impuesto a los alimentos azucarados lo cual sin decir que puede ser conveniente para la alimentación vio que por ejemplo en las colas redujeron y hay en la misma marga hay grados una con el azúcar completo, otra media y otra sin azúcar entonces si se preocupan, si ayudan un poco de alguna manera.

**5. Según datos de varios organismos nacionales e internacionales el consumidor carece de información sobre una adecuada nutrición y desconoce cómo llevar**

**una alimentación sana para los niños y la familia, ¿qué recomendaría usted al respecto? (recomendación)**

Efectivamente como usted dice el consumidor carece de información completa se va tratando de incluir dentro de la compra de los alimentos, como es por ejemplo ahora la semaforización en muchos alimentos, y eso es importante darnos cuenta, no quiere decir que todas las personas no tengan que ingerir azúcar pero si usted ve alto en azúcar, alto en grasa, alto en sal, rojo, rojo, rojo, es un alimento que no conviene.

Ahora yo creo que si deberíamos para una adecuada nutrición fomentar más propagandas y a los niños también de alguna manera llegarles a concientizar; usted sabe que ellos son unas esponjitas si bien en la edad que estamos contemplando de 5 a 11 años es en la casa en donde se ven los alimentos, muchas veces por las situaciones actuales de trabajo los padres no tienen mucha opción de organizar la comida y han optado por comprar de viandas, y claro la comida de viandas es llena de carbohidratos, son harinas en cantidades ponen en la sopa le dan papas en el segundo le dan arroz con grano maduro que todo eso influye y conlleva a la subida de peso.

Yo creo que si se debería impulsar un poco la existencia de los nutricionistas pues nosotros estamos un poco para guiar la manera de comer. Ahora no decir usted se va a comer una porción de carne una de no, no así no, pero si saber cuáles son los grupos, cuales son las proteínas, cuales los carbohidratos los azúcares en que desencadena mucha azúcar cuando se come y cosa por el estilo. Hacerles concientizar que lo que están ingiriendo cuando son niños les va a beneficiar cuando son adultos.

**6. ¿Desde su perspectiva como Nutricionista considera que la publicidad en los diferentes medios de productos como snacks, colas, etc. influye en la conducta alimenticia de los niños y adolescentes y que por tanto debe ser regulada?**

Definitivamente si, definitivamente muchas veces decimos nosotros no sé si usted ha escuchado que la comida entra por los ojos entonces llamar la atención con colores, con propagandas con muñequitos en la televisión, deberíamos más bien hacer campañas así de fuertes como hacen los snacks o las colas así para decir que es lo

que tienen que comer y que es lo que no tienen que comer. El facilitismo que tenemos ahora de padres de que un niño está viendo la televisión nosotros estamos haciendo alguna actividad, tengo hambre, de hacer un batido con alguna fruta o alguna cosa, pues no no le hacemos el batido con frutas sino simplemente abrimos una funda de papas fritas y le damos para que coma, entonces no no nosotros también como adultos tenemos que tener control y regularnos muy bien en este tipo de situaciones.

#### **7. Como especialista en Nutrición, ¿cómo ve la alimentación de los niños ecuatorianos?**

Muy deficiente, yo de la experiencia que he llegado a tener trabajo con algunos niños en algunos lugares dentro y fuera de la ciudad es una alimentación bastante rudimentaria por decirlo de alguna manera, no hay equilibrio en lo que se consume definitivamente, se les enseña luego que lo bueno y lo saludable son las comidas chatarras y no las comidas que nos da la naturaleza que nos da el campo, sin embargo yo veo que se está tratando de rescatar alimentos para los niños siendo básicos como recalcábamos hace un momento con la leche materna, ganaríamos un poco de espacio en darles eso, pero no hay que descuidarse que también luego de la leche materna tienen que ingerir alimentos adecuados

## NUTRICIONISTA

Bernarda Bahamonde

- 1. Según datos de la Encuesta Nacional de Salud y Nutrición, Ecuador registra un alto índice de niños y adolescentes con problemas de sobrepeso y obesidad, que se puede catalogar como epidemia. ¿Cómo percibe esta situación?**

El sobrepeso la obesidad y los trastornos alimenticios se han convertido al problema de salud mundial en nuestro país también el índice de problemas de salud derivados de la mala alimentación se han incrementado notablemente en mi opinión esta situación debe ser enfrentada como política de salud pública por que abarca múltiples aspectos.

- 2. ¿Está de acuerdo que la Obesidad Infantil debe ser vista como un problema de Salud Pública?**

Estoy muy de acuerdo, la nutrición adecuada desde la infancia debe ser motivo de preocupación fundamental por parte de las autoridades de salud.

- 3. La ciencia de la Nutrición actual invita a reflexionar en el hecho de que una madre mal alimentada gestara un niño con graves problemas "in útero" que marcara su salud para toda la vida. En Ecuador hay bebés que ya ingieren alimentos distintos a la leche materna desde el primer mes de nacidos, lo que, según la OMS, es altamente riesgoso en función de generar un desarrollo acelerado de sobrepeso y obesidad. ¿Cómo ve usted estas situaciones?**

La mala alimentación de la población repercute la alimentación inadecuado de la mujer gestante y posteriormente de los infantes comenzando con múltiples con leche de fórmula en lugar de la leche materna lamentablemente estos problemas son derivados de la falta de Educación por parte de la población el desconocimiento sobre aspectos sobre de nutrición de niños y adolescentes repercute en la salud en general y debe ser motivo de una campaña de colegios

- 4. ¿En su opinión debe ser parte de las políticas públicas el promover la lactancia materna, así como la ingesta de nutrientes adecuados, la actividad física y la reducción de productos altos en azúcares y grasas?**

Sí estoy de acuerdo con lo que usted manifiesta la alimentación correcta de la población debe ser tratada desde el estado como política pública porque abarca múltiple facetas como la producción de alimentos y su control la educación a la

población para que se alimente correctamente evitando alimentos nocivos altos en grasas, azúcares y como el consumo excesivo de carbohidratos; la lactancia materna es esencial en la nutrición adecuada de los infantes esto debe ser abordado como una campaña de educación sostenida por parte del Ministerio de salud. De igual manera la actividad física es muy importante en la niñez y adolescencia que hoy lamentablemente se ha dejado de lado debido al uso descontrolado de la tecnología.

**5. Según datos de varios organismos nacionales e internacionales el consumidor carece de información sobre una adecuada nutrición y desconoce cómo llevar una alimentación sana para los niños y la familia, ¿qué recomendaría usted al respecto?**

Como ya se manifestó considero esencial la educación de la población sobre alimentación nutritiva no basta con la información elemental sobre el contenido de los productos que se expenden en el mercado respecto al contenido de azúcares, sal, grasas el conocimiento de las propiedades de los alimentos de una buena nutrición debe ser más extenso y profundo.

**6. ¿Desde su perspectiva como Nutricionista considera que la publicidad en los diferentes medios de productos como snacks, colas, etc. influye en la conducta alimenticia de los niños y adolescentes y que por tanto debe ser regulada?**

Como ya se manifestó considero esencial la educación de la población sobre alimentación nutritiva no basta con la información elemental sobre el contenido de los productos que se expenden en el mercado respecto al contenido de azúcares, sal, grasas el conocimiento de las propiedades de los alimentos de una buena nutrición debe ser más extenso y profundo.

**7. Como especialista en Nutrición, ¿cómo ve la alimentación de los niños ecuatorianos?**

Lamentablemente la alimentación de los niños en nuestro país no es adecuada a pesar de que se producen alimentos agrícolas de buena calidad como frutas, legumbres la alimentación no es buena debido al nivel económico de la población en algunos sectores o por el consumo indiscriminado de productos de bajo contenido nutritivo lo que se une a la falta de actividad física.

## **ANEXO 4 – ENTREVISTAS A EXPERTOS EN PEDIATRÍA**

### **PEDIATRA**

**Dra. Paola Rubio**

- 1. La obesidad infantil registra índices alarmantes en nuestro medio y este fenómeno tiene directa relación con la alimentación. ¿Cómo calificaría usted a la dieta habitual que siguen padres e hijos?**

Mala

Dentro de las consultas externas y atención en pediatría se registra que la alimentación actual de los padres es mala repercutiendo a los niños, se ha visto índices más elevados de obesidad infantil en este tiempo puesto que antes se tenía más tendencia a la desnutrición gracias al acceso de comida rápida y a la publicidad que tenemos.

- 2. ¿Se puede considerar que si los padres no practican una buena alimentación hay un alto riesgo de que los hijos sean obesos?**

Definitivamente, los niños siguen conductas y tendencias alimenticias de los padres sin considerar los niveles de carbohidratos necesarios, así como la ingesta de frutas y verduras esto se vuelve una costumbre para los niños, así como también la vida sedentaria que llevan los padres es copiada por los hijos.

- 3. ¿Que considera usted que se debe hacer para concienciar a la población de los graves problemas que tiene la obesidad en la salud física y psicológica de los niños a corto y largo plazo? ¿Y cuáles son los factores que influyen para este fenómeno?**

Se puede trabajar con charlas educativas para los niños en las escuelas mostrándoles los problemas que conlleva tener sobre peso en la niñez y en su futura vida adulta.

- 4. La falta de tiempo de los padres hace que recurran a la llamada “comida rápida” y tanto ellos como sus hijos adquieren malos hábitos alimenticios, ¿qué consecuencias trae esta práctica a la salud de la familia? ¿Podría afirmar que la obesidad es una enfermedad familiar?**

Por supuesto, se encuentra relacionado con el núcleo familiar ya que los niños siguen las conductas de sus padres y si los mismos acceden demasiado a comida rápida los niños asimilarán este tipo de conductas como una tendencia normal.

**5. ¿Considera que los padres y madres de familia tienen suficiente información sobre alimentación y de cómo esta incide en un crecimiento saludable de los niños y adolescentes?**

Falta información, se requiere que los padres de familia tengan a la mano más información con respecto al tema de nutrición para la familia. En relación a la consulta, las demandas son grandes y el tiempo de consulta es pequeño como para dar indicaciones específicas de nutrición.

**6. ¿Considera que para enfrentar esta epidemia es necesario que la sociedad, los padres de familia, así como expertos multidisciplinarios se unan para la prevención y tratamiento de estos casos? Denos sus razones por favor.**

Este es un manejo multidisciplinario puesto que adicional al sobrepeso los niños pueden venir ya con problemas endocrinos, gastrointestinales por ende se debe actuar con diversos profesionales.



## **PEDIATRA**

Dr. David Barzallo

**1. La obesidad infantil registra índices alarmantes en nuestro medio y este fenómeno tiene directa relación con la alimentación. ¿Cómo calificaría usted a la dieta habitual que siguen padres e hijos?**

Yo creo que entraría en el ámbito del regular debido a que hemos visto aquí en consulta que aumentado el índice de niños con obesidad y sobrepeso esto ha tenido un cambio principalmente en los últimos años debido a que se ha incorporado lo que son dietas con gran cantidad de hidratos de carbono lo que ha llevado a que los niños presentan también a nivel más elevado de esta patología que es una epidemia mundial principalmente en los países occidentales.

**2. ¿Se puede considerar que si los padres no practican una buena alimentación hay un alto riesgo de que los hijos sean obesos?**

Si, se tiene mucha vinculación en la que es principalmente se tiene mucha idea de que si los padres tienen alteraciones lo que son sus dietas Esto va a ser seguidas por sus propios hijos también está relacionado principalmente porque ahora los los niños no comen conjunto con sus padres debido a que antes se preparaban los alimentos en la casa y vendrían a ser un poco más sanos ahora se prefiere salir a comer en otros lados y algunas veces estos alimentos están sobrecargados de grasas, grasas saturadas, hidratos de carbono entonces va involucrar una dieta mala no solo para los niños sino también para toda la familia

**3. ¿Que considera usted que se debe hacer para concienciar a la población de los graves problemas que tiene la obesidad en la salud física y psicológica de los niños a corto y largo plazo? ¿Y cuáles son los factores que influyen para este fenómeno?**

Yo creo que son principalmente las medidas higiénico dietéticas que se tienen que adoptar por parte del Ministerio de salud pública principalmente se deben dar charlas educativas de lo que son no sólo a los niños sino también a los padres debido a que los padres van a ser los que les proporcione los alimentos si estos consideran o tienen una dieta mala van a seguir lo mismo los niños entre principalmente los factores de riesgo que podríamos decir que niños que han nacido grandes al momento de nacer

se podría decir tienden a tener a futuro obesidad al igual que cuando tiene padres diabéticos o con otras igual con sobrepeso o obesidad son factores de riesgo que van a predisponer que sus hijos también te padezcan de esta patología y esto puede llevar a futuro que presenten otras alteraciones a nivel cardiovascular o principalmente metabólicas entre esas la diabetes e hipertensión.

**4. La falta de tiempo de los padres hace que recurran a la llamada “comida rápida” y tanto ellos como sus hijos adquieren malos hábitos alimenticios, ¿qué consecuencias trae esta práctica a la salud de la familia? ¿Podría afirmar que la obesidad es una enfermedad familiar?**

Como ya lo mencione principalmente hemos visto que un factor de riesgo factor predisponente a que presenten los niños obesidad o sobrepeso es la falta de tiempo que tienen los padres para proporcionar lo que es una dieta adecuada principalmente realizandola porque los fines de semana salen a comer y eligen lugares donde se expende lo que es hamburguesas, pizzas que no sirven como una dieta adecuada para un niño, cuando están trabajando también no tienen el tiempo suficiente para poder elaborar un buen plato que sea muy nutritiva para los niños. Enfermedad familiar es verdad principalmente es que los niños no ven que tienen una dieta adecuada los mismos padres van a seguir las mismas tendencias de la misma alimentación al igual que no sólo se tiene que enfocar en lo que es una alimentación mala sino también lo que es actividades como sedentarismo y la falta de ejercicio que también lleva a que se presente enfermedad como la obesidad y el sobrepeso.

**5. ¿Considera que los padres y madres de familia tienen suficiente información sobre alimentación y de cómo esta incide en un crecimiento saludable de los niños y adolescentes?**

Yo creo que la información en un punto puede ser que sí la tenga ya que ahora con el internet, televisión se sobre bombardean de información que en algunos casos puede ser no la adecuada. Cuando han venido a consulta se le ha tratado de explicar a los padres cuál sería la alimentación adecuada que tenían que tener los niños además cuáles serían las guías que tendrían que seguir para que puedan tener una buena alimentación no sólo los niños sino también ellos porque como habíamos mencionado es que los niños vean que tienen una dieta adecuada o unas medidas higiénico

dietéticas adecuadas ellos los van a seguir, entonces la información existe lo malo es que algunas veces se lee lo incorrecto o no tienen el tiempo suficiente para leer la información que es adecuado.

**6. ¿Considera que para enfrentar esta epidemia es necesario que la sociedad, los padres de familia, así como expertos multidisciplinarios se unan para la prevención y tratamiento de estos casos? Denos sus razones por favor.**

Sí como médicos insistimos en que trata de lo que es la obesidad y sobrepeso tiene que ser tratado principalmente no solo por parte de nosotros sino de conjunto en una forma integral con los padres además con los con los profesores en las escuelas para que ellos también den charlas educativas a los niños para que puedan también concientizar y hacer que entiendan que una dieta adecuada principalmente su salud y que va a evitar a futuro que tenga enfermedades que puedan ser mortales por ejemplo el infarto de miocardio.

**7. Según el New York Times, existe presión de grupos industriales multinacionales para que en el Ecuador no se promueva la lactancia materna. Que opinión le merece este tema.**

Hay casos de pacientes no han dado lactancia a su hijo y no es lo adecuado, principalmente se debe pensar que hasta los 6 meses los niños tienen que estar exclusivamente sólo con la leche materna y después irle introduciendo poco a poco los alimentos, pero ahora existe la tendencia que tiene las madres principalmente por la falta de tiempo y por el trabajo que tiene es preparar las leche de fórmula y estas leches no son a partir de la leche materna si no son fragmentos que se toman de varias como de proteínas grasas y se juntan para formar este tipo de leche.

## **PEDIATRAS**

Entrevista al Dr. Andrés Garate Sanmartín especializado en pediatría y medico en el hospital del río.

- 1. La obesidad infantil registra índices alarmantes en nuestro medio y este fenómeno tiene directa relación con la alimentación. ¿Cómo calificaría usted a la dieta habitual que siguen padres e hijos?**

Buena

Regular

Mala

Muy mala

- 2. ¿Se puede considerar que si los padres no practican una buena alimentación hay un alto riesgo de que los hijos sean obesos?**

Esto es una realidad, una mala práctica alimenticia aumenta este riesgo.

- 3. ¿Que considera usted que se debe hacer para concienciar a la población de los graves problemas que tiene la obesidad en la salud física y psicológica de los niños a corto y largo plazo? ¿Y cuáles son los factores que influyen para este fenómeno?**

Primero en cuestiones de educación en la gente acerca de la presencia de enfermedades metabólicas como la diabetes la hipertensión, los trastornos metabólicos en los jóvenes, y todo eso es por un estilo inadecuado de vida por lo que habría que priorizar primero la actividad física que cada vez se va perdiendo, y otra serían crear regímenes de alimentación adecuados con las proporciones adecuadas de cada grupo alimentario.

- 4. La falta de tiempo de los padres hace que recurran a la llamada “comida rápida” y tanto ellos como sus hijos adquieren malos hábitos alimenticios, ¿qué consecuencias trae esta práctica a la salud de la familia? ¿Podría afirmar que la obesidad es una enfermedad familiar?**

Claro que sí, cada día se pierde más el contacto entre la familia y la educación y esto lleva a hábitos poco saludables.

- 5. ¿Considera que los padres y madres de familia tienen suficiente información sobre alimentación y de cómo esta incide en un crecimiento saludable de los niños y adolescentes?**

Creo que no, nos falta un poco más de información, lamentablemente estamos en un mundo globalizado en el que todo está comercializado e industrializado, y creo que nos falta educarnos sobre una nutrición de calidad.

- 6. ¿Considera que para enfrentar esta epidemia es necesario que la sociedad, los padres de familia, así como expertos multidisciplinarios se unan para la prevención y tratamiento de estos casos? Denos sus razones por favor.**

Sí porque la salud no solamente debe ser curativa sino también preventiva, entonces creo que en cualquier nivel de atención que sea apegado al ámbito de salud debe ir acompañado de educación y prevención.

- 7. Según el New York Times, existe presión de grupos industriales multinacionales para que en el Ecuador no se promueva la lactancia materna. Que opinión le merece este tema.**

Realmente ver campañas en contra de eso no, obviamente siempre hay intereses donde hay dinero de por medio, pero está en nosotros concientizar a la gente sobre la importancia de la lactancia materna.

## **Pediatra**

Alexandra Barrera

- 1. La obesidad infantil registra índices alarmantes en nuestro medio y este fenómeno tiene directa relación con la alimentación. ¿Cómo calificaría usted a la dieta habitual que siguen padres e hijos?**

Mala ya que si analizamos este problema de salud mundial de manera lineal en el tiempo debemos empezar mencionando que una de las principales causas es la ablactación temprana, significando esto la sustitución de la lactancia materna por otros tipos de alimentos, situación que se ve favorecida por varios motivos como por ejemplo mayor índice de trabajo femenino, migración. Además de eso es importante considerar que la dieta a la que se someten los niños desde su infancia temprana es una dieta a base de hidratos de carbono y grasas saturadas, sin olvidar que uno de los principales factores que contribuyen a esta pandemia son el abandono de hábitos de actividad física cada vez más suplidos en la vida infantil por actividades relacionadas con la tecnología.

- 2. Se puede considerar que si los padres no practican una buena alimentación hay un alto riesgo de que los hijos sean obesos?**

Definitivamente la alimentación de los niños depende en gran proporción desde la alimentación de sus padres, partiendo desde el acto en que no están en capacidad de preparar sus propios alimentos, hasta abordar el tema que la alimentación son hábitos aprendidos, por lo que si las conductas alimentarias maternas y paternas no son saludables estos niños terminarían con problemas de obesidad o mal nutrición.

- 3. ¿Qué considera usted que se debe hacer para concienciar a la población de los graves problemas que tiene la obesidad en la salud física y psicológica de los niños a corto y largo plazo? ¿Y cuáles son los factores que influyen para este fenómeno?**

La susceptibilidad de los niños y de los padres a las redes sociales, que, hasta la actualidad, han favorecido esta problemática de salud, pueden ser una herramienta fuerte y útil en el camino de poder sensibilizar, así como informar a las familias de las complicaciones en las que puede desencadenar la obesidad infantil. No es un problema que deba ser abordado a un solo nivel, la solución que realmente afecte y

mejore la situación de salud alimentaria en niños, debe tener múltiples aristas, desde políticas de salud, hasta una educación alimentaria más específica y adecuada para padres y niños, sin olvidar la información que se brinde en escuelas, centros de salud y en cada espacio de nuestra sociedad.

**4. La falta de tiempo de los padres hace que recurran a la llamada “comida rápida” y tanto ellos como sus hijos adquieren malos hábitos alimenticios, ¿qué consecuencias trae esta práctica a la salud de la familia? ¿Podría afirmar que la obesidad es una enfermedad familiar?**

Los hábitos de alimentación definitivamente influyen en la presencia de obesidad e incluso en la desnutrición, como acertadamente se menciona en la introducción de la pregunta, el gran porcentaje de influencia que tiene la comida rápida en la alimentación familiar, es un gran problema, un niño menor de 10 años, según estadísticas internacionales, consume el 70% de sus alimentos en casa, considerando que consume el resto de alimentos en gran mayoría en su centros educativos, por lo que si este 70% es una alimentación inadecuada, las consecuencias serán catastróficas.

**5. ¿Considera que los padres y madres de familia tienen suficiente información sobre alimentación y de cómo esta incide en un crecimiento saludable de los niños y adolescentes?**

La respuesta a la pregunta es breve y es claramente que no, porque la obesidad no es un neo fenómeno o un epifenómeno actual, ha sido la causante de la transición epidemiológica que actualmente conlleva a que las principales causas de muerte sean relacionadas con trastornos metabólicos, crónicos que su principal factor de confluencia son obesidad y sedentarismo, menciono esto debido a que la obesidad no está solo en los niños, sino también en los adultos, esos adulto a cargo del crecimiento y desarrollo de los niños, que si hubieran tenido la costumbre, información, alimentación correcta, de seguro no se enfrentaría cara a cara a talvez la peor pandemia que ha enfrentado el ser humano.

**6. ¿Considera que para enfrentar esta epidemia es necesario que la sociedad, los padres de familia, así como expertos multidisciplinarios se unan para la prevención y tratamiento de estos casos? Denos sus razones por favor.**

Como lo mencioné previamente, la obesidad y sobrepeso infantil son un problema que involucra varios niveles en su aparición, por lo que las soluciones deben ser también multidisciplinarias, un gobierno que resguarde y asegure una política de consumo responsable de alimentos procesados, una sociedad que premie la alimentación sana y la actividad física sobre otras actividades, una familia que sepa valorar la salud como el principal bien y la inversión más rentable, así como un niño o individuo que sepa reconocer los riesgos que conlleva la obesidad y todas sus potencialmente letales complicaciones.

**7. Según el New York Times, existe presión de grupos industriales multinacionales para que en el Ecuador no se promueva la lactancia materna. Que opinión le merece este tema.**

Yo creo que unas de las causas principales de la obesidad en la niñez es el reemplazo de la leche materna por leches artificiales, ya que estas contienen carbohidratos o ciertas sustancias que van a implementar la obesidad y ya se ha demostrado que causan otro tipo de alteraciones que hacen que los niños tengan alergias o sean estreñidos. Yo creo que no deberíamos dejar que esa presión influya la alimentación de los niños por bien de nuestro país.

**ANEXO 5 – ENTREVISTAS A PROFUNDIDAD HOGARES CON HIJOS QUE PRESENTEN OBESIDAD INFANTIL**

**Entrevista dirigida a padres CON niños que padezcan OI/SP**

**Nombre entrevistado (a):** Lucía Izquierdo

**Edad:** 44 años

**Sexo:** F  M

**Responsable entrevista:** Andrés Castillo Bravo.

| Situación socio-económica y cultural   |
|--|
| <p><b>1. ¿Cómo suele ser un día normal en sus vidas?</b></p> <p>Los días normales en mi casa nos levantamos, desayunamos, en el caso de mi hijos van 2 a la escuela y el otro al colegio, yo mientras están en el colegio arreglo la casa y preparo el almuerzo, salen de la escuela y almorzamos, realizan los deberes, juegan entre mis 2 hijas, ven televisión y usan la computadora, merendamos y se acuestan.</p> |
| <p><b>2. ¿Les ha afectado de alguna manera la situación socio-económica que estamos viviendo actualmente?</b></p> <p>Si debido a que mi esposo le ha tocado realizar viajes para generar más ingresos y yo también trabajo los fines de semana.</p>  |
| <p><b>3. ¿Les han facilitado información en el Centro de Salud (CS) acerca del sobrepeso o la obesidad?</b></p> <p>Alguna vez sí me parece que me dieron alguna información sobre la obesidad, pero no recuerdo muy bien.</p>  |
| <p><b>4. ¿En su opinión el peso de su hijo como se encuentra?</b></p> <p>Pienso que todos están bien, el mayor y la menor están más flaquitos pero la del medio tiene un poquito de barriguita.</p>  |
| <p><b>5. ¿Qué opina sobre las medidas tomadas por el Gobierno, en cuanto a la regulación de los alimentos expedidos en bares?</b></p>  |

Me parece bien ya que hace que los niños ya no compren comida que no se saludable, la comida chatarra, aunque a mis hijas yo les envié su lonchera con fruta, jugos y alguna galleta.

**6. ¿Cómo comprador y consumidor usted revisa la etiqueta de semaforización adherido en los alimentos? ¿Le parece útil?**

En la mayoría de caso si la reviso pero a veces por la falta de tiempo no lo puedo realizar y si es útil para saber lo que estamos comiendo.

**7. ¿En su opinión las empresas del sector alimentario son también responsables en la problemática de la Obesidad Infantil (OI)? ¿Por qué?**

Pienso que es un compartir porque las empresas deberían producir alimentos más saludables y con nutrientes para nuestro consumo pero también nosotros tenemos que saber que productos no son saludables para no adquirirlos, entonces no solo es culpa de las empresas sino de los que compramos a esas empresas.

**8. ¿Considera que las empresas deben generar beneficios tanto para la sociedad como para sí mismas?**

Como mencione, pienso que las empresas deben producir alimentos más saludables para generar un beneficio a nosotros.

**Actividad física y actividades extraescolares**

**9. ¿Cómo es el día de su hijo en la escuela/colegio?**

Depende porque cada una tiene una hora de salida diferente, de lo que se tienen unas horas de clase, un receso y después otras horas de clase.

**10. ¿Qué suele hacer cuando después de la escuela/colegio?**

Mi hijo entrena fútbol y mis hijas se quedan en casa, hacen sus deberes, juegan entre ellas o con sus primas que vienen de vez en cuando, ven televisión.

**11. ¿El fin de semana suelen hacer algún tipo de actividad con su hijo?**

Depende como somos una familia grande, tenemos varios eventos, cumpleaños, fiestas, siempre hay alguna reunión, yo como se trabajar, se quedan con mi esposo, pero arreglan la casa, van al parque.

### Hábitos alimentarios

**12. ¿Qué suelen comprar habitualmente durante la semana para la preparación de las comidas?**

Se suele comprar arroz, papitas, tomate, bueno vegetales en general para cocinar durante la semana, también carne y pollo, frutas para hacer los jugos y mandarles en la lonchera de mis hijas.

**13. ¿Cómo se organizan para la elaboración de las comidas diarias?**

Los desayunos y almuerzos los preparo yo durante la mañana y en el caso de la merienda igual o a veces me ayuda mi esposo cuando no sale de viaje.

**14. ¿Cómo describiría la alimentación que tiene su hijo durante un día?**

Las comidas son sanas y nutritivas para que puedan rendir durante todo el día.

**15. ¿Cómo creen que es la educación alimentaria que le proporcionan a su hijo?**

Sanas porque trato de no poner mucha sal o azúcar, tampoco de llenarles de arroz el plato.

**16. ¿Les han proporcionado las herramientas necesarias para poder cambiar o mejorar estos hábitos alimentarios?**

No me han proporcionado.

### Ocio

**17. ¿Le han facilitado a su hijo la utilización de computador, videoconsola, celular o televisor en su casa? ¿Cuántas horas dirían que utilizan estos aparatos durante la semana?**

En mi casa hay televisión y computador, solo mi hijo mayor tiene celular que le regalo un tío, a la semana unas 8 a 10 horas.

**18. ¿Creen que duermen las horas necesarias durante la noche?**

Trato de que duerman a las 9 de la noche para que puedan levantarse pronto al día siguiente.

## Entrevista dirigida a padres *con y sin* niños que padezcan OI/SP

Nombre entrevistado (a): Estefany Cano

Edad: 42

Sexo: F(x) M

Responsable entrevista: Ismael Cuenca

Edad niño: 11 años

CON PROBLEMA

| Situación socio-económica y cultural   |  |
|--|--|
| <b>1. ¿Cómo suele ser un día normal en sus vidas?</b>  | <p>Comienza a las 6 am realizo el desayuno con fruta no siempre la misma, también un huevo cocido pan, queso. A media mañana acostumbra a comer fruta y un sanduche. El almuerzo siempre con sopa con hortalizas y ensaladas. En la noche acostumbra a comer ensalada de frutas y uno que otro día se le permite comer una salchipapa.</p> |
| <b>2. ¿Les ha afectado de alguna manera la situación socio-económica que estamos viviendo actualmente?</b>                     | <p>Personalmente no me ha afectado la situación económica del país.</p>  |
| <b>3. ¿Les han facilitado información en el Centro de Salud (CS) acerca del sobrepeso o la obesidad?</b>                       | <p>Poco acudo al centro de salud pero si recibo asesoramiento en el control mensual hecho con un médico particular y en la escuela. Siempre trato de informarme sobre qué efectos puede ocasionar una mala alimentación.</p>   |
| <b>4. ¿En su opinión el peso de su hijo como se encuentra?</b>   | <p>Esta subidito de peso yo pienso que no es por la alimentación sino porque es muy sedentario.</p>  |
| <b>5. ¿Qué opina sobre las medidas tomadas por el Gobierno, en cuanto a la regulación de los alimentos expedidos en bares?</b> |  |

|  |
|--|
| <p>Es una estrategia muy importante para evitar problemas de salud. Hace 10 me he dado cuenta que se está fomentando y la veo excelente.</p>   |
| <p><b>6. ¿Cómo comprador y consumidor usted revisa la etiqueta de semaforización adherido en los alimentos? ¿Le parece útil?</b></p> <p>Me gusta controlar la semaforización de los alimentos muchísimo para no exagerar en exceso de azúcar y grasa.</p>                                      |
| <p><b>7. ¿En su opinión las empresas del sector alimentario son también responsables en la problemática de la Obesidad Infantil (OI)? ¿Por qué?</b></p> <p>Si son responsables a pesar de que uno controla la semaforización por que las industrias a la final le interesa tener ganancia.</p> |
| <p><b>8. ¿Considera que las empresas deben generar beneficios tanto para la sociedad como para sí mismas?</b></p> <p>Siempre van procurar producir más para obtener mayor ganancia. Es su forma de vivir para eso utiliza marketing para captar la atención.</p>                               |
| <p>Actividad física y actividades extraescolares</p>   |
| <p><b>9. ¿Cómo es el día de su hijo en la escuela/colegio?</b></p> <p>No hace mucho ejercicio</p>  |
| <p><b>10. ¿Qué suele hacer cuando después de la escuela/colegio?</b></p> <p>Se alimenta y descansa es muy pasivo.</p>  |
| <p><b>11. ¿El fin de semana suelen hacer algún tipo de actividad con su hijo?</b></p> <p>Los domingos maneja bicicleta pero no con mucha frecuencia.</p>   |
| <p>Hábitos alimentarios</p>  |
| <p><b>12. ¿Qué suelen comprar habitualmente durante la semana para la preparación de las comidas?</b></p> <p>Gran cantidad de frutas es lo que más le gusta ya que consume entre las comidas embutidos, queso.</p>   |

|  |
|--|
| <p><b>13. ¿Cómo se organizan para la elaboración de las comidas diarias?</b></p> <p>Sopa siempre y base arroz combinado con pollo, pescado evitando grasa.</p>   |
| <p><b>14. ¿Cómo describiría la alimentación que tiene su hijo durante un día?</b></p> <p>La podría calificar en una escala de regular, buena y muy buena.</p>  |
| <p><b>15. ¿Cómo creen que es la educación alimentaria que le proporcionan a su hijo?</b></p> <p>Buena aunque me faltaría fomentarle que cuando yo no este evite las grasas y lo haga con responsabilidad.</p>  |
| <p><b>16. ¿Les han proporcionado las herramientas necesarias para poder cambiar o mejorar estos hábitos alimentarios?</b></p> <p>Si le comentan en la escuela y viene y comenta en casa. Sobre que alimentación preferir pero a la final se vuelve nulo porque los medios de comunicación los atraen.</p>          |
| <p><b>Ocio</b></p>   |
| <p><b>17. ¿Le han facilitado a su hijo la utilización de computador, videoconsola, celular o televisor en su casa? ¿Cuántas horas dirían que utilizan estos aparatos durante la semana?</b></p> <p>Si tiene la oportunidad de tener celular y consola se trata de controlar a la final máxima 2 horas diarias.</p> |
| <p><b>18. ¿Creen que duermen las horas necesarias durante la noche?</b></p> <p>Si duerme 8 horas y se le controla la hora de acostarse.</p>  |

## Entrevista dirigida a padres *con y sin* niños que padezcan OI/SP

Nombre entrevistado (a): Mercy Sarmiento

Edad: 47

Sexo: F(x) M

Responsable entrevista: Pablo Pesantez

| Situación socio-económica y cultural   |  |
|--|--|
| <b>1. ¿Cómo suele ser un día normal en sus vidas?</b>  | <p>El día comienza partir de las 6:30 tomando un batido de leche con frutilla y cereal, a las 10:00am come un sándwiches de queso con jamón y jugo al llegar al almuerzo el niño como solo cremas en raras ocasiones pero en general el niño se alimenta solo come un plato que consiste en arroz, puré y un acompañado, en la media tarde come fruta y acompañado de galletas con un leche Toni, y en la noche solo se sirve una agua aromática o una leche caliente.</p> |
| <b>2. ¿Les ha afectado de alguna manera la situación socio-económica que estamos viviendo actualmente?</b> | <p>En relación de la economía del país ha afectado en varios aspectos debido a que hemos sufrido una inflación en los precios de los productos de consumo para los niños en específico</p>   |
| <b>3. ¿Les han facilitado información en el Centro de Salud (CS) acerca del sobrepeso o la obesidad?</b>   | <p>Si hemos recibido información en centros de salud y en la escuela igualmente debido a que el tema de fiambres se ha regularizado</p>  |
| <b>4. ¿En su opinión el peso de su hijo como se encuentra?</b>   | <p>El peso, porte y tamaño es superior a sus compañeros de grado.</p>  |

|  |
|--|
| <p><b>5. ¿Qué opina sobre las medidas tomadas por el Gobierno, en cuanto a la regulación de los alimentos expedidos en bares?</b></p> <p>En cierto modo es una regulación muy buena para la educación de alimentarse bien y saludable en hora que no existe una supervisión de un familiar</p> |
| <p><b>6. ¿Cómo comprador y consumidor usted revisa la etiqueta de semaforización adherido en los alimentos? ¿Le parece útil?</b></p> <p>como consumidor si se revisa las etiquetas , si me parece útil debido que sirve como una guía o referencia</p>   |
| <p><b>7. ¿En su opinión las empresas del sector alimentario son también responsables en la problemática de la Obesidad Infantil (OI)? ¿Por qué?</b></p> <p>Muy correcto me parecen que ellos tiene en su totalidad de esta responsabilidad</p>   |
| <p><b>8. ¿Considera que las empresas deben generar beneficios tanto para la sociedad como para sí mismas?</b></p> <p>Debería existir un equilibrio el 50 a 50 tanto que deben emitir productos buenos que beneficien a las empresas también</p>  |
| <p><b>Actividad física y actividades extraescolares</b></p>  |
| <p><b>9. ¿Cómo es el día de su hijo en la escuela/colegio?</b></p> <p>le gusta hacer deporte en la escuela y fuera de la escuela</p>   |
| <p><b>10. ¿Qué suele hacer cuando después de la escuela/colegio?</b></p> <p>por lo general juega con sus amigos o compañeros de barrio</p>   |
| <p><b>11. ¿El fin de semana suelen hacer algún tipo de actividad con su hijo?</b></p> <p>salir al parque a jugar pelota o pasear en bicicleta</p>  |
| <p><b>Hábitos alimentarios</b></p>   |
| <p><b>12. ¿Qué suelen comprar habitualmente durante la semana para la preparación de las comidas?</b></p> <p>Las compras están relacionadas a la canasta básica adicional pescado, pollo , carne , embutidos, golosinas,</p>   |
| <p><b>13. ¿Cómo se organizan para la elaboración de las comidas diarias?</b></p> <p>la elaboración se comienza a tempranas horas para que el almuerzo se sirve a las 12:30</p>   |

|   |
|---|
| <p><b>14. ¿Cómo describiría la alimentación que tiene su hijo durante un día?</b></p> <p>Es buena porq siempre se está tratando de alimentarse saludablemente</p>   |
| <p><b>15. ¿Cómo creen que es la educación alimentaria que le proporcionan a su hijo?</b></p> <p>Muy buena</p>   |
| <p><b>16. ¿Les han proporcionado las herramientas necesarias para poder cambiar o mejorar estos hábitos alimentarios?</b></p> <p>Si debido a que en las escuelas y centros de salud han incursionado en la buena alimentación</p>   |
| <p><b>Ocio</b></p>  |
| <p><b>17. ¿Le han facilitado a su hijo la utilización de computador, videoconsola, celular o televisor en su casa? ¿Cuántas horas dirían que utilizan estos aparatos durante la semana?</b></p> <p>se mantiene un horario de una hora en la mañana y una hora en la noche</p> |
| <p><b>18. ¿Creen que duermen las horas necesarias durante la noche?</b></p> <p>si duermen en proporción a su desgaste de actividad física diaria</p>  |

## Entrevista dirigida a padres *con y sin* niños que padezcan OI/SP

Nombre entrevistado (a): Blanca Vintimilla

Edad: 40 años

Sexo: Femenino

Responsable entrevista: Pedro Ramos

| Situación socio-económica y cultural   |   |
|--|---|
| <b>1. ¿Cómo suele ser un día normal en sus vidas?</b>  | <p>Un día normal, se levanta pronto por que la buseta le recoge, se asea, en seguida va a desayunar. El desayuno consiste en una fruta, un jugo, leche, luego ya se va a su escolita. A la escolita va llevando su lunch que a media mañana se sirve, vuelve para el almuerzo, almuerza y en seguida va a descansar un momento. Asiste a una academia de fútbol, se va, hay veces que no le gusta irse por a o b motivo pero generalmente asiste a la academia, regresa hace sus deberes y luego juega un ratito play station y se acuesta.</p> |
| <b>2. ¿Les ha afectado de alguna manera la situación socio-económica que estamos viviendo actualmente?</b>                     | <p>Yo creo que a él no todavía en sus 10 años. Bueno lo que uno puede darle se le da. No le ha afectado, a él no.</p>   |
| <b>3. ¿Les han facilitado información en el Centro de Salud (CS) acerca del sobrepeso o la obesidad?</b>                       | <p>Si, bueno mas que en Centros de Salud, mismo la lectura en la televisión y todo, y siempre es bueno enterarse porque mi hijo si tiene un poco de sobrepeso.</p>  |
| <b>4. ¿En su opinión el peso de su hijo como se encuentra?</b>   | <p>Si, se encuentra un poco elevado.</p>  |
| <b>5. ¿Qué opina sobre las medidas tomadas por el Gobierno, en cuanto a la regulación de los alimentos expedidos en bares?</b> | <p>Me parece muy bien, porque antes en los bares de los colegios se vendía lo que se dice comúnmente comida chatarra pero ahora si se ha logrado mejorar.</p>   |

|  |
|--|
| <p><b>6. ¿Cómo comprador y consumidor usted revisa la etiqueta de semaforización adherido en los alimentos? ¿Le parece útil?</b></p> <p>Si, mucho y me parece bastante útil.</p>   |
| <p><b>7. ¿En su opinión las empresas del sector alimentario son también responsables en la problemática de la Obesidad Infantil (OI)? ¿Por qué?</b></p> <p>Si, si son también. Porque hay veces que alimentos que no son recomendables todavía para niños, entonces vale la pena que mejoren ellos también su consumo al público y que informen para los niños que tiene un poco alto el peso hay que medirles eso</p> |
| <p><b>8. ¿Considera que las empresas deben generar beneficios tanto para la sociedad como para sí mismas?</b></p> <p>Claro.</p>  |
| <p><b>Actividad física y actividades extraescolares</b></p>  |
| <p><b>9. ¿Cómo es el día de su hijo en la escuela/colegio?</b></p> <p>Yo en la escuela me imagino de lo que oigo y conversa con sus amiguitos, en sus recreos juega, es activo, de pronto de sus estudios no tengo ninguna queja</p>   |
| <p><b>10. ¿Qué suele hacer cuando después de la escuela/colegio?</b></p> <p>Esa es la principal actividad que tiene, ese deporte que le gusta mucho (fútbol).</p>  |
| <p><b>11. ¿El fin de semana suelen hacer algún tipo de actividad con su hijo?</b></p> <p>La actividad podemos llevarle, salimos al campo, a Baños, otras veces pasamos en la casa reunidos con la familia.</p>   |
| <p><b>Hábitos alimentarios</b></p>   |
| <p><b>12. ¿Qué suelen comprar habitualmente durante la semana para la preparación de las comidas?</b></p> <p>Para la preparación de comida me gusta por ejemplo lo que es mariscos, especialmente la corvina; también fruta, la fruta.</p>   |
| <p><b>13. ¿Cómo se organizan para la elaboración de las comidas diarias?</b></p> <p>Desgraciadamente como yo trabajo comemos de viandas, entonces usted sabe que a veces, si bien es cierto de donde llevamos viandas, es una buena comida pero creo que no está llevada normalmente por una nutricionista o algo así, por que usted sabe el carbohidrato, las frituras están demasiados.</p>                          |
| <p><b>14. ¿Cómo describiría la alimentación que tiene su hijo durante un día?</b></p> <p>Buena o regular a veces, pero más buena que nada.</p>   |

|  |
|--|
|  |
| <p><b>15. ¿Cómo creen que es la educación alimentaria que le proporcionan a su hijo?</b></p> <p>Bueno en lo que puedo, en lo que está conmigo si le digo: cómete mejor una fruta en vez de un pan, o no comas mucho chocolate, pero ya afuera cuando ya no está a mi alcance a lo mejor se pasa un poquito en las golosinas.</p>   |
| <p><b>16. ¿Les han proporcionado las herramientas necesarias para poder cambiar o mejorar estos hábitos alimentarios?</b></p> <p>Si, si, si, si nos han dado, si.</p>  |
| <p>Ocio</p>  |
| <p><b>17. ¿Le han facilitado a su hijo la utilización de computador, videoconsola, celular o televisor en su casa? ¿Cuántas horas dirían que utilizan estos aparatos durante la semana?</b></p> <p>Si, si. Si. El tiene su celular, si tiene su computadora, bueno esas cosas el celular creo que ya le dije, para jugar el play station también.</p> <p>En general más o menos si una hora, hora y media diaria debe ser.</p> |
| <p><b>18. ¿Creen que duermen las horas necesarias durante la noche?</b></p> <p>Si, si, sí. Muy bien. El 9 de la noche a 6 de la mañana que ya tiene que levantarse, me parece que está muy buen tiempo de sueño.</p>   |

**Entrevista dirigida a padres *con y sin* niños que padezcan OI/SP**

Nombre entrevistado (a): Fabiola Sanchez

Edad: 41

Sexo: F

Responsable entrevista: Roberto Rojas

| <b>Situación socio-económica y cultural</b>  |   |
|--|---|
| <b>1. ¿Cómo suele ser un día normal en sus vidas?</b>  | Se levantan, desayunan, van a clases luego arreglan la casa y se prepara los alimentos. |
| <b>2. ¿Les ha afectado de alguna manera la situación socio-económica que estamos viviendo actualmente?</b>                                       | Si afecta porque el trabajo no es continuo.   |
| <b>3. ¿Les han facilitado información en el Centro de Salud (CS) acerca del sobrepeso o la obesidad?</b>   | No  |
| <b>4. ¿En su opinión el peso de su hijo como se encuentra?</b>   | Alterado no esta bien para la edad de el.   |
| <b>5. ¿Qué opina sobre las medidas tomadas por el Gobierno, en cuanto a la regulación de los alimentos expedidos en bares?</b>                   | Bien por que los chicos consumen demasiada comida chatarra.                             |
| <b>6. ¿Cómo comprador y consumidor usted revisa la etiqueta de semaforización adherido en los alimentos? ¿Le parece útil?</b>                    | Si es útil pero no están acostumbrado de revisar el etiquetado.                         |
| <b>7. ¿En su opinión las empresas del sector alimentario son también responsables en la problemática de la Obesidad Infantil (OI)? ¿Por qué?</b> |   |

|  |
|--|
| <p>Si porque las empresas hacen la comida chatarra induciendo a la compra de estos alimentos.</p>  |
| <p><b>8. ¿Considera que las empresas deben generar beneficios tanto para la sociedad como para sí mismas?</b></p> <p>Claro</p>   |
| <p><b>Actividad física y actividades extraescolares</b></p>  |
| <p><b>9. ¿Cómo es el día de su hijo en la escuela/colegio?</b></p> <p>Recibiendo clases pero fuese bueno que les hagan actividad física.</p>   |
| <p><b>10. ¿Qué suele hacer cuando después de la escuela/colegio?</b></p> <p>Descansan</p>  |
| <p><b>11. ¿El fin de semana suelen hacer algún tipo de actividad con su hijo?</b></p> <p>No</p>  |
| <p><b>Hábitos alimentarios</b></p>   |
| <p><b>12. ¿Qué suelen comprar habitualmente durante la semana para la preparación de las comidas?</b></p> <p>De todo por ejemplo carnes, verduras, cereales</p>                                  |
| <p><b>13. ¿Cómo se organizan para la elaboración de las comidas diarias?</b></p> <p>La mama o la empleada</p>  |
| <p><b>14. ¿Cómo describiría la alimentación que tiene su hijo durante un día?</b></p> <p>Desayuno</p>  |
| <p><b>15. ¿Cómo creen que es la educación alimentaria que le proporcionan a su hijo?</b></p> <p>Se le inculca desde pequeño que coma las verduras pero consumen más lo que les gusta.</p>        |
| <p><b>16. ¿Les han proporcionado las herramientas necesarias para poder cambiar o mejorar estos hábitos alimentarios?</b></p> <p>Si pero no les gusta y prefieren lo que están acostumbrados</p> |

Ocio

**17. ¿Le han facilitado a su hijo la utilización de computador, videoconsola, celular o televisor en su casa? ¿Cuántas horas dirían que utilizan estos aparatos durante la semana?**

Sí y utilizan 16 horas

**18. ¿Creen que duermen las horas necesarias durante la noche?**

Si

## Entrevista dirigida a padres *con* y *sin* niños que padezcan OI/SP

Nombre entrevistado (a): Byron Urgilés

Edad: 26

Sexo: M

Responsable entrevista: Mateo Rosales

| Situación socio-económica y cultural   |   |
|--|---|
| <b>1. ¿Cómo suele ser un día normal en sus vidas?</b>  | <p>Yo me levanto a las 5:30 am para preparar su uniforme, y su desayuno ya que ella entra a la escuela a las 7:00 am en vacaciones se levanta a las 7 porque está en una colonia vacacional y para la hora del almuerzo le recojo, almorzamos los 2, y en la noche merendamos todos juntos.</p> |
| <b>2. ¿Les ha afectado de alguna manera la situación socio-económica que estamos viviendo actualmente?</b> | <p>No, sinceramente no ha habido cambios drásticos en nuestra vida por lo relacionado con la situación económica que está viviendo el país.</p>   |
| <b>3. ¿Les han facilitado información en el Centro de Salud (CS) acerca del sobrepeso o la obesidad?</b>   | <p>No, mi hija va al hospital del río donde está el doctor que trata a mi hija y el constantemente está haciéndole sus chequeaos para que todo se mantenga bien.</p>  |
| <b>4. ¿En su opinión el peso de su hijo como se encuentra?</b>   | <p>Debido a que mi hija es un poco alta, su peso va acorde a su estatura.</p>   |

|  |
|--|
|  |
| <p><b>5. ¿Qué opina sobre las medidas tomadas por el Gobierno, en cuanto a la regulación de los alimentos expedidos en bares?</b></p> <p>Son buenas las medidas implementadas, sin embargo en la escuela hay veces que les dan comidas rápidas o dulces en las mañanas, las medidas son buenas pero deben ser más controladas.</p>   |
| <p><b>6. ¿Cómo comprador y consumidor usted revisa la etiqueta de semaforización adherido en los alimentos? ¿Le parece útil?</b></p> <p>La mamá de mi hija se fija siempre en los semáforos alimenticios existentes en los diferentes productos.</p>   |
| <p><b>7. ¿En su opinión las empresas del sector alimentario son también responsables en la problemática de la Obesidad Infantil (OI)? ¿Por qué?</b></p> <p>Sí, yo creo que si porque buscan la forma de entrar a la mente de los niños con marketing, ya que saben que su mejor mercado son los niños y las golosinas.</p>   |
| <p><b>8. ¿Considera que las empresas deben generar beneficios tanto para la sociedad como para sí mismas?</b></p> <p>Obviamente deberían ser responsables social y empresarialmente hablando, pero se les hace complicado por lo costoso que resulta esto, y a ellos les importa más el hecho de ganar dinero, pero si deberían implementar acciones que vayan en beneficio de la comunidad.</p> |
| <p><b>Actividad física y actividades extraescolares</b></p>  |
| <p><b>9. ¿Cómo es el día de su hijo en la escuela/colegio?</b></p> <p>En la escuela ella tiene pagado el mensual del bar para que la duela le proporcione los alimentos de cada día, y cuando llega a la casa almorzamos juntos y la tarde pasa conmigo.</p>   |
| <p><b>10. ¿Qué suele hacer cuando después de la escuela/colegio?</b></p> <p>Por las tardes asiste a una academia de natación, y por ahora en época de vacaciones asiste a una colonia vacacional de ballet.</p>  |

**11. ¿El fin de semana suelen hacer algún tipo de actividad con su hijo?**

No, el fin de semana pasa con nosotros, ve la tele, salimos al parque o a pasear a nuestro perro.

**Hábitos alimentarios**

**12. ¿Qué suelen comprar habitualmente durante la semana para la preparación de las comidas?**

Al ser una familia compramos todo lo necesario para el hogar, alimentos sanos, acudimos al mercado y compramos todos los alimentos necesarios.

**13. ¿Cómo se organizan para la elaboración de las comidas diarias?**

Por lo general el desayuno yo, el almuerzo a veces lo hacemos en la calle, otras almorzamos en la casa, y por las noches entre todos vemos que es lo que podemos hacer para la merienda.

**14. ¿Cómo describiría la alimentación que tiene su hijo durante un día?**

Muy bueno, siempre tratamos de darle lo mejor para que ella no sufra ningún mal estar.

**15. ¿Cómo creen que es la educación alimentaria que le proporcionan a su hijo?**

Yo tome fotos de los alimentos que les daban diariamente, los alimentos son buenos pero existen días en los que no son tan buenos.

**16. ¿Les han proporcionado las herramientas necesarias para poder cambiar o mejorar estos hábitos alimentarios?**

Sí, obviamente siempre se trata de mejorar estos hábitos.

**Ocio**

**17. ¿Le han facilitado a su hijo la utilización de computador, videoconsola, celular o televisor en su casa? ¿Cuántas horas dirían que utilizan estos aparatos durante la semana?**

No tiene celular mi hija, usa el mío o el de su mamá, y ve televisión, esto ocurre por un tiempo de 2 horas al día aproximadamente.

**18. ¿Creen que duermen las horas necesarias durante la noche?**

si siempre, en el periodo de clases ella se acuesta a las 8:00 pm para poder levantarse a las 6:00 am, en vacaciones le controlamos un poco menos.

## Entrevista dirigida a padres *con y sin* niños que padezcan OI/SP

Nombre entrevistado (a): MARÍA ARÉVALO

Edad: 47 AÑOS

Edad niño: 9 años

Sexo: Femenino

Responsable entrevista: DAYSI SÁNCHEZ

### Situación socio-económica y cultural

#### 1. ¿Cómo suele ser un día normal en sus vidas?

Me levanto en los días de escolita a las 06:30, se arregla y le doy desayuno que por lo general es un juguito o café y nada más porque no tiene tiempo tampoco de comer mas nada.

Le envío \$1 que por lo general eso se paga por un lunch en la escuela pero el se compra lo que desea, yo no tengo control en ese aspect, al medio día le retiro a veces le compro un helado pero a veces, llegamos a casa y come el almuerzo, las sopas que si toma pero hay algunas que no son del agrado de él y el arroz que eso si come con alguna carne o pollo y ensaldas no le gusta a todas las comidas siempre se acompaña con jugo o agua

Pero eso sí, en caso de yo hacer algun pastel o helado, eso sí.

El cafecito que no se perdona en mi casa que es a las 5 de la tarde y es café con pan y después la merienda, por ejemplo si no quiere la merienda el me pide que le repita el café con pan pero es muy esporádico

#### 2. ¿Les ha afectado de alguna manera la situación socio-económica que estamos viviendo actualmente?

Un poco porque a Dios gracias se tiene el platito de comida, igual se les debe dar de comer, son varoncitos y necesitan comer

#### 3. ¿Les han facilitado información en el Centro de Salud (CS) acerca del sobrepeso o la obesidad?

En el Centro de Salud no acudo porque tienen el seguro del papá entonces mi preocupación fue por lo gordito que está, acudí al seguro social, le mandaro a hacer exámenes, pensé que se trataba de tiroide, no fue pero sí me dijeron que se trataba de un hígado graso, en cuanto a eso me dijeron que le controle en la

|   |  |
|---|--|
| <p>alimentación, trato pero no hay como tanto pero mas el problema de él radica en que no tiene actividad física porque no sale a jugar o el juego de él es estar en la tablet entonces sí le hace falta más actividad física.</p>  |  |
| <p><b>4. ¿En su opinión el peso de su hijo como se encuentra?</b></p> <p>Tiene 9 años y tiene mas o menos 90 libras, pero si es alto el peso de él</p>  |  |
| <p><b>5. ¿Qué opina sobre las medidas tomadas por el Gobierno, en cuanto a la regulación de los alimentos expedidos en bares?</b></p> <p>Está muy bien porque de alguna manera se contrala algo las golosinas que soliamos comer en bares escolares, por eso es mi confianza en darle dólar porque ya no hacen salchipapas, o sea si hay una ensalada de frutas o un heladito o un jugo, eso me dice que se compra.</p>   |  |
| <p><b>6. ¿Cómo comprador y consumidor usted revisa la etiqueta de semaforización adherido en los alimentos? ¿Le parece útil?</b></p> <p>Si veo, la mayor parte si veo</p>   |  |
| <p><b>7. ¿En su opinión las empresas del sector alimentario son también responsables en la problemática de la Obesidad Infantil (OI)? ¿Por qué?</b></p> <p>En cuanto a publicidad debería hacerse porque los niños son inteligentes, captan eso y si hubiera una información por la publicidad en la tv ellos saben lo que les están haciendo daño y mejor si fuera en internet, porque si uno se les dice no hacen caso pero si capatan más mediante publicidad.</p> |  |
| <p><b>8. ¿Considera que las empresas deben generar beneficios tanto para la sociedad como para sí mismas?</b></p> <p>Claro en cuanto a empresas en publicidad y todo eso es mejor para ellos y nosotros</p>   |  |
| <p><b>Actividad física y actividades extraescolares</b></p>   |  |
| <p><b>9. ¿Cómo es el día de su hijo en la escuela/colegio?</b></p> <p>En la escuelita tienen un recreo y no juega, la mayoría de niños juega fútbol y a él no le gusta porque le patean, mas le gusta las manualidades y se relaciona más con niñas.</p> <p>En la escuela tiene un día de educación física (lunes) y el otro de deportes (viernes desde las 10:00 hasta las 12:00).</p>   |  |
| <p><b>10. ¿Qué suele hacer cuando después de la escuela/colegio?</b></p>  |  |

Viene almuerza y se pone a la tablet y yo para no dejarle tanto tiempo ene so le digo que me ayude en la casa o salimos a la calle para que me acompañe.

**11. ¿El fin de semana suelen hacer algún tipo de actividad con su hijo?**

Nada ni el papá ni yo le sacamos

Queremos salir a caminar pero ya tengo que hacer y los hermanos no me ayudan en cuanto a eso y ahorita ya está con los primitos jugando.

**Hábitos alimentarios**

**12. ¿Qué suelen comprar habitualmente durante la semana para la preparación de las comidas?**

Cuando puedo voy al mercado para hacer las compras, a mi hijo le gustan las frutas, en el almuerzo debe haber su jugo lo que si le endulzo simplemente toma agua pero de ahí compro carne, verduras, yo tampoco como muchas ensaladas, lo que sí en mi casa tengo 4 hombres (esposo y tres hijos ) lo que mas comen es el arroz eso si no puede faltar. Cuando está mi esposo hago la sopa pero cuando no está yo solo hago un solo plato.

**13. ¿Cómo se organizan para la elaboración de las comidas diarias?**

Cuando voy al mercado para las compras ya tengo programado para toda la semana y compro o caso contrario impoviso y pienso que es lo que les gustaría comer.

**14. ¿Cómo describiría la alimentación que tiene su hijo durante un día?**

Regular, porque a veces acepta lo que yo hago y a veces no y el es que si no le doy la comida que es del agrado y dice no, entonces yo tampoco estoy dispuesta a complacerle porque su solución es arroz con huevo frito. En todo caso a veces se come la sopa y nada más

**15. ¿Cómo creen que es la educación alimentaria que le proporcionan a su hijo?**

Trato de mejorar pero se que me falta mucho porque no se la forma de llegar aél con las ensaladas, hubo una ocasión en la que si me comió la ensalada pero con mayonesa, entonces yo no puedo darle o complaciendo de esa forma. Ahora que está en vacaciones me encuentro incentivándole en eso.

**16. ¿Les han proporcionado las herramientas necesarias para poder cambiar o mejorar estos hábitos alimentarios?**

Yo acudí al médico me mandaron a una nutricionista, pero el problema radica en que me manda un régimen alimentario en donde se necesita mas de dinero en donde se requiere de leches descremadas y otro tipo de alimentos para la semana y sólo para él y si ve un tipo de comida que le doy a los hermanos el no me acepta lo que le estoy dando entonces se me torna muy complicado.

### Ocio

**17. ¿Le han facilitado a su hijo la utilización de computador, videoconsola, celular o televisor en su casa? ¿Cuántas horas dirían que utilizan estos aparatos durante la semana?**

La mayoría del tiempo, después de la escuela juega y después le quito o cuando el tiene tiempo libre la tablet es lo que más utiliza.

Ahora sí le he querido poner en algún deporte como por ejemplo natación pero es temeroso porque no se suelta, aparte también es muy apegado a mi, si yo no estoy él no va y los hermanos tampoco me ayudan.

En basket también le puse pero ahora se cambiaron a un lugar más distante y ya no puedo llevarle.

Ahora en estas vacaciones he tratado de llevarle a caminar, incluso hasta al gimnasio le llevé conmigo pero no, se cansa o se aburre por más que estaba con el instructor pero yo creo que lo más factible es salir a caminar porque presionarle a correr no puede.

**18. ¿Creen que duermen las horas necesarias durante la noche?**

Si duerme porque el se cansa y se acuesta, y en la tarde de vez en cuando hace una ciesta.

## Entrevista dirigida a padres *con y sin* niños que padezcan OI/SP

Nombre entrevistado (a): GABRIELA MEJÍA

Edad: 25 AÑOS

EDAD HIJA: 10 años

Sexo: Femenino

Responsable entrevista: DAYSI SÁNCHEZ

| Situación socio-económica y cultural   |  |
|--|--|
| <b>1. ¿Cómo suele ser un día normal en sus vidas?</b>  | Ella se levanta a las 08:30 , yo le dejo listo el desayuno como por ejemplo tostadas con té o leche con cereales, a veces huevos o lo que ella me pide le preparo. Al medio día almuerza en la tarde su cafecito y en la noche merienda conmigo. |
| <b>2. ¿Les ha afectado de alguna manera la situación socio-económica que estamos viviendo actualmente?</b>                     | La verdad no, porque yo tengo trabajo, el papá ayuda económicamente alguna cosa mi mami también si nos apoya.  |
| <b>3. ¿Les han facilitado información en el Centro de Salud (CS) acerca del sobrepeso o la obesidad?</b>                       | No, no he asistido a los centros de salud no considero que hay buena atención ni los reuerimientos que uno quiere.   |
| <b>4. ¿En su opinión el peso de su hijo como se encuentra?</b>   | Actualmente se encuentra con sobrepeso.  |
| <b>5. ¿Qué opina sobre las medidas tomadas por el Gobierno, en cuanto a la regulación de los alimentos expedidos en bares?</b> | Si es buena, por ejemplo en la escuela de ella (Catalinas) ya no hay comida chatarra, ni colas, hay jugos, sandwiches, empanadas de vez en cuando si hay pizza, hot dog pero muy poco, la alimentación si es mejor con las medidas del gobierno. |

**6. ¿Cómo comprador y consumidor usted revisa la etiqueta de semaforización adherido en los alimentos? ¿Le parece útil?**

No, en realidad me parece que es algo como básico, si reviso que no sea alto en azúcar pero igual compro, me parece que faltan más especificaciones, porque si hay otras etiquetas que dicen si tienen gluten o mucho más claras que el semáforo que para mí no tiene mucha utilidad.

**7. ¿En su opinión las empresas del sector alimentario son también responsables en la problemática de la Obesidad Infantil (OI)? ¿Por qué?**

Si influyen bastante más que nada los combos que vienen por ejemplo McDonalds.

**8. ¿Considera que las empresas deben generar beneficios tanto para la sociedad como para sí mismas?**

Primero implementando en su empresa la responsabilidad Social, yo pienso que eso sería lo básico que debería tener una empresa si desearía contribuir un poco a la sociedad.

#### Actividad física y actividades extraescolares

**9. ¿Cómo es el día de su hijo en la escuela/colegio?**

Bueno mi hija no es muy activa, pero le encanta bailar. En la escuela lo que recibe de educación física es muy poco.

**10. ¿Qué suele hacer cuando después de la escuela/colegio?**

Por ejemplo llega de clases, primerito hace los deberes, ve una hora de televisión y ahí si pone música y se saca las coreografías, eso si le encanta, de los 7 días los 5 se pasa bailando.

**11. ¿El fin de semana suelen hacer algún tipo de actividad con su hijo?**

La verdad no, a veces nos vamos al parque pero no es que corre, está en los columpios y en esas cosas o estamos sentadas y tampoco es que le gusta caminar solo el baile, sabemos hacer coreografías.

#### Hábitos alimentarios

**12. ¿Qué suelen comprar habitualmente durante la semana para la preparación de las comidas?**

Por lo general más compro para el desayuno, yogurt, cereal, granola, huevos, fruta, pan queso, yo no compro para el almuerzo porque en eso me ayuda mi mamá me ayuda a otra abuelita.

**13. ¿Cómo se organizan para la elaboración de las comidas diarias?**

Como yo trabajo mi mami me apoya en ese sentido con ella pasa, de lo que sé ella prepara comida casera no con muchos condimentos.

Ella si tiene un itinerario de comida pero a veces si cambia de lo que tenía pensado para preparar.

**14. ¿Cómo describiría la alimentación que tiene su hijo durante un día?**

Pienso que es buena, pero el problema es ella, no le gusta comer ensaldas, tampoco es que come mucha fruta y por más que le exigimos no come.

**15. ¿Cómo creen que es la educación alimentaria que le proporcionan a su hijo?**

Últimamente hemos tenido problemas digestivos por la alimentación que ella está llevando.

Por lo general desayuna leche con cereal, le encanta de ahí no se porqué, pero empezó con estreñimiento , es la segunda vez que se nos enferma del mismo problema entonces si nos recomendaron mejorar la alimentación pero para mi considero que es buena, no se que le está pasando lo que si le falta es comer más ensaldas y frutas, bueno las frutas si come pero para las ensaldas hay que rogarle.

**16. ¿Les han proporcionado las herramientas necesarias para poder cambiar o mejorar estos hábitos alimentarios?**

Donde la nutricionista o la pediatra, ella es la que nos da los lineamientos de cómo debe alimentarse.

La última vez que acudí fue hace dos semanas por el problema de digestión, ahora este miércoles también tenemos cita para ver como sigue.

**Ocio**

**17. ¿Le han facilitado a su hijo la utilización de computador, videoconsola, celular o televisor en su casa? ¿Cuántas horas dirían que utilizan estos aparatos durante la semana?**

Ve la tv una hora, y utiliza el celular para oír música, entra a youtube pone una canción y de ahí va a la cola de reproducción igual debe ser una hora. Pero si ve tv ya no escucha música entonces eso también le controla.

**18. ¿Creen que duermen las horas necesarias durante la noche?**

Realmente sí lo más tarde que duerme es a las 21:30 y se despierta a las 05:30 ahora por vacaciones de ahí cuando está en clases igual duerme a las 20:00 o 21:00 y se despierta a las 05:00.

## Entrevista dirigida a padres *con y sin* niños que padezcan OI/SP

Nombre entrevistado (a): Alexandra Marin

Edad: 29 años

Sexo: F M

Responsable entrevista: Juan David Sánchez

### Situación socio-económica y cultural

#### 1. ¿Cómo suele ser un día normal en sus vidas?

Empezamos el día generalmente a las 07h15, tomamos el desayuno preparado por mi persona que incluye huevos, cocoa caliente para ella y café con leche para mi, y un sandwich de queso con jamón para cada una. Ningún producto es de tipo light.

Luego nos aseamos y preparamos para comenzar el día fuera de casa, ella con su escolita y yo para el trabajo.

Al acabar la primera mitad del día nos volvemos a encontrar para ir a comer en casa.

El almuerzo incluye un plato de sopa, porciones de pollo o carne con carbohidratos y un poco de vegetales. Esto lo preparo yo en casa.

Por la tarde realizamos ocio viendo serie de tv o incluso tomando siestas.

Por la noche a partir de las 23h30 ya nos preparamos para dormir.

#### 2. ¿Les ha afectado de alguna manera la situación socio-económica que estamos viviendo actualmente?

Si debido a que por un momento de mi vida fue muy difícil conseguir ingresos económicos lo cual me obligó a recurrir a mis padres para sustentar los gastos esenciales y a su vez a recortar gastos como servicios de internet, comidas fuera de casa, etc.

#### 3. ¿Les han facilitado información en el Centro de Salud (CS) acerca del sobrepeso o la obesidad?

Si, los profesionales en el área de nutrición nos dieron buenos consejos para una adecuada alimentación la cual no hemos estado siguiendo muy constante debido al tiempo que suele tomar acostumbrarse a cambiar los alimentos.

#### 4. ¿En su opinión el peso de su hijo como se encuentra?

En mi opinión ella y yo estamos un poco sobre el peso que deberíamos, el doctor nos ha recomendado realizar ejercicio constantemente, un cambio en la dieta e incluso dormir más de 8 horas diarias.

**5. ¿Qué opina sobre las medidas tomadas por el Gobierno, en cuanto a la regulación de los alimentos expedidos en bares?**

Creo firmemente que es una decisión muy adecuada debido a que los niños acuden a los bares del colegio porque hay personas que no nos alcanzamos a prepararle un snack a sus hijos por la mañana para la escuela, con esa decisión yo he podido estar más segura de que mi hija se alimentará sanamente en la escuela.

**6. ¿Cómo comprador y consumidor usted revisa la etiqueta de semaforización adherido en los alimentos? ¿Le parece útil?**

La verdad que si he visto pero no me fijo mucho.

**7. ¿En su opinión las empresas del sector alimentario son también responsables en la problemática de la Obesidad Infantil (OI)? ¿Por qué?**

Creo que eso es un tema que depende de cada persona en particular, todos somos los dueños de nuestros actos, si comemos mucho y alimentos no saludables es seguro que aumentaremos de peso y de igual manera los que se cuidan pues tendrán el peso ideal gracias a sus decisiones en la dieta.

No creo que las empresas tengan que ver en esto.

**8. ¿Considera que las empresas deben generar beneficios tanto para la sociedad como para sí mismas?**

Definitivamente.

**Actividad física y actividades extraescolares**

**9. ¿Cómo es el día de su hijo en la escuela/colegio?**

Normal, asiste a la hora que es y sale a la hora que salen todos compañeros.

Los profesores que nos informan sobre las actividades que realizan en clase me han dicho que ella es muy inquieta y sobre todo curiosa. Siempre está averiguando qué hace una u otra cosa.

**10. ¿Qué suele hacer cuando después de la escuela/colegio?**

Pasamos tiempo juntas para conversar, ver películas oa series de tv e incluso sabemos cantar mientras escuchamos música.

**11. ¿El fin de semana suelen hacer algún tipo de actividad con su hijo?**

A veces salimos a caminar por el parque o a jugar con una pelota y amigas mías que también tienen hijas contemporáneas a ella.

**Hábitos alimentarios**

**12. ¿Qué suelen comprar habitualmente durante la semana para la preparación de las comidas?**

Arroz, fruta, lacteos, y proteínas.

**13. ¿Cómo se organizan para la elaboración de las comidas diarias?**

La noche anterior procuro dejar preparado un poco de lo que vamos a comer al día siguiente para que tipo 14h00 cuando lleguemos a casa juntas realizamos los detalles finales de cada comida y así no nos tome mucho tiempo.

**14. ¿Cómo describiría la alimentación que tiene su hijo durante un día?**

Normal aunque a veces si nos olvidamos de nuestra dieta y comemos frituras o helado lo cual nos dijeron que debemos dejar pero la verdad que si hacemos un esfuerzo por no abusar de estas comidas.

**15. ¿Cómo creen que es la educación alimentaria que le proporcionan a su hijo?**

Intento enseñarle lo que es bueno y lo que es malo para su cuerpo para que ella sepa cuales son sus opciones al momento de elegir entre comidas y los resultados sean producto de sus propias decisiones.

**16. ¿Les han proporcionado las herramientas necesarias para poder cambiar o mejorar estos hábitos alimentarios?**

Tenemos un menú que nos entregó un nutricionista el cual nos dice que debemos comer, cuando debemos comerlo y en qué cantidades. Es una herramienta que nos ayuda bastante a saber hasta cuándo comer algo y cuando debemos comerlo porque eso es algo que las personas normalmente no conocemos.

## Ocio

**17. ¿Le han facilitado a su hijo la utilización de computador, videoconsola, celular o televisor en su casa? ¿Cuántas horas dirían que utilizan estos aparatos durante la semana?**

No, prefiero que use su tiempo en otras actividades.

**18. ¿Creen que duermen las horas necesarias durante la noche?**

A veces sí pero generalmente no por lo que pasamos despiertas hasta muy tarde en la noche viendo la televisión o incluso. En este campo como mencione antes nos recomendaron tomar cambios.

Nombre entrevistado (a): Daniela Peralvo

Edad: 31

Sexo: F

Responsable entrevista: Juan Cristóbal Valdivieso

1. Se levanta, se cambia de ropa, tiende la cama y baja a desayunar, después se va a la escuela y empieza clases a las 7 de la mañana, a las 12 y 45 sale de la escuela. Se va a la casa de los abuelos se cambia de ropa, hace los deberes, se va al conservatorio y regresa a hacer los deberes, merienda y se va a dormir a las 9 pm.
2. Si le ha afectado la situación económica del País ya que los abuelos que tienen una empresa textil y debido a la disminución del presupuesto han bajado las ventas al sector público.
3. No les han facilitado información sobre el sobrepeso u obesidad infantil.
4. Tiene un ligero sobrepeso, pero si realiza actividad física en la escuela.
5. Me parece bien porque generalmente uno no tiene conciencia de los efectos que tiene la comida a su salud y los niños al momento de comprar van a preferir comprar golosinas.
6. Si revisa la etiqueta, pero siempre hay que revisar los ingredientes que pueden tener impactos a la salud.
7. Sí porque el tema de responsabilidad social va a todo nivel, sabiendo el impacto que tienen los productos que se venden, si tú sabes que el producto que tu vendes podría llegar a causar problemas de alimentación si deberías tener programas en donde se les recomiende realizar cierta actividad física o involucrarse en responsabilidad social.
8. Si.
9. Llega a las 7 y tiene dos recreos. Ahí como fruta con jugos naturales o un té aromático, galletas o sanduche y tiene deporte cuatro días de la semana.
10. Tres días de la semana tiene conservatorio entonces hace los deberes y se va al conservatorio.

11. Se va al parque con su tía y hace varios deportes como bicicleta, patineta, futbol, básquet.
12. Compran frutas, legumbres, pollo, pescado y arroz.
13. Los desayunos hacen los padres, el almuerzo hacen los abuelos y la meriendo hacen los padres.
14. Es buena porque come bastante fruta.
15. Es buena porque le enseñan con el ejemplo que hay que comer sano.
16. No, pero el padre es chef entonces él sabe del tema de nutrición.
17. Si le han facilitado porque en la escuela la mandan a hacer investigación en internet y el utiliza para aprender a tocar la guitarra. 8 horas.
18. Si, duerme 9 horas.

## Entrevista dirigida a padres *con y sin* niños que padezcan OI/SP

Nombre entrevistado (a): Christian Xavier Alvarado Cisneros

Edad: 38

Sexo: M

Responsable entrevista: Raymon Zamora

| Situación socio-económica y cultural   |   |
|--|---|
| <b>1. ¿Cómo suele ser un día normal en sus vidas?</b>  | En la mañana los padres van al trabajo, su hija mayor al colegio, su hijo menor a la escuela y en la tarde van por sus hijos al colegio y escuela para ir a almorzar en casa                                      |
| <b>2. ¿Les ha afectado de alguna manera la situación socio-económica que estamos viviendo actualmente?</b>                                       | De momento no les ha afectado, van bien respecto a esta situación.  |
| <b>3. ¿Les han facilitado información en el Centro de Salud (CS) acerca del sobrepeso o la obesidad?</b>   | Sí les han informado; les aconsejan controlar los hábitos alimentarios del hijo menor el cuál sufre sobrepeso.  |
| <b>4. ¿En su opinión el peso de su hijo como se encuentra?</b>   | En su opinión, su hijo se encuentra con exceso de peso.   |
| <b>5. ¿Qué opina sobre las medidas tomadas por el Gobierno, en cuanto a la regulación de los alimentos expedidos en bares?</b>                   | Todo lo que sea para el bien de la salud está correcto, por las enfermedades que causan estas comidas chatarras en especial a los niños, el padre está de acuerdo con las medidas tomadas por parte del Gobierno. |
| <b>6. ¿Cómo comprador y consumidor usted revisa la etiqueta de semaforización adherido en los alimentos? ¿Le parece útil?</b>                    | La mayoría de veces sí revisa, le parece bastante útil la etiqueta de semaforización.   |
| <b>7. ¿En su opinión las empresas del sector alimentario son también responsables en la problemática de la Obesidad Infantil (OI)? ¿Por qué?</b> |   |

|  |
|--|
| <p>Sí, en su opinión las empresas del sector alimentario son responsables de esta problemática ya que a veces por obtener mayores ganancias no se dan cuenta de la calidad de sus productos, muchas grasas, azúcares, etc.</p>   |
| <p><b>8. ¿Considera que las empresas deben generar beneficios tanto para la sociedad como para sí mismas?</b></p> <p>Debería ser así, al igual que generan ganancias para ellos, deberían ayudar a la sociedad, a controlar la problemática que se está dialogando en la entrevista.</p> |
| <p><b>Actividad física y actividades extraescolares</b></p>  |
| <p><b>9. ¿Cómo es el día de su hijo en la escuela/colegio?</b></p> <p>Entra en la mañana a la escuela, clases normales y para la hora del recreo se come su lunch preparado en casa por los padres, suele ser sándwiches, zumo, frutas, esto entre lo más común.</p>                     |
| <p><b>10. ¿Qué suele hacer cuando después de la escuela/colegio?</b></p> <p>Luego de la escuela llega a casa a almorzar, ve un poco de tv, hay días que practica fútbol.</p>   |
| <p><b>11. ¿El fin de semana suelen hacer algún tipo de actividad con su hijo?</b></p> <p>Hay veces que salen a caminar al parque, pasear a su mascota, ir a un río o playa y también visitar a familiares.</p>   |
| <p><b>Hábitos alimentarios</b></p>   |
| <p><b>12. ¿Qué suelen comprar habitualmente durante la semana para la preparación de las comidas?</b></p> <p>Habitualmente pollo, carne de res, carne de cerdo, embutidos, en su opinión lo básico.</p>  |
| <p><b>13. ¿Cómo se organizan para la elaboración de las comidas diarias?</b></p> <p>Normalmente cocina la esposa.</p>  |
| <p><b>14. ¿Cómo describiría la alimentación que tiene su hijo durante un día?</b></p> <p>Come lo que se prepara en casa, lo que le mandan para comer en el recreo en la escuela, come mucho aunque se le trata de controlar en ese aspecto.</p>  |
| <p><b>15. ¿Cómo creen que es la educación alimentaria que le proporcionan a su hijo?</b></p> <p>Es normal, se le educa en este sentido pero es un poco difícil por la edad, podría ser mejor, controlar un poco más todas sus comidas.</p>   |

**16. ¿Les han proporcionado las herramientas necesarias para poder cambiar o mejorar estos hábitos alimentarios?**

Siempre consejos de cómo controlar y mejorar estos hábitos pero no se han llevado estrictamente o seguido al pie de la letra.

**Ocio**

**17. ¿Le han facilitado a su hijo la utilización de computador, videoconsola, celular o televisor en su casa? ¿Cuántas horas dirían que utilizan estos aparatos durante la semana?**

Sí, tiene la posibilidad de utilizar aparatos como tablet, playstation, entre otros. En días de clases los suele utilizar una o dos horas al día, en días de vacaciones puede llegar a utilizarlos de cuatro a seis horas diarias, depende del día y las otras actividades en familia.

**18. ¿Creen que duermen las horas necesarias durante la noche?**

Sí creen que su hijo duerme lo necesario durante la noche, duerme temprano, se levanta temprano.

**ANEXO 6 – ENTREVISTAS A PROFUNDIDAD HOGARES CON HIJOS QUE PRESENTEN OBESIDAD INFANTIL**

**Entrevista dirigida a padres SIN niños que padezcan OI/SP**

**Nombre entrevistado (a):** Lic. Karina Vázquez.

**Edad:** 30 años.

**Sexo:** F  M

**Responsable entrevista:** Andrés Castillo Bravo.

| Situación socio-económica y cultural  |
|---|
| <p><b>1. ¿Cómo suele ser un día normal en sus vidas?</b></p> <p>Mis hijos se levantan, dan un pequeño y rápido duchazo, se cambian y van a la escuela, regresan tipo dos la tarde, almuerzan la comida que prepare la mañana y va al entrenamiento de fútbol por 2 horas, regresa hace los deberes, merienda, ve algo de tv y se acuestan, esto cambia en vacaciones.</p> |
| <p><b>2. ¿Les ha afectado de alguna manera la situación socio-económica que estamos viviendo actualmente?</b></p> <p>Sí, claro con la situación que estamos viviendo se dificulta mucho hacer actividades que antes realizábamos.</p>   |
| <p><b>3. ¿Les han facilitado información en el Centro de Salud (CS) acerca del sobrepeso o la obesidad?</b></p> <p>No, he asistido muy pocas veces a algún centro de salud pero como mis hijos no han presentado esta enfermedad, no he pedido ninguna o me han facilitado ninguna información acerca de la obesidad.</p>   |
| <p><b>4. ¿En su opinión el peso de su hijo como se encuentra?</b></p> <p>Mis hijos de acuerdo a la última visita al pediatra está muy bien, ya que siempre se encuentran realizando actividades físicas, no consumen mucha comida chatarra y tratado preparar una comida casera saludable.</p>  |
| <p><b>5. ¿Qué opina sobre las medidas tomadas por el Gobierno, en cuanto a la regulación de los alimentos expedidos en bares?</b></p>   |

Me parece que está bien ya que es importante que los niños y adolescentes consuman productos sanos y nutrientes, esto no se daba cuando yo era estudiante en donde se vendía mucha comida chatarra, en cambio ahora ya no hay tanta comida que no es tan saludable y se trata de ver ofrecer alimentos algo más nutritivos.

**6. ¿Cómo comprador y consumidor usted revisa la etiqueta de semaforización adherido en los alimentos? ¿Le parece útil?**

Cuando realizo las compras si reviso los diferentes productos y de las distintas marcas para identificar que productos son más saludables o que no contienen tanta azúcar, sal o grasa y esos productos comprarlos para mi familia y la etiqueta también me parece útil para poder identificar productos más saludables.

**7. ¿En su opinión las empresas del sector alimentario son también responsables en la problemática de la Obesidad Infantil (OI)? ¿Por qué?**

No necesariamente responsables, la alimentación de los niños depende de sus padres y si nosotros no inculcamos una alimentación sana obviamente van a preferir otros alimentos.

**8. ¿Considera que las empresas deben generar beneficios tanto para la sociedad como para sí mismas?**

Las empresas brindan un servicio o producto (es mucho más importante en el sector de la alimentación) que debería buscar en primera instancia el beneficio del consumidor, debido a que si solo buscan su beneficio nos generan un perjuicio enorme a nosotros como consumidores ya que si nos brindan productos que no son sanos perjudican la salud de todos y más de los niños en casa.

**Actividad física y actividades extraescolares**

**9. ¿Cómo es el día de su hijo en la escuela/colegio?**

Mi hijo cumple el pensum que rige en el Ministerio de Educación, con las diferentes materias que mi hijo tiene, al igual que los recesos que son obligatorios para descansar.

**10. ¿Qué suele hacer cuando después de la escuela/colegio?**

Comer, descansar, realizar sus tareas extraescolares y asistir a una academia de fútbol

**11. ¿El fin de semana suelen hacer algún tipo de actividad con su hijo?**

Depende del fin de semana y las actividades que tengamos programadas, como por ejemplo visitar a familiares, se come donde mi mami, alguna reunión y algunas veces salir a comer en algún centro comercial.

| Hábitos alimentarios  |   |
|---|---|
| <p><b>12. ¿Qué suelen comprar habitualmente durante la semana para la preparación de las comidas?</b></p>   | <p>Normalmente compro varios productos para preparar las comidas en casa como en su mayoría de veces incluyo pollo, carne, vegetales (lechuga, tomate, zanahorias) y frutas para realizar los jugos.</p>                                  |
| <p><b>13. ¿Cómo se organizan para la elaboración de las comidas diarias?</b></p>  | <p>La comida la preparo yo en casa todas las mañanas antes de salir al trabajo.</p>   |
| <p><b>14. ¿Cómo describiría la alimentación que tiene su hijo durante un día?</b></p>   | <p>Creo que tienen una alimentación saludable ya que trato de preparar una comida saludable y les educo a que consuman productos sanos como una manzana en vez de algún snack.</p>  |
| <p><b>15. ¿Cómo creen que es la educación alimentaria que le proporcionan a su hijo?</b></p>  | <p>Pienso que es Buena, ya que le educo de cómo debe comer.</p>   |
| <p><b>16. ¿Les han proporcionado las herramientas necesarias para poder cambiar o mejorar estos hábitos alimentarios?</b></p>   | <p>No, únicamente lo que le enseñado a mi hijo sobre alimentación.</p>  |
| Ocio  |   |
| <p><b>17. ¿Le han facilitado a su hijo la utilización de computador, videoconsola, celular o televisor en su casa? ¿Cuántas horas dirían que utilizan estos aparatos durante la semana?</b></p> | <p>Mis hijos en días normales no utilizan computador (solo cuando tienen que realizar tareas y están bajo mi supervisión) o videoconsola. Si tenemos televisión que ven entre una media hora a hora en las noches antes de acostarse.</p> |
| <p><b>18. ¿Creen que duermen las horas necesarias durante la noche?</b></p>   | <p>Si, trato de que mis hijos duerman las 8 horas diarias que son necesarias.</p>   |

## Entrevista dirigida a padres *con* y *sin* niños que padezcan OI/SP

Nombre entrevistado (a): Nancy Castillo

Edad: 30

Sexo: F(x) M

Responsable entrevista: Ismael Cuenca

Edad niña: 6 años

SIN PROBLEMA

| Situación socio-económica y cultural  |
|---|
| <p><b>1. ¿Cómo suele ser un día normal en sus vidas?</b></p> <p>En el desayuno consume yogurt con corn flakes y fruta, en el almuerzo le acostumbra a tomar su sopa por lo general de verduras y el segundo acompañado de pollo o pescado alternando. En la merienda toma sopa y antes de acostarse un vasito de leche.</p> |
| <p><b>2. ¿Les ha afectado de alguna manera la situación socio-económica que estamos viviendo actualmente?</b></p> <p>Si porque e visto un cambio de precio en sus frutas</p>  |
| <p><b>3. ¿Les han facilitado información en el Centro de Salud (CS) acerca del sobrepeso o la obesidad?</b></p> <p>Si e recibido información e incluso me han entregado trípticos.</p>  |
| <p><b>4. ¿En su opinión el peso de su hijo como se encuentra?</b></p> <p>Se encuentra muy bien ya que eso nos muestra su control en a escolita.</p>   |
| <p><b>5. ¿Qué opina sobre las medidas tomadas por el Gobierno, en cuanto a la regulación de los alimentos expedidos en bares?</b></p> <p>En ocasiones he tenido que ir a la escuela y me he dado cuenta que ya no venden frituras.</p>  |

|  |
|--|
|  |
| <p><b>6. ¿Cómo comprador y consumidor usted revisa la etiqueta de semaforización adherido en los alimentos? ¿Le parece útil?</b></p> <p>Si la reviso me parece una gran herramienta aunque aún se oculten varias cosas.</p>                  |
| <p><b>7. ¿En su opinión las empresas del sector alimentario son también responsables en la problemática de la Obesidad Infantil (OI)? ¿Por qué?</b></p> <p>Si por que por lo general siempre buscan mayor beneficio económico.</p>           |
| <p><b>8. ¿Considera que las empresas deben generar beneficios tanto para la sociedad como para sí mismas?</b></p> <p>Creo que deben equilibrar sus beneficios en salud y en ganancias.</p>   |
| <p><b>Actividad física y actividades extraescolares</b></p>  |
| <p><b>9. ¿Cómo es el día de su hijo en la escuela/colegio?</b></p> <p>Juega en el recreo con sus amiguitos y degusta un lunch.</p>   |
| <p><b>10. ¿Qué suele hacer cuando después de la escuela/colegio?</b></p> <p>Almuerza y acude a un curso de inglés, no descansa.</p>  |
| <p><b>11. ¿El fin de semana suelen hacer algún tipo de actividad con su hijo?</b></p> <p>Salimos al parque a jugar con sus hermanitos muy frecuentemenete.</p>   |
| <p><b>Hábitos alimentarios</b></p>   |
| <p><b>12. ¿Qué suelen comprar habitualmente durante la semana para la preparación de las comidas?</b></p> <p>Dietas basadas en legumbres y los platos fuertes acompañados de pollo, pescado, res evitando un poco los embutidos.</p>         |
| <p><b>13. ¿Cómo se organizan para la elaboración de las comidas diarias?</b></p> <p>En la mañana se confía en el control de la escuela en la tarde en casa aunque de repente se le permite comer algún antojo como papas o hamburguesas.</p> |

**14. ¿Cómo describiría la alimentación que tiene su hijo durante un día?**

Creo que buena.

**15. ¿Cómo creen que es la educación alimentaria que le proporcionan a su hijo?**

Buena porque siempre nos estamos actualizando en los medios masivos.

**16. ¿Les han proporcionado las herramientas necesarias para poder cambiar o mejorar estos hábitos alimentarios?**

Si se le están brindando este tipo de herramientas en la escuela y en casa.

### Ocio

**17. ¿Le han facilitado a su hijo la utilización de computador, videoconsola, celular o televisor en su casa? ¿Cuántas horas dirían que utilizan estos aparatos durante la semana?**

Solo se le permite ver Tv y no tienen ningún aparato electrónico, por lo general 2 horas diarias.

**18. ¿Creen que duermen las horas necesarias durante la noche?**

Duerme 8 horas solo en vacaciones se le permite dormir un poquito más.

## Entrevista dirigida a padres *sin* niños que padezcan OI/SP

Nombre entrevistado (a): Cintia Herrera

Edad: 35

Sexo: F

Responsable entrevista: Bryan Orellana

| Situación socio-económica y cultural   |   |
|--|---|
| <b>1. ¿Cómo suele ser un día normal en sus vidas?</b>  | En la mañana se levantan pronto, se les prepara a los hijos para la escuela, trabajan, al medio día les retiran de la escuela, almuerzan, ayudan con las tareas de los hijos, se prepara la cena y se descansa. |
| <b>2. ¿Les ha afectado de alguna manera la situación socio-económica que estamos viviendo actualmente?</b>                                       | Si, por más que se trabaja si es medio complicado (obtener lo necesario)  |
| <b>3. ¿Les han facilitado información en el Centro de Salud (CS) acerca del sobrepeso o la obesidad?</b>   | No el centro de salud, se acudió a un nutricionista particular.   |
| <b>4. ¿En su opinión el peso de su hijo como se encuentra?</b>   | Se encuentra en un rango de peso normal.  |
| <b>5. ¿Qué opina sobre las medidas tomadas por el Gobierno, en cuanto a la regulación de los alimentos expedidos en bares?</b>                   | Si se ha cambiado en beneficio de los niños, antes se les daba dinero y ellos compraban comida chatarra en los bares, ahora se les envía comida desde la casa o compran cosas saludables en el bar.             |
| <b>6. ¿Cómo comprador y consumidor usted revisa la etiqueta de semaforización adherido en los alimentos? ¿Le parece útil?</b>                    | Ahora si puesto que se encuentran con nutricionista que les ha enseñado que tienen que revisar para poder consumir.   |
| <b>7. ¿En su opinión las empresas del sector alimentario son también responsables en la problemática de la Obesidad Infantil (OI)? ¿Por qué?</b> | Sí, porque por más que tengan etiquetas hay productos que solo engordan a los niños y ellos ven las propagandas y quieren estos productos.  |

**8. ¿Considera que las empresas deben generar beneficios tanto para la sociedad como para sí mismas?**

Si se debería ser así, se debería dar un beneficio tanto para las empresas como para la sociedad.

#### Actividad física y actividades extraescolares

**9. ¿Cómo es el día de su hijo en la escuela/colegio?**

Conocemos los horarios de clases de los niños, en la tarde los niños pasan en la casa, en los recreos juegan básquet y fútbol.

**10. ¿Qué suele hacer cuando después de la escuela/colegio?**

Come, se ducha, acaba deberes y ve televisión. Están por volver a una academia de básquet.

**11. ¿El fin de semana suelen hacer algún tipo de actividad con su hijo?**

No actividad física, el domingo es familiar y se realizan paseos.

#### Hábitos alimentarios

**12. ¿Qué suelen comprar habitualmente durante la semana para la preparación de las comidas?**

Ahora con la nutricionista, se compra más verduras para ensaladas, poco pan, tostadas integrales, pollo, pescado y atún.

**13. ¿Cómo se organizan para la elaboración de las comidas diarias?**

Se basa en los horarios que la nutricionista les dio y que pueden comer, basándose en eso se compra lo necesario para mantener este régimen a la semana.

**14. ¿Cómo describiría la alimentación que tiene su hijo durante un día?**

Ahora buena, gracias a las instrucciones de la nutricionista.

**15. ¿Cómo creen que es la educación alimentaria que le proporcionan a su hijo?**

Buena en estos momentos por que no se come en la calle, mas alimentos caseros.

**16. ¿Les han proporcionado las herramientas necesarias para poder cambiar o mejorar estos hábitos alimentarios?**

Si, por que nos ha afectado en la salud, se cambió el hábito alimenticio mas no los niveles de comida.

## Ocio

**17. ¿Le han facilitado a su hijo la utilización de computador, videoconsola, celular o televisor en su casa? ¿Cuántas horas dirían que utilizan estos aparatos durante la semana?**

En clases una hora diaria para hacer deberes, en televisión dos horas diarias, no se les permite celulares a más de temas investigativos. En vacaciones usan más los videojuegos

**18. ¿Creen que duermen las horas necesarias durante la noche?**

En la escuela sí, en vacaciones no.

## Entrevista dirigida a padres *con y sin* niños que padezcan OI/SP

Nombre entrevistado (a): Tania Zúñiga

Edad: 25

Sexo: F(x) M

Responsable entrevista: Pablo Pesantez

| Situación socio-económica y cultural   |
|--|
| <p><b>1. ¿Cómo suele ser un día normal en sus vidas?</b></p> <p>Un día normal comienza a tempranas horas con un respectivo desayuno para el niño antes de ir a la escuela que consiste en una tostada, leche y fruta, en la media mañana el niño se sirve un en la escuela proporcionada por la misma, el almuerzo al momento del almuerzo el niño se sirve un plato de sopa, un plato fuerte arroz un acompañado de carne, pollo o pescado y verduras, en la media tarde el niño solo consume un poco de fruta y en la noche se sirve una leche con galletas o una tostada.</p> |
| <p><b>2. ¿Les ha afectado de alguna manera la situación socio-económica que estamos viviendo actualmente?</b></p> <p>Desde un punto de vista de afección no ha afectado pero los productos si han sufrido un leve aumento y hasta la escasez de algunos productos</p>  |
| <p><b>3. ¿Les han facilitado información en el Centro de Salud (CS) acerca del sobrepeso o la obesidad?</b></p> <p>Si si e proporcionado campañas sobre alimentación saludables</p>  |
| <p><b>4. ¿En su opinión el peso de su hijo como se encuentra?</b></p> <p>Normal.</p>   |
| <p><b>5. ¿Qué opina sobre las medidas tomadas por el Gobierno, en cuanto a la regulación de los alimentos expedidos en bares?</b></p> <p>Me parece una medida muy correcta debido ha que antes solo existían productos de consumo de golosinas y en la actualidad ya se puede conseguir productos más saludables.</p>  |

|  |
|--|
| <p><b>6. ¿Cómo comprador y consumidor usted revisa la etiqueta de semaforización adherido en los alimentos? ¿Le parece útil?</b></p> <p>Me parece una táctica y una herramientas muy útil desde mi perspectiva debido a que yo lo uso muy a menudo al momento de comprar productos para mi hijo.</p>           |
| <p><b>7. ¿En su opinión las empresas del sector alimentario son también responsables en la problemática de la Obesidad Infantil (OI)? ¿Por qué?</b></p> <p>Si son muy responsable de la obesidad infantil porque no son conscientes de que una parte de sus alimentos tienen altas calorías para los niños</p> |
| <p><b>8. ¿Considera que las empresas deben generar beneficios tanto para la sociedad como para sí mismas?</b></p> <p>Considero que las empresas debe actuar por los ambos sentidos por beneficio de la sociedad y para beneficio para la empresa.</p>  |
| <p><b>Actividad física y actividades extraescolares</b></p>  |
| <p><b>9. ¿Cómo es el día de su hijo en la escuela/colegio?</b></p> <p>Regular toma su refrigerio a buenas horas</p>  |
| <p><b>10. ¿Qué suele hacer cuando después de la escuela/colegio?</b></p> <p>Comer, tareas, y ver televisión,</p>   |
| <p><b>11. ¿El fin de semana suelen hacer algún tipo de actividad con su hijo?</b></p> <p>Pasear en familia, manejar bicicletas, jugar ,</p>  |
| <p><b>Hábitos alimentarios</b></p>   |
| <p><b>12. ¿Qué suelen comprar habitualmente durante la semana para la preparación de las comidas?</b></p> <p>Frutas, leches, verduras. y todo lo relacionado con la canasta básica</p>   |
| <p><b>13. ¿Cómo se organizan para la elaboración de las comidas diarias?</b></p> <p>Existe una persona encargada para la limpieza y la preparación de la limpieza y la preparación de la comida</p>  |
| <p><b>14. ¿Cómo describiría la alimentación que tiene su hijo durante un día?</b></p> <p>Adecuado para la salud</p>  |

|   |
|---|
|   |
| <p><b>15. ¿Cómo creen que es la educación alimentaria que le proporcionan a su hijo?</b></p> <p>Normal, Sana y nutritiva</p>  |
| <p><b>16. ¿Les han proporcionado las herramientas necesarias para poder cambiar o mejorar estos hábitos alimentarios?</b></p> <p>Si en momentos adecuados en la escuela y en el pediatra.</p>                                 |
| <p><b>Ocio</b></p>  |
| <p><b>17. ¿Le han facilitado a su hijo la utilización de computador, videoconsola, celular o televisor en su casa? ¿Cuántas horas dirían que utilizan estos aparatos durante la semana?</b></p> <p>Si 4 horas controladas</p> |
| <p><b>18. ¿Creen que duermen las horas necesarias durante la noche?</b></p> <p>si duerme las horas necesarias y horas adecuadas y las suficientes</p>   |

## Entrevista dirigida a padres *con y sin* niños que padezcan OI/SP

Nombre entrevistado (a): Ing. Patricia Bravo

Edad: 43

Sexo: Femenino

Responsable entrevista: Pedro Ramos

| Situación socio-económica y cultural   |  |
|--|--|
| <b>1. ¿Cómo suele ser un día normal en sus vidas?</b>  | Lo primero que hacemos luego de asearnos es el desayuno, el desayuno entre la semana es bastante rápido es apenas un vaso de chocolate para mis hijos.   |
| <b>2. ¿Les ha afectado de alguna manera la situación socio-económica que estamos viviendo actualmente?</b>                                       | Hasta el momento no, pero yo creo que si va a afectar.   |
| <b>3. ¿Les han facilitado información en el Centro de Salud (CS) acerca del sobrepeso o la obesidad?</b>   | No, últimamente no   |
| <b>4. ¿En su opinión el peso de su hijo como se encuentra?</b>   | Está bien, hemos ido al pediatra y está bordeando siempre en lo normal.  |
| <b>5. ¿Qué opina sobre las medidas tomadas por el Gobierno, en cuanto a la regulación de los alimentos expedidos en bares?</b>                   | Eso sí está muy bien porque si debe haber un equilibrio nutricional, eso creo que han manejado correctamente no sé si a nivel de gobierno o ya nivel particular de cada escuela pero es bueno de que los niños si reciban alimento, también una que otra golosina pero si es importante que se nutran. |
| <b>6. ¿Cómo comprador y consumidor usted revisa la etiqueta de semaforización adherido en los alimentos? ¿Le parece útil?</b>                    | A veces, si es útil, si es muy útil si ayuda.  |
| <b>7. ¿En su opinión las empresas del sector alimentario son también responsables en la problemática de la Obesidad Infantil (OI)? ¿Por qué?</b> |  |

|   |
|---|
| <p>Es un tema familiar ya de la responsabilidad de cada cabeza de hogar y también de cada infante, de cada niño porque si se les da las pautas de lo que es bueno y de lo que es malo.</p>  |
| <p><b>8. ¿Considera que las empresas deben generar beneficios tanto para la sociedad como para sí mismas?</b></p> <p>Por supuesto, por supuesto que sí</p>  |
| <p><b>Actividad física y actividades extraescolares</b></p>   |
| <p><b>9. ¿Cómo es el día de su hijo en la escuela/colegio?</b></p> <p>Yo tengo dos hijos y ambos luego de la escolita tienen actividades extra curriculares ambos van a academias, mi hija mi niña de danza y mi hijito de taekwondo de artes marciales.</p>  |
| <p><b>10. ¿Qué suele hacer cuando después de la escuela/colegio?</b></p> <p>Por lo general mi hijo si toma un vaso de chocolate leche chocolate eso no le puede faltar eso me exige, mi hija hace diferentes cosas, no tiene una rutina establecida.</p>  |
| <p><b>11. ¿El fin de semana suelen hacer algún tipo de actividad con su hijo?</b></p> <p>Siempre estamos juntos, procuramos comer juntos desayunar juntos, la alimentación en un fin de semana varia es un día que comemos de una preparación de casa y otro día si nos damos un recreo, si salimos a comer. También no es estable sino regularmente.</p>   |
| <p><b>Hábitos alimentarios</b></p>  |
| <p><b>12. ¿Qué suelen comprar habitualmente durante la semana para la preparación de las comidas?</b></p> <p>Frutas, ha para la preparación y vegetales para las ensaladas.</p>   |
| <p><b>13. ¿Cómo se organizan para la elaboración de las comidas diarias?</b></p> <p>La familia come de vianda.</p>  |
| <p><b>14. ¿Cómo describiría la alimentación que tiene su hijo durante un día?</b></p> <p>Mala, pésima, es la alimentación pésima porque en primero lugar ellos son muy especiales no comen todo lo que se les brinda, las viandas a veces son de una calidad buena y otras son de una calidad muy regular y es difícil saber hasta que se experimentan.</p> |

**15. ¿Cómo creen que es la educación alimentaria que le proporcionan a su hijo?**

A una mala educación alimentaria, que a lo mejor yo misma he sido responsable por no guiarles un poco más y no ser más fuerte en lo que no deberían comer habitualmente o en darles gusto en momentos en que no les agrada algún alimento suplir con otro.

**16. ¿Les han proporcionado las herramientas necesarias para poder cambiar o mejorar estos hábitos alimentarios?**

Falta, porque en el caso de la mayoría de mamás actualmente trabajamos lo que más que las herramientas uno tiene mucha información para saber lo que es bueno y lo que es malo, pero es el tiempo y el no estar al lado de nuestros hijos el momento de los almuerzos lo que también no deja que uno les enseñe hábitos o que les exija que ciertas comidas si son muy buenas todos los días y cuales deben prescindir hasta que llegue un momento una ocasión especial; para mí el peor enemigo es la falta de tiempo que ahora tenemos.

**Ocio**

**17. ¿Le han facilitado a su hijo la utilización de computador, videoconsola, celular o televisor en su casa? ¿Cuántas horas dirían que utilizan estos aparatos durante la semana? ¿Cree que podría mejorar esos hábitos?**

Sí lamentablemente sí.

Unas 5 horas al día por lo menos en contra de mi voluntad, completamente en contra

Es una lucha constante, una pelea constante.

**18. ¿Creen que duermen las horas necesarias durante la noche?**

A veces no, a veces si se acuestan un poquito más tarde de lo habitual, a lo menos en clases procuro de que sean las 8 horas pero si faltan a veces.

## Entrevista dirigida a padres *con y sin* niños que padezcan OI/SP

Nombre entrevistado (a): Silvia Ordoñez

Edad: 35

Sexo: F

Responsable entrevista: Roberto Rojas

### Situación socio-económica y cultural

**1. ¿Cómo suele ser un día normal en sus vidas?**

Inician org

.anizándose para dejar la casa en orden, para que puedan ir a la escuela luego salen a la 1 de la tarde y almuerza con sus abuelos, de ahí les recoge porque trabaja y van a casa meriendan y descansan.

**2. ¿Les ha afectado de alguna manera la situación socio-económica que estamos viviendo actualmente?**

Si les afecta porque el esposo trabaja en el sector de la construcción porque estado complicado

**3. ¿Les han facilitado información en el Centro de Salud (CS) acerca del sobrepeso o la obesidad?**

Algunas veces si otras no

**4. ¿En su opinión el peso de su hijo como se encuentra?**

Normal

**5. ¿Qué opina sobre las medidas tomadas por el Gobierno, en cuanto a la regulación de los alimentos expedidos en bares?**

Le parece una resolución importante porque ha visto a niños que no se alimentan adecuadamente

**6. ¿Cómo comprador y consumidor usted revisa la etiqueta de semaforización adherido en los alimentos? ¿Le parece útil?**

si es útil pero no se fija mucho en las etiquetas.

**7. ¿En su opinión las empresas del sector alimentario son también responsables en la problemática de la Obesidad Infantil (OI)? ¿Por qué?**

Por supuesto porque las empresas han dejado de ser conscientes del perjuicio que puedan hacer y solo les interesa la parte económica y no la salud de la gente.

**8. ¿Considera que las empresas deben generar beneficios tanto para la sociedad como para sí mismas?**

Si

### Actividad física y actividades extraescolares

**9. ¿Cómo es el día de su hijo en la escuela/colegio?**

Ya en la escuela está con las materias que le dan y luego sale a recreo y come su lunch que le damos y que se lo mas sencillo pero que le alimenta y de ahí regresa a la casa de los abuelos.

**10. ¿Qué suele hacer cuando después de la escuela/colegio?**

Deberes

**11. ¿El fin de semana suelen hacer algún tipo de actividad con su hijo?**

Si, salen a caminar y van a la quinta en Yunguilla algunos fines de semana.

### Hábitos alimentarios

**12. ¿Qué suelen comprar habitualmente durante la semana para la preparación de las comidas?**

Fruta, legumbres, hortalizas, carne y arroz.

**13. ¿Cómo se organizan para la elaboración de las comidas diarias?**

Compras cada 15 días en un supermercado y frutería.

**14. ¿Cómo describiría la alimentación que tiene su hijo durante un día?**

Buena tiene su desayuno, lunch, almuerzo y merienda.

**15. ¿Cómo creen que es la educación alimentaria que le proporcionan a su hijo?**

Sana

**16. ¿Les han proporcionado las herramientas necesarias para poder cambiar o mejorar estos hábitos alimentarios?**

No

**Ocio**

**17. ¿Le han facilitado a su hijo la utilización de computador, videoconsola, celular o televisor en su casa? ¿Cuántas horas dirían que utilizan estos aparatos durante la semana?**

Si le facilitan la utilización pero está controlado como 10-12 horas

**18. ¿Creen que duermen las horas necesarias durante la noche?**

Si duerme 9 horas.

## Entrevista dirigida a padres *con y sin* niños que padezcan OI/SP

Nombre entrevistado (a): Valeria Vintimilla

Edad: 27 años

Sexo: F

Responsable entrevista: Mateo Rosales

| Situación socio-económica y cultural   |
|--|
| <p><b>1. ¿Cómo suele ser un día normal en sus vidas?</b></p> <p>Un día normal en mi vida empieza a las 6:00 am me levanto para preparar el desayuno para Valentina y José Luis, a las 6: 40 se van a la escuela mientras que mi marido y yo a las 7:15 am salimos para llegar a nuestro trabajo, regresamos a la 1:30 pm para almorzar, que nuestros hijos hagan las tareas y posteriormente vayan a sus academias, en la tarde comen algo liviano y a las 8:00 pm merendamos.</p> |
| <p><b>19. ¿Les ha afectado de alguna manera la situación socio-económica que estamos viviendo actualmente?</b></p> <p>Si, nos ha afectado por cuestiones como el precio de las pensiones, la alimentación y los trabajos.</p>  |
| <p><b>20. ¿Les han facilitado información en el Centro de Salud (CS) acerca del sobrepeso o la obesidad?</b></p>   |
| <p><b>21. ¿En su opinión el peso de su hijo como se encuentra?</b></p> <p>Se encuentra normal, tiene el peso y tamaño adecuado para su edad.</p>   |
| <p><b>22. ¿Qué opina sobre las medidas tomadas por el Gobierno, en cuanto a la regulación de los alimentos expedidos en bares?</b></p> <p>Está bien, los niños deben alimentarse bien y creo que es responsabilidad de los padres educarle para que se alimenten de manera correcta.</p>   |

**23. ¿Cómo comprador y consumidor usted revisa la etiqueta de semaforización adherido en los alimentos? ¿Le parece útil?**

Si reviso, pero me parece que hay alimentos en los que no es útil ya que hay alimentos que son saludables y tienen un semáforo alto comparado con alimentos que son peores.

**24. ¿En su opinión las empresas del sector alimentario son también responsables en la problemática de la Obesidad Infantil (OI)? ¿Por qué?**

Sí, creo que son en parte responsables, porque nos venden los alimentos que consumimos.

**25. ¿Considera que las empresas deben generar beneficios tanto para la sociedad como para sí mismas?**

Si, considero que deben ser beneficiadas ambas partes.

#### Actividad física y actividades extraescolares

**26. ¿Cómo es el día de su hijo en la escuela/colegio?**

Ingresa a las 7:00 am, a las 10:15 come un refrigerio que le mandamos desde la casa, muy natural, por lo general con frutas, posteriormente ingresa nuevamente a clases, para a la 1 finalizar su día de clases.

**27. ¿Qué suele hacer después de la escuela/colegio?**

Llega a la casa al almuerzo, hace sus tareas para después ir a una academia de baile.

**28. ¿El fin de semana suelen hacer algún tipo de actividad con su hijo?**

No, el fin de semana no realizamos alguna actividad en específico.

#### Hábitos alimentarios

**29. ¿Qué suelen comprar habitualmente durante la semana para la preparación de las comidas?**

En la casa contamos con alimentos como carne, pollo, frutas, verduras, y para las tardes algo muy liviano.

**30. ¿Cómo se organizan para la elaboración de las comidas diarias?**

Mi mamá nos proporciona la alimentación con los alimentos que hay dentro de la casa.

**31. ¿Cómo describiría la alimentación que tiene su hijo durante un día?**

Es sana, por lo general no les doy golosinas y trato de que siempre coman frutas.

**32. ¿Cómo creen que es la educación alimentaria que le proporcionan a su hijo?**

Tratamos de encelarles desde pequeños las cosas que deben consumir y las cosas que les hace daño.

**33. ¿Les han proporcionado las herramientas necesarias para poder cambiar o mejorar estos hábitos alimentarios?**

A mí como madre no, me ha tocado buscar información para proporcionarle a ella, pero si lo hacemos.

Ocio

**34. ¿Le han facilitado a su hijo la utilización de computador, videoconsola, celular o televisor en su casa? ¿Cuántas horas dirían que utilizan estos aparatos durante la semana?**

A mis hijos les dejamos jugar una hora diaria videojuegos, prácticamente serían 7 horas semanales, y no tienen celular.

**35. ¿Creen que duermen las horas necesarias durante la noche?**

Sí, eso sí nos mantenemos pendientes de que descansen las horas necesarias.

## Entrevista dirigida a padres *con y sin* niños que padezcan OI/SP

Nombre entrevistado (a): MARÍA DEL CARMEN GÁRATE

Edad: 22 AÑOS

Edad del niño: 5 años

Sexo: Femenino

Responsable entrevista: DAYSI SÁNCHEZ

### Situación socio-económica y cultural

#### 1. ¿Cómo suele ser un día normal en sus vidas?

Bueno yo le levanto temprano le doy el desayuno que leche con chocolate y pan, después se va a la guardería, a las 10 de la mañana le dan un refrigerio, al medio día el almuerzo y la media tarde le dan otro refrigerio.

YO: ahora con respecto a lo que son los refrigerios y al almuerzo de la guardería a ti te envían alguna lista mensual o semanal mensual de las cosas que le van a dar o solo del almuerzo en sí?

ELLA: De todo, tanto del almuerzo como de los refrigerios y es mensual

YO: Qué tan Buenos son los refrigerios, son saludables, les dan golosinas ?

ELLA: No, no les dan golosinas, son ensaladas, choclo, carne, tallarines, o sea comida normal y cuando comen golosinas son los últimos miércoles de cada mes porque celebran los cumpleaños de todos los niños del mes.

#### 2. ¿Les ha afectado de alguna manera la situación socio-económica que estamos viviendo actualmente?

Yo creo que sí porque han incrementado los precios en general de la comida en sí entonces a uno ya le provoca más gastos en la compra de la comida de todos los días.

#### 3. ¿Les han facilitado información en el Centro de Salud (CS) acerca del sobrepeso o la obesidad?

No,

YO: o tal vez has asistido para que te den una información extra?

ELLA: no asisto a los centros de salud porque no confío mucho.

|   |
|---|
|   |
| <p><b>4. ¿En su opinión el peso de su hijo como se encuentra?</b></p> <p>Bueno el siempre ha sido delgado pero le he hecho revisar con los doctores y le dicen que el peso normal, o sea está entre los mas bajo de la edad de él pero está en el rango.</p>  |
| <p><b>5. ¿Qué opina sobre las medidas tomadas por el Gobierno, en cuanto a la regulación de los alimentos expedidos en bares?</b></p> <p>Yo cre que está bien porque los niños antes consumíamos muchas golosinas en los recreos en vez de comer algo mas sano.</p>   |
| <p><b>6. ¿Cómo comprador y consumidor usted revisa la etiqueta de semaforización adherido en los alimentos? ¿Le parece útil?</b></p> <p>No no reviso la etiqueta.</p>   |
| <p><b>7. ¿En su opinión las empresas del sector alimentario son también responsables en la problemática de la Obesidad Infantil (OI)? ¿Por qué?</b></p> <p>Yo creo que sí porque por ejemplo los restaurantes de comida rápida en especial hacen tanta publicidad.</p>  |
| <p><b>8. ¿Considera que las empresas deben generar beneficios tanto para la sociedad como para sí mismas?</b></p> <p>Claro sería importante brindar o crear algún menú que sea más saludable para los niños porque por lo general hacen las cajitas felices que son hamburguesas, papas, es decir deberían hacer otra cosa, algo que sea atractivo para ellos pero saludable.</p> |
| <p><b>Actividad física y actividades extraescolares</b></p>   |
| <p><b>9. ¿Cómo es el día de su hijo en la escuela/colegio?</b></p> <p>Bueno ellos hacen educación física dos o tres días a la semana creo también hacían bailoterapia una hora a la semana y ahora que está en vacaciones le puse en un curso de fútbol que es una hora diaria.</p>   |
| <p><b>10. ¿Qué suele hacer cuando después de la escuela/colegio?</b></p> <p>Llega, juega un rato con sus carros y de ahí ve una película o algo.</p> <p>YO: Pero en cuanto a la actividad física?</p> <p>ELLA: no ya no hace ninguna actividad física.</p>  |
| <p><b>11. ¿El fin de semana suelen hacer algún tipo de actividad con su hijo?</b></p> <p>Le llevo al parque todos los domingos con la bicicleta.</p>  |

YO: Y que rango de tiempo te sueles quedar?

ELLA: Una hora mas o menos.

### Hábitos alimentarios

**12. ¿Qué suelen comprar habitualmente durante la semana para la preparación de las comidas?**

Yo por lo general compro carne, jamón, pollo, huevos.

YO: por ejemplo tu le das alguna golosina a tu hijo una vez a la semana, una vez al mes?

ELLA: Una vez al mes por lo general siempre hago torta de chocolate.

**13. ¿Cómo se organizan para la elaboración de las comidas diarias?**

Lo que se ocurra cocinar ese día.

**14. ¿Cómo describiría la alimentación que tiene su hijo durante un día?**

Yo creo que buena, porque también come frutas.

**15. ¿Cómo creen que es la educación alimentaria que le proporcionan a su hijo?**

Buena también

**16. ¿Les han proporcionado las herramientas necesarias para poder cambiar o mejorar estos hábitos alimentarios?**

Sí en la escuela.

### Ocio

**17. ¿Le han facilitado a su hijo la utilización de computador, videoconsola, celular o televisor en su casa? ¿Cuántas horas dirían que utilizan estos aparatos durante la semana?**

Ocupa el celular una media o una hora diaria o todo también depende de mi trabajo, hay veces que metoca salir con el entonces me toca darle el celular, de ahí la televisión si para domirse, unas dos horas.

**18. ¿Creen que duermen las horas necesarias durante la noche?**

Ahora que empezó a hacer ejercicio si, duerme las 8 horas o 9.

## Entrevista dirigida a padres *con y sin* niños que padezcan OI/SP

Nombre entrevistado (a): GABRIELA CORONEL

Edad: 30 AÑOS

EDAD HIJA: 7 años

Sexo: Femenino

Responsable entrevista: DAYSI SÁNCHEZ

### Situación socio-económica y cultural

#### 1. ¿Cómo suele ser un día normal en sus vidas?

En la mañana cuando se levanta, se cambia para ir a la escuela, en el desayuno toma leche con alguna fruta o batido, huevo y pan.

YO: todos los días huevo y pan ?

ELLA: A veces no pan, sino fruta picada.

YO: Entonces es variado?

ELLA: Si variado, no le dejo que tome solo leche porque debe ir bien alimentada, luego para la escuela va llevando de aquí de la casa o sino yo le mando dinero para que lla compre allá.

YO: ahora si tu le mandas de casa que le sueles enviar ?

ELLA: Yo mismo le hago un sanduche, fruta con yogurt o un jugo y allá se compra otra cosa, pero si se estar tranquila porque allá en la escuela si saben vender comida saludable , comunmente se compra un sanduche, un seco, fruta.

#### 2. ¿Les ha afectado de alguna manera la situación socio-económica que estamos viviendo actualmente?

No mucho.

Pero bueno yo antes le enviaba \$1 para que se compre algo ahora por ejemplo con \$1 no se compra mucho, entonces ahora le mando unos \$2 o \$3.

#### 3. ¿Les han facilitado información en el Centro de Salud (CS) acerca del sobrepeso o la obesidad?

Yo no le llevo al centro de salud, pero las veces que he ido al doctor si le pesan para ver si el peso está acorde a su edad.

#### 4. ¿En su opinión el peso de su hijo como se encuentra?

Ella desde pequeña siempre ha tenido bajo peso no ha estado en el peso ideal de ella ni sobrepeso, pero el doctor siempre me ha dicho que es por la textura de ella, pero si come bien.

**5. ¿Qué opina sobre las medidas tomadas por el Gobierno, en cuanto a la regulación de los alimentos expedidos en bares?**

Es buena la comida, pero yo hablo de la escuela de ella (Alborada) porque en otras escuelas yo he visto que no hay regulación.

YO: ella está en escuela privada, entonces tu piensas que depende si una escuela es privada o pública?

ELLA: Yo pienso que depende de la escuela porque el gobierno trata de regular eso pero a veces en la escuela no controlan mucho, pero por lo que es privada pienso que si existe mayor control pero en las escuelas públicas no, creo que si les falta.

**6. ¿Cómo comprador y consumidor usted revisa la etiqueta de semaforización adherido en los alimentos? ¿Le parece útil?**

Si, yo siempre reviso, Igual a la Rafaela le he dicho si eso está en rojo no es saludable, que no es saludable, trato por lo general de ver si está en medio o bajo y sirve, sobretodo para los niños no pueden leer porque es una alerta para ellos desde pequeños para evitar que consuman eso.

**7. ¿En su opinión las empresas del sector alimentario son también responsables en la problemática de la Obesidad Infantil (OI)? ¿Por qué?**

Las empresas?

Yo pienso que si también y mas que nada la televisión influyen bastante las empresas que venden comida que no es saludable y hacen que los niños consuman.

**8. ¿Considera que las empresas deben generar beneficios tanto para la sociedad como para sí mismas?**

Sí para los dos creo yo, a veces solamente en un beneficio propio en que la gente consume, que compre así no tenga vitaminas o algo nutritivo.

**Actividad física y actividades extraescolares**

**9. ¿Cómo es el día de su hijo en la escuela/colegio?**

Ella tiene educación física y también tiene un proyecto de baile, entonces ella si se mantiene en actividad física, pero ya en la tarde ahora por vacaciones está

|   |
|---|
| <p>en natación, pero no es algo que hace siempre ahora porque está en la colonia hace.</p>  |
| <p><b>10. ¿Qué suele hacer cuando después de la escuela/colegio?</b></p> <p>Después que llega almuerza y en la tarde hace los deberes, no tiene actividad física.</p>   |
| <p><b>11. ¿El fin de semana suelen hacer algún tipo de actividad con su hijo?</b></p> <p>A veces salimos al parque.</p>   |
| <p><b>Hábitos alimentarios</b></p>  |
| <p><b>12. ¿Qué suelen comprar habitualmente durante la semana para la preparación de las comidas?</b></p> <p>Arroz, carne o pollo siempre yo le doy ensaladas, en el plato de comida debe existir verduras, aveces dice no me gusta y yo le digo: “igual debes comer o come primero eso y después el resto de cosas ” la sopa que igual come.</p> |
| <p><b>13. ¿Cómo se organizan para la elaboración de las comidas diarias?</b></p> <p>No hago un itinerario para las comidas, improviso con lo que tenemos.</p>   |
| <p><b>14. ¿Cómo describiría la alimentación que tiene su hijo durante un día?</b></p> <p>Yo considero que es bueno ya que su alimentación es variada</p>  |
| <p><b>15. ¿Cómo creen que es la educación alimentaria que le proporcionan a su hijo?</b></p> <p>Es buena también.</p>   |
| <p><b>16. ¿Les han proporcionado las herramientas necesarias para poder cambiar o mejorar estos hábitos alimentarios?</b></p> <p>No, pero por ejemplo en el internet busco refrigerios que le puedo mandar, pero asistencia de otra manera no.</p>  |
| <p><b>Ocio</b></p>  |
| <p><b>17. ¿Le han facilitado a su hijo la utilización de computador, videoconsola, celular o televisor en su casa? ¿Cuántas horas dirían que utilizan estos aparatos durante la semana?</b></p> <p>Una hora o media hora el celular o computadora.</p>  |
| <p><b>18. ¿Creen que duermen las horas necesarias durante la noche?</b></p> <p>Si duerme 8 o 9 horas</p>  |

## Entrevista dirigida a padres *con y sin* niños que padezcan OI/SP

Nombre entrevistado (a): Gustavo Sánchez

Edad: 46 años

Sexo: F M

Responsable entrevista: Juan David Sánchez

### Situación socio-económica y cultural

#### 1. ¿Cómo suele ser un día normal en sus vidas?

Pasamos en familia todo el tiempo posible.

En un día normal mis hijas se levantan a las 06h00, toman su desayuno preparado en casa que incluye una porción de fruta, un vaso de yogurt light y una ración de pan integral.

Seguido se lavan los dientes y asean para asistir de la manera más pulcra a la escuela. A su retorno a casa, aproximadamente 14h00, las esperamos junto a su madre, mi esposa, para almorzar juntos y a su vez actualizarnos en lo ocurrido en esa jornada.

Por la tarde, ellas realizan deporte en casa ya que cuentan con una cama elástica y barras para que estén en constante actividad física. También suelen dedicarse al piano ya que gozan de la música. Por la noche alrededor de las 19h00, les ayudamos con las inquietudes que se le presenten en el ámbito escolar o personal y a partir de las 21h00 ya les hacemos dormir.

#### 2. ¿Les ha afectado de alguna manera la situación socio-económica que estamos viviendo actualmente?

Gracias al esfuerzo que hemos realizado junto con mi esposa hemos podido generar un colchón de ahorros para que nuestras necesidades alimenticias primarias y las de nuestras hijas no se vean afectadas por las situaciones socioeconómicas cambiantes que vivimos en el Ecuador.

#### 3. ¿Les han facilitado información en el Centro de Salud (CS) acerca del sobrepeso o la obesidad?

Hemos asistido a nutricionistas para consultar algún tipo de recomendaciones profesionales debido a que creemos que es importante conocer el estado de salud corporal en la que nuestras hijas se encuentran.

**4. ¿En su opinión el peso de su hijo como se encuentra?**

En mi opinión es normal, es decir alrededor de los 17 kg. para su estatura de 105 cms.

**5. ¿Qué opina sobre las medidas tomadas por el Gobierno, en cuanto a la regulación de los alimentos expedidos en bares?**

Me parece una medida positiva debido a que así los niños pueden cambiar su cultura alimenticia escolar lo cual forma una parte esencial en sus vidas. Antes las comidas de los bares eran cualquier tipo de chatarra y se vendían todo tipo de golosinas azucaradas sin medida lo cual afecta radicalmente al desarrollo de niños de estas edades.

**6. ¿Cómo comprador y consumidor usted revisa la etiqueta de semaforización adherido en los alimentos? ¿Le parece útil?**

Si, en especial mi esposa debido a que el semáforo es un indicador de tres partes cruciales de un alimento: la grasa, la azúcar y la sal; que son componentes necesarios para el desarrollo del ser humano pero que en medidas no controladas son los peores enemigos de la salud. Por ello reconocemos que el semáforo si nos ayuda a elegir cierto tipo de alimentos con confianza.

**7. ¿En su opinión las empresas del sector alimentario son también responsables en la problemática de la Obesidad Infantil (OI)? ¿Por qué?**

Claro que sí, son actores cruciales en este tema debido a que como productores saben muy bien qué tipo de alimentos venden, qué tipo de químicos son procesados en su desarrollo y a su vez los siguen vendiendo sin conciencia alguna.

**8. ¿Considera que las empresas deben generar beneficios tanto para la sociedad como para sí mismas?**

Sin las empresas no existieran bienes y servicios para la sociedad, y sin la sociedad no existieran las empresas; ambos dependen el uno del otro, por ello debería existir una alianza entre estos para su permanencia en el largo plazo.

**Actividad física y actividades extraescolares**

**9. ¿Cómo es el día de su hijo en la escuela/colegio?**

En la escuela ella toma sus clases normales con sus compañeras y en los recreos realiza deporte como diversión. Es amante de correr, hacer calistenia, etc.

**10. ¿Qué suele hacer cuando después de la escuela/colegio?**

Regresan a casa para compartir con sus padres y a su vez realizar más deporte o dedicarse a actividades como la música. Son amantes del piano en particular.

Suelen comer una que otra golosina debido a que no le prohibimos esas cosas pero si le ponemos sus límites.

**11. ¿El fin de semana suelen hacer algún tipo de actividad con su hijo?**

Todos los fines de semana, por las mañanas salimos a explorar los alrededores de nuestra casa, o jugamos un poco de basket y a veces realizamos actividades en familia dentro de la piscina que poseemos en casa.

**Hábitos alimentarios**

**12. ¿Qué suelen comprar habitualmente durante la semana para la preparación de las comidas?**

Mi esposa se dirige al Supermaxi a realizar la compras habituales para la casa, entre lo que consumimos se encuentran el aceite de girasol, mantequilla de mesa, distintas variedades de condimentos, diferentes tipos de frutas, vegetales, carne, pollo y una que otra golosina para deleitar al paladar.

**13. ¿Cómo se organizan para la elaboración de las comidas diarias?**

Contamos con una persona que nos ayuda en estas actividades, por lo general mi esposa la supervisa para evitar errores pero debido a que es una persona que trabaja con nosotros más de 6 años ya no tenemos que decirle lo que debe hacer, ella ya sabe lo que tiene que hacer y lo que no.

Los fines de semana cocinamos en casa y una vez al mes salimos a comer en algún restaurante.

**14. ¿Cómo describiría la alimentación que tiene su hijo durante un día?**

En la escuela comen alimentos que llevan desde la casa, y en casa comen comida hecha en casa, así que su alimentación es la óptima debido a que todo lo preparamos en casa con ingredientes de calidad y bajos niveles de sal, grasa y azúcar.

**15. ¿Cómo creen que es la educación alimentaria que le proporcionan a su hijo?**

Adecuada, las instruimos en su cultura alimenticia para que mantengan buenos hábitos alimenticios y estén conscientes de las consecuencias que ocurrirán si no siguen estos hábitos.

**16. ¿Les han proporcionado las herramientas necesarias para poder cambiar o mejorar estos hábitos alimentarios?**

Conversamos lo que más podemos, vemos televisión que muestran un estilo de vida saludable y les permitimos que confíen todo en nosotros para que sientan un apoyo incondicional siempre que lo necesiten.

**Ocio**

**17. ¿Le han facilitado a su hijo la utilización de computador, videoconsola, celular o televisor en su casa? ¿Cuántas horas dirían que utilizan estos aparatos durante la semana?**

Si les facilitamos ese acceso pero con control, aproximadamente unas dos horas y media a 3 semanales.

**18. ¿Creen que duermen las horas necesarias durante la noche?**

Como mínimo duermen 8 horas, lo cual es un indicador positivo.

## **Entrevista dirigida a padres *con y sin* niños que padezcan OI/SP**

Nombre entrevistado (a): Ana Lucia Vázquez

Edad: 55

Sexo: F M

Responsable entrevista: Juan Cristóbal Valdivieso

1. Se levanta a las 5:45, desayuna y se va a las 6:15. Después clases se queda en el colegio haciendo deporte, hace 3 veces por semana, llega a la casa Almuerza y hace los deberes.
2. Si le ha afectado ya que no tiene la misma capacidad adquisitiva.
3. No le han facilitado.
4. Más bajo de lo normal.
5. Le parece bien ya que los chicos no pueden consumir alimentos altos en grasa ni azúcar.
6. Si revisa el semáforo y le parece útil.
7. Si, porque no les importa la salud del consumidor, hace productos con demasiada azúcar, sal y grasa.
8. Si, primero deben fijarse en la sociedad.
9. Entra a clases, tiene un recreo en el que comen algo, en la tarde hace deporte 3 veces a la semana, después hace deberes hasta la noche.
10. Hace deporte 3 días a la semana y deberes.
11. Relajarse, salir de paseo y comer en restaurant.
12. Verduras, carnes y arroz.
13. La empleada doméstica organiza.
14. Buena y sana porque en el colegio no hay comida dañina, y en la casa come bien.
15. Le incentiva a que como comida sana.
16. Si porque tiene una nutricionista.
17. Tiene un celular y computador, y utiliza 15 horas a la semana.
18. Si duerme los horas necesarias, duerme 8 horas.

## Entrevista dirigida a padres *con y sin* niños que padezcan OI/SP

Nombre entrevistado (a): Erika Lorena Soto Calderón

Edad: 25

Sexo: F

Responsable entrevista: Raymon Zamora

| Situación socio-económica y cultural   |   |
|--|---|
| <b>1. ¿Cómo suele ser un día normal en sus vidas?</b>  | En las mañanas ella sale al trabajo normalmente a las 6 am y su hijo lo llevan a la escuela, al medio día ella pasa por su hijo a la escuela, van a casa a almorzar para luego en la tarde asistir a clases de natación, después de esto regresan a casa y el niño hace la tarea con ayuda de la madre. |
| <b>2. ¿Les ha afectado de alguna manera la situación socio-económica que estamos viviendo actualmente?</b>                     | De momento no.  |
| <b>3. ¿Les han facilitado información en el Centro de Salud (CS) acerca del sobrepeso o la obesidad?</b>                       | No asuele acudir a centros de salud, además no ha escuchado o se ha informado mucho sobre estos temas.  |
| <b>4. ¿En su opinión el peso de su hijo como se encuentra?</b>   | Cree que normal para su edad, en un punto medio, no está completamente delgado pero tampoco se encuentra con algún signo de sobrepeso.  |
| <b>5. ¿Qué opina sobre las medidas tomadas por el Gobierno, en cuanto a la regulación de los alimentos expedidos en bares?</b> | Le parece excelente ya que como padres tienen la confianza de que sus hijos consuman los alimentos que se expenden en los bares de las escuelas, tienen opciones sanas, anteriormente se expendían y consumían golosinas sin alguna prohibición y eso era perjudicial para los niños.                   |
| <b>6. ¿Cómo comprador y consumidor usted revisa la etiqueta de semaforización adherido en los alimentos? ¿Le parece útil?</b>  | Revisa la etiqueta de semaforización un 50% de las veces, pero le parece muy útil esta forma de informarción sobre los alimentos.   |

**7. ¿En su opinión las empresas del sector alimentario son también responsables en la problemática de la Obesidad Infantil (OI)? ¿Por qué?**

Cree que sí son responsables pero que la mayor responsabilidad la tienen los padres porque ellos deben controlar lo que sus hijos consumen, las empresas pueden vender lo que crean necesario vender para su beneficio pero los padres son los que deben estar atentos más que nada.

**8. ¿Considera que las empresas deben generar beneficios tanto para la sociedad como para sí mismas?**

Lo ideal sería que las empresas, además de lucrarse piensen también en las alternativas que no dañen la salud del consumidor.

### Actividad física y actividades extraescolares

**9. ¿Cómo es el día de su hijo en la escuela/colegio?**

Ingresa a clases en la mañana, de los cinco días de clases a la semana, dos días realizan cultura física y a diario realizan 10 minutos de actividades tales como dinámicas o estiramientos para que los niños estén en constante actividad física.

**10. ¿Qué suele hacer después de la escuela/colegio?**

Todas las tardes, de lunes a viernes realiza natación, esto desde hace 2 años atrás.

**11. ¿El fin de semana suelen hacer algún tipo de actividad con su hijo?**

Por lo general, ella trabaja los fines de semana entonces no tiene el tiempo para hacer alguna actividad familiar durante el fin de semana, aunque cuando sí hay tiempo dan un paseo por el parque.

### Hábitos alimentarios

**12. ¿Qué suelen comprar habitualmente durante la semana para la preparación de las comidas?**

Lo normal para comidas en casa, carnes, legumbres, etc.

**13. ¿Cómo se organizan para la elaboración de las comidas diarias?**

Cocina la abuela del niño, ella es la que se organiza con la preparación de las comidas diarias.

**14. ¿Cómo describiría la alimentación que tiene su hijo durante un día?**

Buena, saludable en la gran mayoría de los días y un poco menos saludable en otros pero se le suele controlar, come bastante.

**15. ¿Cómo creen que es la educación alimentaria que le proporcionan a su hijo?**

Cree que es buena pero no excelente, existe margen de mejora.

**16. ¿Les han proporcionado las herramientas necesarias para poder cambiar o mejorar estos hábitos alimentarios?**

Cree que las herramientas la tienen los padres a su total alcance porque actualmente se puede acceder a cualquier medio tal como internet para informarse sobre estos temas.

### Ocio

**17. ¿Le han facilitado a su hijo la utilización de computador, videoconsola, celular o televisor en su casa? ¿Cuántas horas dirían que utilizan estos aparatos durante la semana?**

Sí se le facilita el uso de estos aparatos pero se le controla y se le restringe este uso a veinte minutos a media hora diaria en días de clases, pero en días de vacaciones donde solo asiste a clases de natación podría utilizar estos aparatos alrededor de 7 horas a la semana.

**18. ¿Creen que duermen las horas necesarias durante la noche?**

Cree que sí, duerme alrededor de 9 a 10 horas durante la noche.



ANDRES CASTILLO  
TUNGURAHUA 3-91

Tel. : 072882029  
CI/RUC : 0106783558

**Dirección de envío :**  
ANDRES CASTILLO  
TUNGURAHUA 3-91

**Dirección de factura :**  
ANDRES CASTILLO  
TUNGURAHUA 3-91

## Presupuesto N° SO44914

Por medio de la presente nos es grato poner a su disposición nuestra oferta de acuerdo a las especificaciones solicitadas por usted:

Estado del diseño: LISTO

Instalación: EL COSTO DE INSTALACION SE COTIZARA UNA VEZ QUE SE TENGAN LAS DIRECCIONES EXACTAS

| Su referencia  | Fecha presupuesto | Comercial                     | Plazo de pago   |          |            |  |
|--|-------------------|-------------------------------|---|----------|------------|--|
|  | 21/01/2019        | ULLOA PALACIOS MARIA GABRIELA | 70% DE ANTICIPO AL CONTADO y 30% CON UTILIZACIÓN DEL SISTEMA FINANCIERO |          |            |  |
| Descripción  | Impuesto          | Cantidad                      | Precio unidad   | Desc.(%) | Precio     |  |
| Arrendamiento de Una cara valla tubular 6.60 x 3.30 Cuenca mas telon e iluminacion 6 meses: Largo 6.6, Alto 3.3, incluye impresion en lona INSTALACION CUENCA    | IVA 12%<br>Venta  | 1,00<br>Unidad(es)            | 5700,000000   | 0,00     | \$ 5700,00 |  |
| VINIL PARA LATERALES DE GRADAS ELECTRICAS<br>Impresion full color sobre adhesivo ORACAL: Largo 8, Alto 2, Lado Mayor 8, Lado Menor 2, Tipo de Terminado refilado | IVA 12%<br>Venta  | 20,00<br>Unidad(es)           | 280,000000  | 0,00     | \$ 5600,00 |  |
| DECORACION DE 20 BUSES<br>Decoracion vehiculos en vinil Oraljet impreso full color: Largo 4, Alto 0.5<br>INCLUYE INSTALACION EN LA PLANTA EN HORARIO DIURNO      | IVA 12%<br>Venta  | 40,00<br>Unidad(es)           | 58,000000   | 0,00     | \$ 2320,00 |  |
| ADHESIVOS PARADAS DE BUS<br>Impresion full color sobre adhesivo con respaldo negro: Largo 1, Alto 1.5, Lado Mayor 1.5, Lado Menor 1, Tipo de Terminado refilado  | IVA 12%<br>Venta  | 100,00<br>Unidad(es)          | 30,000000   | 0,00     | \$ 3000,00 |  |



SEÑAL X  
SEÑAL X S.A. - CARRERA 100 N° 100 - BOGOTÁ - COLOMBIA - TEL: (57) 1 280 4411  
SEÑAL X S.A. - CARRERA 100 N° 100 - BOGOTÁ - COLOMBIA - TEL: (57) 1 280 4411  
SEÑAL X S.A. - CARRERA 100 N° 100 - BOGOTÁ - COLOMBIA - TEL: (57) 1 280 4411  
SEÑAL X S.A. - CARRERA 100 N° 100 - BOGOTÁ - COLOMBIA - TEL: (57) 1 280 4411  
www.senalx.com

|  |                  |                     |           |      |             |
|--|------------------|---------------------|-----------|------|-------------|
| VINIL PARA PISO<br>Impresion full color sobre adhesivo con<br>recubrimiento floor graphics para piso: Largo<br>1.5, Alto 1, Lado Mayor 1.5, Lado Menor 1,<br>Tipo de Terminado refileado | IVA 12%<br>Venta | 20,00<br>Unidad(es) | 59,630000 | 0,00 | \$ 1192,60  |
| <hr/>  |                  |                     |           |      |             |
| Total neto   |                  |                     |           |      | \$ 17812,60 |
| :  |                  |                     |           |      |             |
| Impuestos  |                  |                     |           |      | \$ 2137,51  |
| :  |                  |                     |           |      |             |
| <hr/>  |                  |                     |           |      |             |
| Total :  |                  |                     |           |      | \$ 19950,11 |

FORMA DE PAGO: 70% DE ANTICIPO AL CONTADO y 30% CON UTILIZACIÓN DEL SISTEMA FINANCIERO  
VALIDEZ DE LA OFERTA: 15 días.

**PAQUETES PUBLICITARIOS DE RADIO LA VOZ DEL TOMBAMBAMBA PARA SUBE Y BAJA**

**FECHA: 18 DE ENERO DE 2019**

Atención:  
Señor Andrés Castillo  
Ciudad.-

Radio Tomebamba FM ofrece sus servicios publicitarios bajo las siguientes condiciones:

**PERIODO DE DIFUSIÓN: 3 MESES**

**DURACIÓN DE LA CUÑA: 30" (el valor final de cada paquete dependerá de la duración de la cuña/mención)**

**PROFORMA**

**ESPACIOS NOTICIAS: Cuñas y/o menciones.**

|                           |                         |
|---------------------------|-------------------------|
| Cuñas por día:            | 1 en la mañana          |
| Días de difusión por mes: | 22 (de lunes a viernes) |
| Total de cuñas por mes:   | 22                      |
| Tarifa por cada cuña:     | \$13.80+IVA             |
| Costo Total:              | \$303.60+IVA            |

**ESPACIOS NOTICIAS: Cuñas y/o menciones.**

|                           |                         |
|---------------------------|-------------------------|
| Cuñas por día:            | 1 en la mañana          |
| Días de difusión por mes: | 22 (de lunes a viernes) |
| Total de cuñas por mes:   | 22                      |
| Tarifa por cada cuña:     | \$12.90+IVA             |
| Costo Total:              | \$283.80+IVA            |

|                          |                      |
|--------------------------|----------------------|
| <b>SUBTOTAL MENSUAL:</b> | <b>\$587.40+IVA</b>  |
| <b>DESCUENTO</b>         | <b>-\$134.20+IVA</b> |
| <b>TOTAL MENSUAL:</b>    | <b>\$453.20+IVA</b>  |

- Los precios indicados son únicamente para contratos directos.

**LA VOZ DEL TOMBAMBAMBA**

  
**Jorge Piedra Viteri**  
**RADIO LA VOZ DEL TOMBAMBAMBA**  
**ADMINISTRADOR**

Doctora María Elena Ramírez Aguilar, Secretaria de la Facultad de Ciencias de la Administración de la Universidad del Azuay

### CERTIFICA:

Que, el Consejo de Facultad en sesión del 27 de julio de 2018, conoció y aprobó la solicitud para realización del trabajo de titulación, presentada por:

**Estudiantes:** Castillo Bravo Esteban Andrés, con código 76446 y Sánchez Campoverde Daysi Carolina, con código 76392

**Tema:** “PLAN DE MARKETING SOCIAL PARA REDUCIR LA INCIDENCIA DE LA OBESIDAD INFANTIL EN NIÑOS ENTRE 5 A 11 AÑOS EN EL AREA URBANA DE CUENCA 2019 - 2020”

Previo a la obtención del título de Ingeniero en Marketing

**Director:** Ing. Marco Ríos Ponce

**Tribunal:** Ing. Francisco Alvarez Valencia e Ing. Verónica Rosales Moscoso

**Plazo de presentación del trabajo de titulación:** Se fijó como plazo para la entrega del trabajo de titulación, conforme a la Disposición Tercera del Reglamento de Régimen Académico, un período académico, contado desde la fecha de la aprobación del diseño del trabajo, esto es hasta el 27 de enero de 2019.

### E INFORMA:

Que, en aplicación de la Disposición General Cuarta del Reglamento de Régimen Académico vigente, en caso de que los estudiantes no culminen y aprueben el trabajo de titulación luego de dos períodos académicos contados a partir de su fecha de culminación de estudios, deberán realizar la actualización de conocimientos previa a su titulación.

Cuenca, 30 de julio de 2018



Dra. María Elena Ramírez Aguilar  
**Secretaria de la Facultad de  
Ciencias de la Administración**

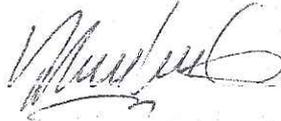


## CONVOCATORIA

Por disposición de la Junta Académica de la escuela de Marketing se convoca a los Miembros del Tribunal Examinador, a la sustentación del Protocolo del Trabajo de Titulación: “Plan de prevención de la obesidad infantil de niños entre 5 a 11 años en el área urbana de Cuenca 2019 – 2020”, presentado por las estudiantes Castillo Bravo Esteban Andrés con código 76446 y Sánchez Campoverde Daysi Carolina con código 76392, previa a la obtención del título de Ingeniera en Marketing, para el día Miércoles, 04 de julio de 2018 a las 10h00.

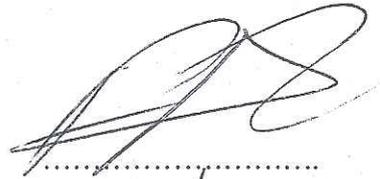
*Tomar en cuenta que posterior a la sustentación del Diseño del Trabajo de Titulación, por ningún concepto se puede realizar modificaciones ni cambios en los documentos; únicamente, en caso de diseño aprobado con modificación, el Director adjuntará al esquema un oficio indicando que se procede con los cambios sugeridos.*

Cuenca, 25 de junio de 2018

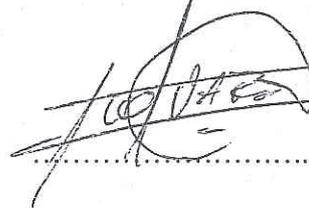


Dra. María Elena Ramírez Aguilar  
Secretaria de la Facultad

Ing. Marco Ríos Ponce



Ing. Francisco Alvarez Valencia



Ing. Verónica Rosales Moscoso



ESCUELA DE MARKETING

FECHA: 11 DE JUNIO DE 2018

Estudiante: ESTEBAN ANDRES CASTILLO BRAVO Y DAYSI CAROLINA SANCHEZ CAMPOVERDE

Ingeniero

Oswaldo Merchán

**DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN  
UNIVERSIDAD DEL AZUAY**

De nuestra consideración:

La Junta Académica de la Escuela de Mercadotecnia reunida en pleno, conoció la propuesta del Proyecto de trabajo de titulación denominado "Plan de Prevención de la Obesidad Infantil de niños entre 5 a 11 años en el Área urbana de Cuenca 2019-2020.", presentado por el Sr. Esteban Andrés Castillo Bravo con código 76446 y la Srta. Daysi Carolina Sánchez Campoverde con código 76392, estudiantes de la Escuela de Marketing previo a la obtención del título de Ingeniera en Marketing.

A fin de aplicar la guía de elaboración y presentación de la denuncia/protocolo de trabajo de titulación, la Junta Académica de Mercadotecnia considera que la propuesta presentada por los estudiantes cumple con todos los requisitos establecidos en la guía respectiva, por lo que de conformidad con el Reglamento de Graduación de la Facultad resolvió designar como Director al Ing. Marco Ríos y el tribunal que estará integrado por el Ing. Francisco Álvarez y la Ing. Verónica Rosales, quienes recibirán la sustentación del diseño del trabajo de titulación previo al desarrollo del mismo.

En caso de existir la aprobación con modificaciones, la Junta Académica resuelve que el Director del Trabajo de Titulación sea quien realice el seguimiento a las modificaciones recomendadas.

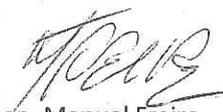
Por lo expuesto solicitamos se realice el trámite correspondiente.

Atentamente.

Atentamente.



Ing. Marco Ríos.  
Coordinador de Escuela de Marketing.



Econ. Manuel Freire  
Miembro de Junta Académica



Ing. Verónica Rosales  
Miembro de Junta Académica

Universidad del Azuay



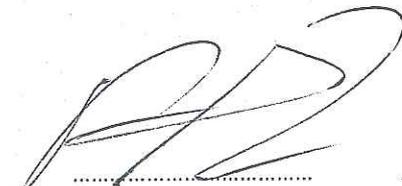
ACTA  
SUSTENTACIÓN DE PROTOCOLO/DENUNCIA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Fecha de sustentación: Miércoles, 04 de julio de 2018 a las 10h00.

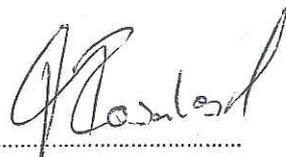
1. Nombre del estudiante: Castillo Bravo Esteban Andrés y Sánchez Campoverde Daysi Carolina
2. Código: 76446 y 76392 respectivamente
3. Director sugerido: Ing. Marco Ríos Ponce
4. Codirector (opcional): \_\_\_\_\_
5. Tribunal: Ing. Francisco Alvarez Valencia e Ing. Verónica Rosales Moscoso
6. Título propuesto: "Plan de prevención de la obesidad infantil de niños entre 5 a 11 años en el área urbana de Cuenca 2019 - 2020"
7. Aceptado sin modificaciones : \_\_\_\_\_
8. Aceptado con las siguientes modificaciones:

ADJUSTAR TITULO Y OBJETIVO GENERAL A NET  
SOCIAL

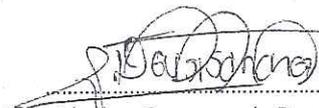
9. No aceptado
10. Justificación:

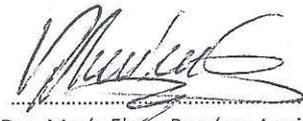
  
.....  
Ing. Marco Ríos Ponce

Tribunal  
  
.....  
Ing. Francisco Alvarez Valencia

  
.....  
Ing. Verónica Rosales Moscoso

  
.....  
Sr. Castillo Bravo Esteban Andrés

  
.....  
Srta. Sánchez Campoverde Daysi C.

  
.....  
Dra. María Elena Ramírez Aguilar  
Secretaria de la Facultad



RÚBRICA PARA LA EVALUACIÓN DEL PROTOCOLO DE TRABAJO DE TITULACIÓN  
(Tribunal)

1. Nombre del estudiante: Castillo Bravo Esteban Andrés y Sánchez Campoverde Daysi Carolina
2. Código : 76446 y 76392 respectivamente
3. Director sugerido: Ing. Marco Ríos Ponce
4. Codirector (opcional):
5. Título propuesto **“Plan de prevención de la obesidad infantil de niños entre 5 a 11 años en el área urbana de Cuenca 2019 – 2020”**
6. Revisores (tribunal): Ing. Francisco Alvarez Valencia e Ing. Verónica Rosales Moscoso
7. Recomendaciones generales de la revisión:

|   | Cumple | No cumple |
|---|--------|-----------|
| Problemática y/o pregunta de investigación  |        |           |
| 1. ¿Presenta una descripción precisa y clara?   | ✓      |           |
| 2. ¿Tiene relevancia profesional y social?  | ✓      |           |
| Objetivo general  |        |           |
| 3. ¿Concuerda con el problema formulado?  | ✓      |           |
| 4. ¿Se encuentra redactado en tiempo verbal infinitivo?   | ✓      |           |
| Objetivos específicos   |        |           |
| 5. ¿Permiten cumplir con el objetivo general?   | ✓      |           |
| 6. ¿Son comprobables cualitativa o cuantitativamente?   | ✓      |           |
| Metodología   |        |           |
| 7. ¿Se encuentran disponibles los datos y materiales mencionados?                                   | ✓      |           |
| 8. ¿Las actividades se presentan siguiendo una secuencia lógica?                                    | ✓      |           |
| 9. ¿Las actividades permitirán la consecución de los objetivos específicos planteados?              | ✓      |           |
| 10. ¿Las técnicas planteadas están de acuerdo con el tipo de investigación?                         |        |           |
| Resultados esperados  |        |           |
| 11. ¿Son relevantes para resolver o contribuir con el problema formulado?                           | ✓      |           |
| 12. ¿Concuerdan con los objetivos específicos?  | ✓      |           |
| 13. ¿Se detalla la forma de presentación de los resultados?   | ✓      |           |
| 14. ¿Los resultados esperados son consecuencia, en todos los casos, de las actividades mencionadas? | ✓      |           |

Nota sobre 10 puntos: 10

Ing. Marco Ríos Ponce

Ing. Francisco Alvarez Valencia

Ing. Verónica Rosales Moscoso



UNIVERSIDAD DEL AZUAY

U  
A

Escuela  
Marketing

Oficio Estudiante: Solicitud aprobación de  
Protocolo de Trabajo de Titulación

MKT-RE-EST-02  
Versión 01  
04/04/2017  
Página 1 de 1

Lugar de Almacenamiento  
F: Archivo Secretaría de la Facultad

Retención  
5 años

Disposición Final  
Almacenar en archivo pasivo de la Facultad

Cuenca, 05 de junio de 2018

Ingeniero,

Oswaldo Merchán Manzano

**DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN**  
**UNIVERSIDAD DEL AZUAY**

De nuestra consideración,

Estimado Señor Decano, nosotros Esteban Andrés Castillo Bravo con C.I.: 0106783558, código estudiantil 76446 y Daysi Carolina Sánchez Campoverde con C.I.: 0104030440, código estudiantil 76392; estudiantes de la Carrera de Marketing, solicitamos muy comedidamente a usted y por su intermedio al Consejo de Facultad, la aprobación del protocolo de trabajo de titulación con el tema "Plan de Prevención de la Obesidad Infantil en niños entre 5 a 11 años en el área urbana de Cuenca 2019-2020" previo a la obtención del título de Ingeniero/a en Marketing para lo cual adjuntamos la documentación respectiva.

Por la favorable acogida que brinde a la presente, anticipamos nuestro agradecimiento.

Atentamente:

Esteban Andrés Castillo Bravo

Daysi Carolina Sánchez Campoverde

Estudiantes de la Carrera de Marketing



UNIVERSIDAD DEL  
AZUAY

DOCTORA MARÍA ELENA RAMÍREZ AGUILAR, SECRETARIA DE LA  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN DE LA UNIVERSIDAD DEL  
AZUAY

**CERTIFICA:**

Que el señor **CASTILLO BRAVO ESTEBAN ANDRES** con código **76446**, alumna de  
la carrera de **MARKETING**, tiene aprobado el **83,11%** de créditos de su malla  
curricular.

Cuenca, 05 de junio de 2018

Dra. María Elena Ramírez Aguilar  
**SECRETARIA DE LA FACULTAD  
DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN**



UNIVERSIDAD DEL  
AZUAY  
FACULTAD DE  
ADMINISTRACION  
SECRETARIA

Derecho No. 001-001-000172704  
mjmr.-



UNIVERSIDAD DEL  
AZUAY

DOCTORA MARÍA ELENA RAMÍREZ AGUILAR, SECRETARIA DE LA  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN DE LA UNIVERSIDAD DEL  
AZUAY

**CERTIFICA:**

Que la señorita **SÁNCHEZ CAMPOVERDE DAYSI CAROLINA** con código **76392**,  
alumna de la carrera de **MARKETING**, tiene aprobado el **83,11%** de créditos de su  
malla curricular.

Cuenca, 05 de junio de 2018

Dra. María Elena Ramírez Aguilar  
**SECRETARIA DE LA FACULTAD  
DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN**



UNIVERSIDAD DEL  
AZUAY  
FACULTAD DE  
ADMINISTRACIÓN  
SECRETARÍA

Derecho No. **001-001-000172705**  
mjmr.-



Lugar de Almacenamiento  
F: Archivo Secretaría de la Facultad

Retención  
5 años

Disposición Final  
Almacenar en archivo pasivo de la Facultad

Cuenca, 05 de junio de 2018

Ingeniero,  
Oswaldo Merchán Manzano  
**DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN**  
UNIVERSIDAD DEL AZUAY

De mi consideración,

Yo, Marco Antonio Rios Ponce informo que he revisado el protocolo de trabajo de titulación previo a la obtención del título de Ingeniero/Ingeniera en Marketing, denominado "Plan de Prevención de la Obesidad Infantil en niños entre 5 a 11 años en el área urbana de Cuenca 2019-2020", realizado por los estudiantes Esteban Andrés Castillo Bravo, con código estudiantil 76446 y Daysi Carolina Sánchez Campoverde, con código estudiantil 76392, protocolo que a mi criterio, cumple con los lineamientos y requerimientos establecidos por la carrera.

Por lo expuesto, me permito sugerir que sea considerado para la revisión y sustentación del mismo,

Sin otro particular, suscribo.

Atentamente

Ing. Marco Antonio Rios Ponce



UNIVERSIDAD  
DEL AZUAY

Protocolo de Trabajo de Titulación



Escuela  
Marketing

MKT-RE-EST-01  
Versión 01  
21/03/2017  
Página 1 de 11

Lugar de Almacenamiento  
F: Archivo Secretaria de la Facultad

Retención  
5 años

Disposición Final  
Almacenar en repositorio digital de la Universidad

UNIVERSIDAD DEL AZUAY

Facultad de Ciencias de la Administración

Escuela de Marketing

**PLAN DE MARKETING SOCIAL PARA REDUCIR LA  
INCIDENCIA DE LA OBESIDAD INFANTIL EN  
NIÑOS ENTRE 5 A 11 AÑOS EN EL ÁREA URBANA  
DE CUENCA 2019-2020**

**Nombre de Estudiante(s):**

CASTILLO BRAVO ESTEBAN ANDRÉS  
SÁNCHEZ CAMPOVERDE DAYSI CAROLINA

**Director(a) sugerido(a):**

MBA. PONCE RIOS MARCO ANTONIO

Cuenca - Ecuador

2018

Edición Autorizada  
15.000 ejemplares  
850.501 - 865.500

Nº

0855274



**1. Datos Generales**

**1.1. Nombre del Estudiante**

Castillo Bravo Esteban Andrés – Sánchez Campoverde Daysi Carolina

**1.1.1. Código**

ua076446 – ua076392

**1.1.2. Contacto**

Castillo Bravo Esteban Andrés

Teléfono: 072882029

Celular: 0960624772

Correo Electrónico: estebanb12@hotmail.com

Sánchez Campoverde Daysi Carolina

Teléfono: 072810880

Celular: 0998899896

Correo Electrónico: dey128@hotmail.com

**1.2. Director Sugerido: Rios Ponce Marco Antonio, MBA.**

**1.2.1. Contacto:**

Celular: 0983348224

Correo Electrónico: mrios@uazuay.edu.ec

**1.3. Asesor Metodológico: Freire Cruz Manuel, Eco.**

**1.4. Tribunal designado: Ing. Francisco Álvarez Valencia e Ing. Verónica Rosales Moscoso.**

**1.5. Aprobación:**

**1.6. Línea de Investigación de la Carrera:**

5311 Organización y dirección de Empresas

**1.6.1. Código UNESCO: 5311.05 Marketing**

**1.6.2. Tipo de trabajo:**

a) Proyecto de investigación

b) Investigación formativa

**1.7. Área de Estudio:**

Marketing Aplicado, Investigación de Mercados, Modelos de Marketing

**1.8. Título Propuesto:**

Plan de Marketing Social para reducir la incidencia de la Obesidad Infantil en niños entre 5 a 11 años en el área urbana de Cuenca 2019-2020.

**1.9. Estado del proyecto**

Nuevo

## 2. Contenido

### 2.1. Motivo de la Investigación:

La obesidad es un problema que alarma a la sociedad por el crecimiento de esta enfermedad y sobre todo en los niños, por lo que poder contribuir con un plan de marketing social para poder prevenir esta enfermedad sería un aporte importante.

### 2.2. Problemática

No existe un plan de prevención específico para evitar la obesidad infantil en la población de niños entre 5 a 11 años para la ciudad de Cuenca; por lo tanto es necesario contar con un plan preventivo.

### 2.3. Pregunta de Investigación

¿Qué estrategias pueden contribuir a reducir la obesidad infantil?

### 2.4. Resumen

En el presente trabajo de investigación se contempla el diseño de un plan de marketing social, para reducir la obesidad infantil en niños de 5 a 11 años en el área urbana de la ciudad de Cuenca.

La obesidad es una enfermedad crónica, suele iniciarse en la infancia y prevalecer a lo largo de toda la vida ya sea por diferentes factores: genéticos, mala alimentación convirtiéndose en un trastorno metabólico.

Se elaborará una tipología de familias en base a las características sociodemográficas para descubrir cuáles son las diferentes causas de este problema, pudiendo así atacarlo de raíz con soluciones óptimas. Posteriormente se realizará un plan de marketing social analizando todos los antecedentes, que compete para elaborar diferentes estrategias adecuadas y combatir la obesidad infantil.



## 2.5. Estado del Arte y marco teórico

UNIVERSIDAD  
DEL AZUAY

El marketing es una disciplina muy importante para todas las empresas, debido a la gran utilidad que tiene para la identificación de los consumidores y conocer sus requerimientos para luego convertirlos en productos y/o servicios que satisfagan sus necesidades, puesto que es la conexión que tiene la empresa con los consumidores. Sin embargo el Marketing no solo se centra en el área comercial o de servicios, sino también en el área social, que se la conoce como Marketing Social, que se enfoca antes que a un bien o servicio, en una idea o causa social, para lograr generar una aceptación o cambio de actitud en una sociedad.

### Marketing

Según Kotler (Kotler, 2012) el proceso de marketing consiste en analizar oportunidades de mercado, investigar y seleccionar mercados meta, diseñar estrategias de marketing, planear de marketing, y organizar, implementar y controlar la labor de marketing.

Como nos dice (Santesmases Mestre, Miguel; 2012) "El marketing se trata de una forma de pensar, una filosofía de dirección, sobre cómo debe entenderse la relación de intercambio de los productos de una organización con el mercado."

### Marketing Social

"El Marketing Social es el diseño, implementación y control de programas pensados para influir en la aceptación de ideas sociales, implicando consideraciones de planificación de producto, precio, comunicación, distribución e investigación de marketing social". (Kotler & Zaltman, 1971).

Según (Armario, M.; 1993): "El Marketing Social en base a estrategias de cambio social voluntario, tiene por objeto la modificación de opiniones, actitudes o comportamientos, así como la adhesión a una idea por parte de ciertos públicos con el objeto de mejorar la situación de la población en su conjunto, o de ciertos grupos de la misma."

Los objetivos del marketing social como lo menciona (Perez, 2004) son dos: el primero es alcanzar el bienestar para la población objetivo o mercado meta y para la sociedad en general; y, el segundo, optimizar el uso de recursos, de los agentes de cambio o para las ONG, en el aspecto financiero, administrativo, de RRHH, y el logro de sus objetivos sociales y económicos.

En el libro Marketing Social Corporativo la autora Marisol Alonso propone cuatro objetivos importantes que se pueden presentar al utilizar campañas de Marketing Social que son: (Vasquez, 2006, pág. 31)

- a) "Proporcionar información.
- b) Estimular acciones beneficiosas para la sociedad.
- c) Cambiar comportamientos nocivos.
- d) Cambiar los valores de la sociedad".

Todo tipo de campaña social tiene como objetivo principal el proporcionar información, en donde se debe enseñar a la comunidad mediante programas educativos ya sean campañas de higiene o campañas de concientización de problemas del medio ambiente o social.

Algunas de las campañas de marketing social tienen como objetivo el estimular acciones beneficiosas para la sociedad en donde se trata de incentivar al mayor número de personas a tomar una acción determinada durante un periodo de tiempo dado. Otras causas sociales tratan de impulsar a las personas a cambiar comportamientos nocivos que termine beneficiándolos. Y como último objetivo, se pretenden cambiar los valores de la sociedad modificando creencias o valores radicados en la sociedad.

Entonces a partir del Marketing Social podemos generar un cambio positivo en los niños de 5 a 11 años, que sufren de la obesidad para lograr una nueva actitud que nos permita reducir esta enfermedad.



## Obesidad

La obesidad infantil según la Organización Mundial de la salud OMS, define en su web como “El sobrepeso y la obesidad se definen como «una acumulación anormal o excesiva de grasa que supone un riesgo para la salud»”. Sugiere la manera de medir el grado de obesidad tomando en cuenta la edad, para este análisis se tomará en cuenta el rango de 5 a 11 años. El Representante de UNICEF en Ecuador, Grant Leaity, 2013, sostuvo que “el tipo de alimentación que recibe una persona en sus primeros años determina en gran medida su calidad de vida en la adultez”. En este sentido, hizo referencia a la importancia de asegurar una buena nutrición desde el embarazo, fomentar la lactancia materna, regular los alimentos que reciben los niños y niñas, y en la promoción de hábitos alimenticios saludables en las familias durante todo el ciclo de vida.

Según datos de la Encuesta Nacional de Salud y Nutrición (ENSANUT-ECU 2011-2013), Ecuador registra un 8,6% de niños menores de cinco años con exceso de peso, mientras que, en las edades entre 5 y 11 años, este índice se triplica, llegando al 29,9% y en el caso de los adolescentes, hasta el 26%.

El problema de la obesidad radica en que las personas con sobrepeso tienen el riesgo de desarrollar enfermedades crónicas no transmisibles, como la diabetes mellitus tipo 2, hipertensión, enfermedades cardiovasculares y ciertos tipos de cáncer; siendo éstas algunas de las principales causas de muerte en el Ecuador, como lo advierten los datos de la web del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC).

El trabajo titulado *“Análisis del comportamiento del consumidor de comida no saludable que causa sobrepeso y obesidad en la población infantil de 3 a 10 años y mecanismos para incentivar una cultura de consumo responsable en el distrito metropolitano de Quito”* realizado por (Lasso Yáñez & Mencías Monosalvas, 2014)), en donde pretenden educar en nutrición a los padres de familia o jefes de hogar de unidades educativas para cambiar sus hábitos alimenticios.

El trabajo titulado *“Obesidad en niños de 6 a 9 años. Factores socioeconómicos, demográficos y disfunción familiar”* (Imelda, 2010), el objetivo es identificar la

asociación entre funcionalidad de las familias y obesidad en niños de seis a nueve años de edad.

El trabajo titulado "*Desigualdades sociales en obesidad en España. Un desafío para la enfermería actual*" en donde compara la magnitud de las desigualdades sociales en conductas de riesgo para la salud según el nivel de estudios en España entre dos décadas 1986 y 2006.

El trabajo titulado "*Antecedentes históricos sociales de la obesidad en México*" Guerra J.F. (2006) en donde se relaciona la demografía y la nutrición que explican los cambios alimentarios y otros factores que asocian a la adopción de estilos de vidas pocos saludables y los acelerados procesos de urbanización. (FAUSTO GUERRA, VALDEZ-LÓPEZ, ALDRETE, & LOPEZ, 2006).

El trabajo titulado "*Regulación de la publicidad televisiva de alimentos para prevenir la obesidad infantil*" trabajo realizado en Chile por (González Hidalgo & Atalah Samur, 2011), en donde se demuestra que el 69% de los productos expuesto en publicidad televisiva contiene azúcar refinada.

## 2.6. Hipótesis

Ninguna.

## 2.7. Objetivo General

Elaborar un Plan de Marketing Social para reducir la incidencia de la obesidad infantil de niños entre 5 a 11 años en el área urbana de Cuenca.

## 2.8. Objetivos Específicos

1. Identificar diferentes estudios que aporten al tema de investigación.
2. Determinar las tipologías de las familias con problemas de obesidad infantil, a partir de las características sociodemográficas.
3. Desarrollar estrategias para reducir la obesidad infantil.



## 2.9. Metodología

Fase 1: Investigación bibliográfica.

Fase 2: Investigación Cualitativa mediante la realización de grupos focales y entrevistas en profundidad en hogares y a expertos.

Fase 3: Investigación Cuantitativa mediante la realización de encuestas en hogares a padres o madres que tengan hijos con obesidad infantil.

Fase 4: Elaboración de Plan de Marketing Social.

| Etapa  | Objetivo   | Variabes  | Fuentes  |
|--|--|---|--|
| Identificación y caracterización de las fuentes disponibles. | Identificar diferentes estudios que aporten al tema de investigación.  | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Datos sociodemográficos de las familias.</li> <li>▪ Datos de salud.</li> <li>▪ Datos del Marketing.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Fuentes Primarias y Secundarias.</li> </ul>   |
| Definición de tipologías                                     | Determinar las tipologías de las familias con problemas de obesidad infantil, a partir de las características sociodemográficas. | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Características sociodemográficas.</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Base de datos INEC</li> <li>- Entrevistas no estructuradas</li> <li>- Grupos focales.</li> <li>- Encuestas</li> </ul> |
| Diseño de plan de marketing social                           | Desarrollar estrategias para reducir la obesidad infantil.   | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Tipología de las familias con problemas de obesidad infantil.</li> </ul>                                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Resultados de las investigaciones cualitativas y cuantitativas.</li> </ul>  |

## 2.10. Alcances y resultados esperados

Plan de Marketing Social para reducir la incidencia de la Obesidad Infantil.

## 2.11. Supuestos y riesgos

Ninguno.

## 2.12. Presupuestos

| Rubro                 | Costo (USD)  | Justificación   |
|-----------------------|--------------|---|
| Copias                | \$150        | Copias, impresiones y/o empastados para la elaboración del trabajo de titulación. |
| Transporte            | \$50         | Visitas a los diferentes lugares, durante el desarrollo de la tesis.              |
| Materiales de Oficina | \$100        | Esferos, Reglas, resaltadores para desarrollar la tesis.                          |
| <b>TOTAL</b>          | <b>\$300</b> |   |

## 2.13. Financiamiento.

Autofinanciamiento.

## 2.14. Esquema tentativo

Introducción

### Capítulo 1. Fundamentos Teóricos

- 1.1. Historia del Marketing
- 1.2. Definición de Marketing
- 1.3. Marketing Social
- 1.4. Plan de Marketing

### Capítulo 2. Obesidad Infantil

- 2.1. Antecedentes
- 2.2. Antecedentes Familiares
- 2.3. Prevención
- 2.4. Intervención

### Capítulo 3. Investigación de Campo

- 3.1. Investigación Cualitativa
- 3.2. Investigación Cuantitativa
- 3.3. Análisis de datos
- 3.4. Resultados

### Capítulo 4. Plan de Marketing Social

- 4.1. Contenido del Plan del Marketing Social
- 4.2. Planificación de la Campaña Social
- 4.3. Plan Operativo 2019-2020

Conclusiones

Recomendaciones

Bibliografía

Anexos



### 2.15. Cronograma

| Objetivo Específico  | Actividad  | Resultado esperado  | Tiempo (semanas)  |
|--|--|---|-------------------|
| Identificar diferentes estudios que aporten al tema de investigación   | Investigar antecedentes del presente tema  | Tener un pleno conocimiento de la obesidad infantil, marketing social y su relación | 6 semanas         |
| Elaborar una tipología de las familias con problemas de obesidad infantil, a partir de las características sociodemográficas | Investigación de Campo.  | Encontrar la tipología adecuada   | 10 semanas        |
| Desarrollar estrategias para reducir la obesidad infantil.   | Elaborar el plan de marketing social para reducir la prevalencia de la obesidad infantil | Plan de marketing social  | 8 semanas         |
| <b>TOTAL</b>   |  |   | <b>24 semanas</b> |

### 2.16. Referencias

Estilo utilizado: APA Edición: Sexta

FAUSTO GUERRA, J., VALDEZ LÓPEZ, R. M., ALDRETE, M., & LOPEZ, M. (2006). ANTECEDENTES HISTORICOS SOCIALES DE LA OBESIDAD EN MEXICO. *MEDIGRAPHIC*, 91-94.

González Hidalgo, C., & Atalah Samur, E. (2011). Regulación de la publicidad televisiva de alimentos para prevenir la obesidad infantil. *Archivos Latinoamericanos de Nutrición*, Vol.61, N3.

GUTIERREZ, F. J., BANEGAS, J., & RODRIGUEZ, A. (2000). Increasing prevalence of overweight and obesity among Spanish adult. *International Journal of Obesity*, 1667-1682.

Imelda, E. (2010). Obesidad en niños de 6 a 9 años. Factores socioeconómicos demográficos y disfunción familiar. *Rev. Med. Inst. Seguro Soc*, 485-490.

JIMENEZ, R., DIAZ DE LEON, J., & RODRIGUEZ, A. (1992). La percepción de la función familiar y el desarrollo psicosecual en el adolescente. *Investigación Clin*, 520-535.

Lasso Yáñez, Y., & Mencías Monosalvas, V. (2014). *Análisis del comportamiento del consumidor de comida no saludable que causa sobrepeso y obesidad en la población infantil de 3-10 años y mecanismos para incentivar una cultura de*

*consumo responsable en el distrito metropolitano de Quito.* Quito: Universidad Politecnica Salesiana .

Pérez, L. (2004). *Marketing Social: Teoría y Práctica*. México: Pearson.

STAMATAKIS, E., ZANINOTTO, P., MIDELL, J., & HEAD, J. (2010). Time trends in childhood and adolescent obesity in England from 1995 to 2007 and projections of prevalence to 2015. *Epidemiol Community Health* , 167-174.

Vázquez, M. (2003). *Marketing Social Corporativo: Una nueva estrategia de desarrollo comercial en España*. Madrid: Universidad Autónoma de Madrid.

## 2.1. Anexos

## 2.2. Firma de responsabilidad del Estudiante

X

Esteban Andrés Castillo Bravo  
76446

X

Daysi Carolina Sánchez Campoverde  
76392

## 2.3. Firma de responsabilidad del Director sugerido

X

Ing. Marco Antonio Ríos Ponce  
Director de Tesis

## 2.4. Firma de responsabilidad del Docente metodólogo

X

Eco. Manuel Freire Cruz  
Docente Metodólogo

## 2.5. Fecha de entrega

01 de junio de 2018

Lugar de Almacenamiento  
F: Archivo Secretaría de la Facultad

Retención  
5 años

Disposición Final  
Almacenar en archivo pasivo de la Facultad

1.1. Nombre del Estudiante: Castillo Bravo Esteban Andrés / Sánchez Campoverde Daysi Carolina

1.1.1. Código: 76446 / 76392

1.2. Director sugerido: Ing. Marco Antonio Rios Ponce.

1.3. Docente metodólogo: Eco. Manuel Freire Cruz

1.4. Título propuesto: "Plan de Prevención de la Obesidad Infantil en niños entre 5 a 11 años en el área urbana de Cuenca 2019-2020"

|  | DIRECTOR |           | METODÓLOGO |           |
|--|----------|-----------|------------|-----------|
|  | Cumple   | No cumple | Cumple     | No cumple |
| <b>Línea de investigación</b>  |          |           |            |           |
| 1. ¿El contenido se enmarca en la línea de investigación seleccionada?                               | ✓        |           | ✓          |           |
| <b>Título Propuesto</b>  |          |           |            |           |
| 2. ¿Es informativo?  | ✓        |           | ✓          |           |
| 3. ¿Es conciso?  | ✓        |           | ✓          |           |
| <b>Estado del arte</b>   |          |           |            |           |
| 4. ¿Identifica claramente el contexto histórico, científico, global y regional del tema del trabajo? | ✓        |           | ✓          |           |
| 5. ¿Describe la teoría en la que se enmarca el trabajo   | ✓        |           | ✓          |           |
| 6. ¿Describe los trabajos relacionados más relevantes?   | ✓        |           | ✓          |           |
| 7. ¿Utiliza citas bibliográficas?  | ✓        |           | ✓          |           |
| <b>Problemática</b>  |          |           |            |           |
| 8. ¿Presenta una descripción precisa y clara?  | ✓        |           | ✓          |           |
| 9. ¿Tiene relevancia profesional y social?   | ✓        |           | ✓          |           |
| <b>Pregunta de investigación</b>   |          |           |            |           |
| 10. ¿Presenta una descripción precisa y clara?   | ✓        |           | ✓          |           |
| 11. ¿Tiene relevancia profesional y social?  | ✓        |           | ✓          |           |
| <b>Hipótesis (opcional)</b>  |          |           |            |           |
| 12. ¿Se expresa de forma clara?  | ✓        |           | ✓          |           |
| 13. ¿Es factible de verificación?  | ✓        |           | ✓          |           |
| <b>Objetivo general</b>  |          |           |            |           |
| 14. ¿Concuerda con el problema formulado?  | ✓        |           | ✓          |           |
| 15. ¿Se encuentra redactado en tiempo verbal infinitivo?   | ✓        |           | ✓          |           |
| <b>Objetivos específicos</b>   |          |           |            |           |
| 16. ¿Permiten cumplir con el objetivo general?   | ✓        |           | ✓          |           |
| 17. ¿Son comprobables cualitativa o cuantitativamente?   | ✓        |           | ✓          |           |
| <b>Metodología</b>   |          |           |            |           |
| 18. ¿Se encuentran disponibles los datos y materiales mencionados?                                   | ✓        |           | ✓          |           |
| 19. ¿Las actividades se presentan siguiendo una secuencia lógica?                                    | ✓        |           | ✓          |           |
| 20. ¿Las actividades permitirán la consecución de los objetivos específicos planteados?              | ✓        |           | ✓          |           |
| 21. ¿Las técnicas planteadas están de acuerdo con el tipo de investigación?                          | ✓        |           | ✓          |           |
| <b>Resultados esperados</b>  |          |           |            |           |
| 22. ¿Son relevantes para resolver o contribuir con el problema formulado?                            | ✓        |           | ✓          |           |
| 23. ¿Concuerdan con los objetivos específicos?   | ✓        |           | ✓          |           |



Lugar de Almacenamiento  
F: Archivo Secretaría de la Facultad

Retención  
5 años

Disposición Final  
Almacenar en archivo pasivo de la Facultad

|   | DIRECTOR |           | METODÓLOGO |           |
|---|----------|-----------|------------|-----------|
|   | Cumple   | No cumple | Cumple     | No cumple |
| 24. ¿Se detalla la forma de presentación de los resultados?   | ✓        |           | ✓          |           |
| 25. ¿Los resultados esperados son consecuencia, en todos los casos, de las actividades mencionadas? | ✓        |           | ✓          |           |
| <b>Supuestos y riesgos</b>  |          |           |            |           |
| 26. ¿Se mencionan los supuestos y riesgos más relevantes, en caso de existir?                       | ✓        |           | ✓          |           |
| 27. ¿Es conveniente llevar a cabo el trabajo dado los supuestos y riesgos mencionados?              | ✓        |           | ✓          |           |
| <b>Presupuesto</b>  |          |           |            |           |
| 28. ¿El presupuesto es razonable?   | ✓        |           | ✓          |           |
| 29. ¿Se consideran los rubros más relevantes?   | ✓        |           | ✓          |           |
| <b>Cronograma</b>   |          |           |            |           |
| 30. ¿Los plazos para las actividades están de acuerdo con el reglamento?                            | ✓        |           | ✓          |           |
| <b>Citas y Referencias del documento</b>  |          |           |            |           |
| 31. ¿Se siguen las recomendaciones de normas internacionales para citar?                            | ✓        |           | ✓          |           |
| <b>Expresión escrita</b>  |          |           |            |           |
| 32. ¿La redacción es clara y fácilmente comprensible?   | ✓        |           | ✓          |           |
| 33. ¿El texto se encuentra libre de faltas ortográficas?  | ✓        |           | ✓          |           |

OBSERVACIONES METODOLOGO:

---



---



---



---

OBSERVACIONES DIRECTOR:

---



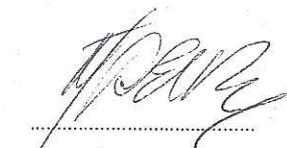
---

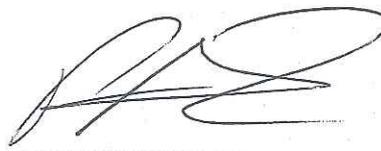


---



---

  
.....  
METODÓLOGO

  
.....  
DIRECTOR

Lugar de Almacenamiento  
F: Archivo Secretaría de la Facultad

Retención  
5 años

Disposición Final  
Almacenar en archivo pasivo de la Facultad

Cuenca, 04 de julio de 2018

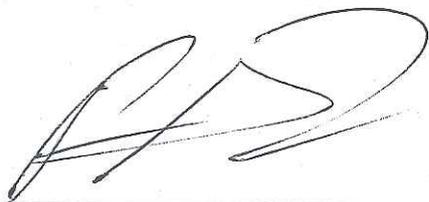
Ingeniero,  
Oswaldo Merchán Manzano  
**DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN**  
UNIVERSIDAD DEL AZUAY

De mi consideración,

Yo **Marco Antonio Rios Ponce** informo que he revisado los cambios realizados al protocolo del trabajo de titulación previo a la obtención del título de Ingeniero/Ingeniera en Marketing, denominado "PLAN DE MARKETING SOCIAL PARA REDUCIR LA INCIDENCIA DE LA OBESIDAD INFANTIL EN NIÑOS ENTRE 5 A 11 AÑOS EN EL ÁREA URBANA DE CUENCA 2019-2020", elaborado por los estudiantes **Esteban Andrés Castillo Bravo**, con código estudiantil 76446 y **Daysi Carolina Sánchez Campoverde**, con código estudiantil 76392. Trabajo que según mi criterio cumple con las modificaciones sugeridas por el Tribunal y puede continuar su desarrollo planificado.

Sin otro particular, suscribo

Atentamente



Ing. Marco Antonio Rios Ponce