UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
SEDE QUITO

CARRERA:
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de:
INGENIERAS COMERCIALES

TEMA:
"ANALISIS DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR DE COMIDA NO SALUDABLE QUE CAUSA SOBREPESO Y OBESIDAD EN LA POBLACION INFANTIL DE 3 A 10 AÑOS Y MECANISMOS PARA INCENTIVAR UNA CULTURA DE CONSUMO RESPONSABLE EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO".

AUTORAS:
LASSO YANEZ YESSENIA VIVIANA
MENCIAS MANOSALVAS PATRICIA ALEJANDRA

DIRECTOR:
ANDRES RICARDO MOLINA CORDOVA

Quito, octubre del 2014

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

Nosotras autorizamos a la Universidad Politécnica Salesiana la publicación total o parcial de este trabajo de titulación y su reproducción sin fines de lucro.

Además, declaramos que los conceptos, análisis desarrollados y las conclusiones del presente trabajo son de exclusiva responsabilidad de las autoras.

Quito, octubre del 2014

Lasso Yánez Yessenia Viviana
C.C. 1717251985

Mencías Manosalvas Patricia Alejandra
C.C. 1716516735

DEDICATORIA

Este trabajo está dedicado en primer lugar a Dios por permitirme culminar con éxito el proyecto, a mis padres, Enriquito y Clemencita, que son mi guía y mi luz, son quienes me impulsan día a día con sus consejos, sus palabras de aliento me dan la fuerza necesaria para alcanzar mis objetivos, a mis hermanos, Carlitos y Elenita, que me inspiran la lucha para conseguir los deseos anhelados y finalmente al Ing. Benjamín Pauta, una persona que me ha brindado su apoyo incondicional para elaborar este trabajo de fin de grado.

Yessenia Viviana Lasso Yánez

A Dios por darme a la mejor familia. Dedico este trabajo de tesis a mis padres Vinicio y Patricia, por su infinito amor e incondicional apoyo; a mi hermanito Renato, por alegrar mi vida todos los días; y, finalmente dedico de manera especial este trabajo a mi hermoso hijo Sebastián, mi razón de vivir y de superarme cada día como profesional, ser humano y sobre todo como madre. Mi dedicatoria es para ustedes, por siempre estar a mi lado, los amo mucho.

Patricia Alejandra Mencías Manosalvas

AGRADECIMIENTO

A través de este proyecto quiero expresar mi sincero agradecimiento a la Universidad Politécnica Salesiana, Carrera de Administración de Empresas y en ella a sus distinguidos docentes quienes con su profesionalismo nos han educado a los largo de la carrera para ser personas con éxito tanto en la vida personal como profesional.

Un agradecimiento especial al director del trabajo de titulación, quién con su experiencia en calidad de docente ha sido la guía perfecta durante todo el proceso que ha llevado el realizar éste proyecto, nos ha brindado su tiempo y dedicación para que este trabajo culmine con satisfacción.

Yessenia Viviana Lasso Yánez

Gracias a la Universidad Politécnica Salesiana y a sus directivos por su gestión para hacer de esta una excelente universidad. También, quiero agradecer de manera especial a nuestro director de trabajo, Ricardo Molina, porque con su profesionalismo y calidad humana ha sabido guiarnos a lo largo de éste proceso hasta llegar a cumplir uno de los retos más importantes, nuestro trabajo de grado.

Patricia Alejandra Mencías Manosalvas

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN 1

CAPÍTULO 1 2

GENERALIDADES 2

1.1 Antecedentes 2

1.2 Justificación 3

1.3 Objetivos 5

1.3.1 General 5

1.3.2 Específicos 5

CAPÍTULO 2 6

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA 6

2.1 Obesidad Infantil 6

2.1.1 Definición 7

2.1.2 Antecedentes Históricos 8

2.1.3 Clasificación de la Obesidad 9

2.1.4 Evolución y Prospectiva del Problema 12

2.2 Implicaciones de la Obesidad 14

2.2.1 Causas de la Obesidad Infantil 15

2.2.2 Factor de Riesgo de la Obesidad Infantil 20

2.2.3 Consecuencias de la Obesidad Infantil 21

2.3 Comportamiento del Consumidor 22

2.3.1 Necesidades, deseos y demandas. 22

2.3.2 Elementos que influyen en la compra 24

2.3.3 Toma de Decisiones del Consumidor 25

2.3.4 Tendencias de Consumo 27

2.3.5 Fidelización del cliente 29

2.3.6 La Cultura del Consumidor 30

2.3.7 Consumo Responsable y Responsabilidad Social 33
2.4 Marco Referencial 34
2.5 Marco Legal 39
CAPÍTULO 3 42
INVESTIGACIÓN DE MERCADO 42
3.1 Metodología 42
3.1.1 Población 42
3.1.2 Marco Muestral 43
3.1.3 Segmentación y Muestra 43
3.1.4 Tipo de Investigación 45
3.2 Objetivos de la Investigación 46
3.3 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos 47
3.3.1 Encuesta 47
3.3.2 Focus Group 51
3.4 Procesamiento y Análisis de Datos 54
CAPÍTULO 4 74
RESULTADOS 74
4.1 Discusión de Resultados 74
4.2 Propuesta de Mecanismos de Solución 78
CONCLUSIONES 96
RECOMENDACIONES 99

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Guía de Alimentación 84
Tabla 2: Presupuesto impresión trípticos 90
Tabla 3: Presupuesto Autoras 91
Tabla 4: Presupuesto Plan Emergente 96

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Proceso. Investigación Descriptiva..... 45
Figura 2. Edad. Encuesta a madres 54
Figura 3. Nivel de Ingresos. Encuesta a madres 55
Figura 4. Número de hijos por familia. Encuesta a madres 55
Figura 5. Quién aporta económicamente en casa. Encuesta a madres 56
Figura 6. Quién cuida de los niños. Encuesta a madres 57
Figura 7. Frecuencia de consumo alimentos fuera de casa. Encuesta a madres. 58
Figura 8. Valor destinado a la compra de comida fuera de casa. Encuesta a madres, 58
Figura 9. Tipo de alimentos que se consumen con más frecuencia. Encuesta a madres 59
Figura 10. Comida preferida de los niños. Encuesta a madres 60
Figura 11.Decisión de compra. Encuesta a madres..... 61
Figura 12. Aspectos que se toman en cuenta en el consumo de comida rápida. Encuesta a madres 61
Figura 13. Establecimientos preferidos de comida rápida. Encuesta a madres. 62
Figura 14. Promueve o realiza actividad fisica con sus niños. Encuesta a madres, ... 63
Figura 15. A qué se dedica el tiempo libre. Encuesta a madres..... 64
Figura 16. Enfermedades. Encuesta a madres..... 65
Figura 17. Casos de sobrepeso en el núcleo familiar. Encuesta a madres. 66
Figura 18. Alimentación saludable. Encuesta a madres..... 67
Figura 19. Influencia de la Publicidad. Encuesta a madres 68
Figura 20. Medios de comunicación. Encuesta a madres 69
Figura 21. Motivos malos hábitos alimenticios. Encuesta a madres 70
Figura 22. Comidas diarias 85
Figura 23: Consejos. 86

RESUMEN

El presente trabajo está orientado a incentivar a los padres de familia, del Distrito Metropolitano de Quito, a cambiar sus hábitos alimenticios y mejorar su estilo de vida, a través de charlas nutricionales impartidas en las instituciones educativas en donde estudian sus hijos.

Se conoce que actualmente el sobrepeso y la obesidad infantil es una de las mayores dificultades que se enfrenta en el mundo, esta realidad es fruto de cambios en la forma de vida; la mala alimentación, la proliferación de restaurantes de comida rápida, la poca o ninguna actividad física que realizan las personas, las horas que se dedica a ver televisión, entre otros; todos estos factores son preponderantes para que este problema sea llamado "Epidemia del siglo XXI".

En el Ecuador se han multiplicado los casos de sobrepeso y obesidad en la población infantil debido a que actualmente se ha modificado el estilo de vida de los hogares; en su mayoría padre y madre trabajan, esto genera un ingreso económico superior y provoca una reducción del tiempo que dedican a sus hijos. A esto se suma la excesiva publicidad y los precios cada vez más accesibles para el consumidor de comida rápida. Ante este escenario, los niños están expuestos a alimentarse de una manera fácil y rápida adquiriendo productos que distan mucho de ser alimentos que contribuyan a una buena salud.

Por otro lado, el sobrepeso también puede acarrear consecuencias negativas sobre el desarrollo emocional de los niños debido a que no es bien visto socialmente y puede generar en las personas que la padecen, y especialmente en aquellos cuya personalidad no está formada, sentimientos de inferioridad y baja autoestima. Es posible que puedan sentirse rechazados y aislarse del grupo de personas, además de desarrollar actitudes antisociales y depresión infantil.

Finalmente se puede decir que, el empezar a educar y concientizar a los padres de familia sobre una buena alimentación, reducirá los problemas de sobrepeso y obesidad infantil. Es necesario resaltar que la salud física y mental van de la mano para lograr la calidad de vida deseada.

ABSTRACT

The following work aims to motivate parents, from the Metropolitan District of Quito, to change their eating habits and to improve their lifestyle through the implementation of nutritional talks in their kids' schools.

It is widely accepted that childhood obesity and overweight is one of the most important issues in today's' world, a reality caused by several factors including changes in the way of life, poor nutrition, the proliferation of fast food chains, the lack of physical activity, the hours dedicated to watch television, among others. All of these causes have been key for this issue to be considered as the "XXI century epidemic".

In Ecuador, childhood obesity cases have increased due to the modification of the lifestyle within the households resulting from both parents being at work for most part of the day thus reducing the time spent on their children. Furthermore, it is important to consider also the excessive publicity, the lowering prices of fast food. These circumstances has exposed kids to a quick and easy way to feed themselves with products that are far from contributing to a healthy diet.

Moreover, overweight can bring negative consequences on the emotional development of kids, as it is not a socially accepted feature deriving in inferiority complex and low self-esteem for the persons that suffer from it, especially when their personality traits are not completely formed. These persons can develop feelings of rejection, isolation from the group, antisocial attitudes and depression.

Finally, we can say that education for parents about healthy dietary habits will reduce the problems childhood obesity and overweight. It is important to emphasize that metal and physical health are equally important to achieve the desired quality of life.

INTRODUCCIÓN

Antiguamente la obesidad era considerada un problema exclusivo de países desarrollados porque se evidenciaba una correlación con el poder adquisitivo de la población; sin embargo actualmente este problema está presente en países en vías de desarrollo como es el caso del Ecuador, al ser un problema que día a día toma fuerza y gana terreno rápidamente, se cree que es necesario iniciar con el análisis de esta problemática con el sector más vulnerable como son los niños, por lo que se tomará la población infantil comprendida entre los infantes de 3 a 10 años de edad del Distrito Metropolitano de Quito como objeto de estudio.

En épocas anteriores el padre, considerado como cabeza de familia, era quién se encargaba de solventar la economía del hogar mientras que la madre se encargaba de cuidar a los niños y consecuentemente de su alimentación. Actualmente, es común que tanto la madre como el padre trabajen por lo que los niños se quedan solos en casa, sin ninguna persona que dedique tiempo para preparar alimentos saludables y que vigilen su buena alimentación.

Por otro lado, se encuentra comida rápida a bajos precios y en grandes proporciones, esto hace que quién la consume se sienta satisfecho sin que esto signifique que se esté alimentando bien; adicionalmente, cuando un niño se encuentra solo en casa se ha demostrado que pasa una gran cantidad de tiempo frente al televisor acompañado de snacks, esto se traduce en una vida sedentaria sin ejercicio y con altos niveles de consumo de calorías.

A esto se suma, la agresiva publicidad que hace que los niños deseen consumir comida rápida rica en grasas y azúcares; aunque la decisión de compra recae en los padres, la acción de la publicidad juega un papel muy importante en la decisión final de compra ya que por lo general representa una comida que requiere muy poco tiempo y esfuerzo para preparar lo que también beneficia a los padres cuyo tiempo en casa es escaso.

CAPÍTULO 1

GENERALIDADES

1.1 Antecedentes

Actualmente, nuestra sociedad vive una etapa de constantes cambios, es evidente que las familias de hoy difieren mucho del modelo que en décadas anteriores se consideraba como tradicional, donde por lo general la madre era quien se quedaba en casa cuidando a los niños, mientras que el padre era quien se encargaba de solventar la economía del hogar; bajo este escenario era más fácil que exista un control sobre la educación y la dieta de los niños.

Desde sus inicios, el cuerpo del ser humano fue evolucionando de acuerdo a sus necesidades y por tanto está diseñado para aprovechar al máximo los nutrientes y acumular energía para mantener la salud en tiempos de hambre, que era una realidad que hasta hace no muy poco tiempo la raza humana tenía que sufrir. Varios estudios demuestran que existen evidencias de sobrepeso y obesidad en las culturas y civilizaciones que nos anteceden como: esculturas, rústicos dibujos, pinturas, entre otros; sin embargo, fueron características de un pequeño grupo de personas que gozaban un mejor estatus político y económico que el resto de sus contemporáneos. Conforme ha pasado el tiempo el sobrepeso y la obesidad han ido ganando espacio, primero en los países desarrollados en donde la industrialización y el poder adquisitivo primaron en el cambio del estilo de vida, y después en países en vías de desarrollo.

En el último siglo, la evolución y el cambio han sido la tónica que ha vivido nuestra sociedad; los constantes adelantos tecnológicos y el acelerado mundo del mercado y la economía son los principales elementos que han modificado el estilo de vida del hombre moderno y uno de los resultados más visibles es el cambio en los hábitos alimenticios, las personas prefieren ir a restaurantes de comida rápida o adquirir comida que no necesite de una preparación demorosa o compleja para ser consumida.

Nuestro país también presenta serios índices de sobrepeso y obesidad en su población, en donde se muestra que la población infantil es un grupo vulnerable que presenta problemas de peso desde edades tempranas, según la Encuesta Nacional de Salud y Nutrición (ENSANUT) llevada a cabo del 2011 hasta el 2012 por el Ministerio de Salud Pública y el Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC) se presenta un aumento de un 29.9% en la prevalencia de sobrepeso y obesidad.

Esta realidad es fruto de cambios en el estilo de vida de los ecuatorianos; la mala alimentación, proliferación de restaurantes de comida rápida y la poca o ninguna actividad física son factores preponderantes para que esta llamada "epidemia del siglo XXI" siga incrementándose en el Ecuador. Sin embargo ya se están llevando a cabo ciertas acciones, principalmente por parte del Estado. Para combatir este mal especialmente en el área legal, se han creado y modificado leyes, normativas y reglamentos que regulan la publicidad y la oferta de alimentos no saludables para la población infantil.

1.2 Justificación

El sobrepeso y la obesidad infantil están considerados como la epidemia del siglo XXI debido a los malos hábitos alimenticios y el estilo de vida de la familia moderna.

En el Ecuador se han multiplicado los casos de sobrepeso y obesidad en la población infantil debido a que se ha modificado nuestro estilo de vida en el que por lo general padre y madre trabajan, esto genera un mayor ingreso económico y provoca una reducción del tiempo que los padres dedican a sus hijos. A esto se suma la excesiva publicidad y los precios cada vez más accesibles para el consumidor.

Ante este escenario, los niños están expuestos a alimentarse de una manera fácil y rápida consumiendo productos que distan mucho de ser alimentos que contribuyan a una buena salud, desencadenando problemas de sobrepeso y obesidad.

Es esencial entender el comportamiento del consumidor de comida rápida para diseñar mecanismos que modifiquen estos malos hábitos alimenticios y se construya una cultura de consumo saludable y responsable de alimentos en la población infantil; con esto se podrá mejorar su calidad de vida y elevar a futuro las probabilidades de una población adulta saludable y que de la misma manera eduquen a las futuras generaciones con buenos hábitos de consumo.

Si se comienza por educar y a concienciar sobre una buena alimentación de acuerdo a la pirámide alimenticia a la población más vulnerable, la población infantil, se reducirán los problemas de trastornos alimenticios tomando en cuenta que la salud mental y física va de la mano para tener una buena calidad de vida.

Ante lo expuesto, en primer lugar se debe saber que el sobrepeso y la obesidad es un cuadro en el que un niño tiene un peso inadecuado para su sexo, edad y estatura y que estas dos causas en si no son enfermedades pero si son factores de riesgo con el que una persona puede padecer a futuro una enfermedad.

El sobrepeso y la obesidad se producen cuando existe un desequilibrio entre la ingesta y el gasto calórico y aunque existen varias causas que la originan, todas ellas se pueden englobar en dos grandes grupos: la mayor parte y en un 95 % son los denominados casos genéticos o nutricionales, se observa en niños normales y de talla normal en los que suele existir un exceso de ingesta de calorías con respecto a lo que se gasta. Esto genera un balance positivo que hace que las calorías sobrantes se almacenen en el organismo en forma de grasa.

Es verdad que estos casos pueden estar influidos por factores genéticos pero en la mayoría de los casos los desencadenantes son ambientales, es decir existen malos hábitos alimenticios que hacen que los niños ingieran más calorías de las que necesita.

El 5% de los casos restantes, son las denominadas endógenas o intrínsecas: se producen por enfermedades genéticas, trastornos hormonales ó incluso algunos fármacos.

Finalmente, se puede decir que la principal manera de combatir la obesidad es educando a los padres sobre la alimentación de sus niños, para que esta sea balanceada y variada, también es importante enseñar que el menor de edad debe practicar cualquier actividad física para evitar el sedentarismo. Para lo cual se realizara mecanismos para incentivar una cultura de consumo responsable.

1.3 Objetivos

1.3.1 General

Diseñar mecanismos para incentivar el cambio de malos hábitos alimenticios por un consumo responsable de alimentos nutritivos que ayuden a erradicar el sobrepeso y la obesidad infantil en el DMQ.

1.3.2 Específicos

- Realizar un análisis del comportamiento del consumidor de alimentos no saludables en los niños de 3 a 10 años con el fin de conocer las variables que influyen en la decisión de compra de los padres y diseñar un modelo de publicidad responsable que contrarreste la publicidad agresiva emprendida a favor de la comida no saludable.

- Diseñar una campaña de publicidad para concientizar a los padres de familia sobre el consumo de comida saludable y la importancia que tiene el control sobre la alimentación de los niños.

- Realizar una guía de alimentos nutritivos para padres, que ayude a evitar problemas de sobrepeso y obesidad y de esta manera contribuir a mejorar la calidad de vida de la población infantil.

- Proponer un programa de actividad física infantil como guía para padres, y adicionalmente ampliar esta alternativa hacia el Gobierno con el fin de erradicar este problema de la sociedad.

CAPÍTULO 2

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Los enfoques del marketing como estrategia de creación de nuevas necesidades del consumidor, un marketing orientado a la Fidelización de consumo en los hábitos alimenticios, el comportamiento del consumidor frente a la decisión de compra, la responsabilidad social empresarial, la obesidad (coyuntura, causas y efectos) y el consumo responsable de alimentos en el actual estilo de vida constituyen los sustentos teóricos generales necesarios para una mejor comprensión del problema de investigación y la búsqueda de alternativas de solución.

2.1 Obesidad Infantil

A nivel mundial se observa una alta prevalencia de sobrepeso y obesidad en niños y adolescentes, asociados a estilos de vida sedentarios y a hábitos alimentarios poco apropiados, lo cual constituye un problema de salud pública. El exceso de peso perdura en el tiempo y se asocia a enfermedades crónicas no transmisibles como hipertensión arterial, diabetes mellitus tipo 2, y enfermedades cardiovasculares que actualmente son las principales causas de enfermedad y muerte en el Ecuador y el mundo.

Cada día mueren alrededor de 10 personas por problemas cardiovasculares causadas por sobrepeso y obesidad, razón por la que se busca diseñar una campaña informativa para concienciar a los padres de familia sobre el impacto que tiene la falta de control sobre la mala alimentación en los niños.

La obesidad infantil es uno de los problemas de salud pública más graves del siglo XXI. El problema es mundial y está afectando progresivamente a muchos países de bajos y medianos ingresos, sobre todo en el medio urbano. La prevalencia ha aumentado a un ritmo alarmante. Se calcula que en 2010 hay 42 millones de niños con sobrepeso en todo el mundo, de los que cerca de 35 millones viven en países en desarrollo.

Los niños obesos y con sobrepeso tienden a seguir siendo obesos en la edad adulta y tienen más probabilidades de padecer a edades más tempranas enfermedades no transmisibles como la diabetes y las enfermedades cardiovasculares. El sobrepeso, la obesidad y las enfermedades conexas son en gran medida prevenibles, por consiguiente hay que dar una gran prioridad a la prevención de la obesidad infantil.

2.1.1 Definición

Para entender a qué se refiere la obesidad es necesario conocer que significa y de donde proviene este término.

La palabra " obeso" viene del latín " **obedere**". Formado de las raíces **ob** (sobre, o que abarca todo) y **edere** (comer), es decir " alguien que se lo come todo". El primer uso conocido de esta palabra fue en 1651 en lengua inglesa, en un libro de medicina. (Biggs, 1651).

El sobrepeso y la obesidad se definen como «una acumulación anormal o excesiva de grasa que supone un riesgo para la salud». Es decir, la obesidad infantil es una condición donde el exceso de grasa corporal afecta negativamente la salud o bienestar de un niño.

Con respecto al concepto actual de obesidad existen muchas definiciones, entre las que diremos:

La obesidad significa tener un exceso de grasa en el cuerpo, se diferencia del sobrepeso, que significa pesar demasiado. El peso puede ser resultado de la masa muscular, los huesos, la grasa y el agua en el cuerpo. Ambos términos significan que el peso de una persona es mayor de lo que se considera saludable según su estatura. La obesidad se presenta con el transcurso del tiempo, cuando se ingieren más calorías que aquellas que consume.

Se dice que la obesidad es una enfermedad crónica de origen multifactorial prevenible, en otras palabras, es cuando la reserva natural de energía de los humanos, almacenada en forma de grasa corporal se incrementa hasta un punto donde está

asociada con numerosas complicaciones como ciertas condiciones de salud o enfermedades y un incremento de la mortalidad. El sobrepeso y la obesidad son el quinto factor principal de riesgo de defunción en el mundo.

> El estado de nutrición se concibe como una relación entre la ingesta de alimentos que consume normalmente una persona y los valores de referencia que nos dicen que es la cantidad adecuada, es decir, la cantidad de nutrientes que el cuerpo necesita para su buen funcionamiento; esto nos dice si el estado de nutrición de un individuo es bueno o no, lo dicho se ilustra en la siguiente definición: "El estado nutricional es la situación física en la que se encuentra una persona como consecuencia de la relación que existe entre el aporte y el consumo de energía y nutrientes" (Baeza, Benito, & Simón, 2009).

2.1.2 Antecedentes Históricos

Desde hace cientos de años, en algunas culturas la obesidad ha sido asociada con aspectos estéticos más que de salud; se la ha relacionado, por ejemplo, con el atractivo físico, la fuerza y la fertilidad. Existen algunas de las piezas artísticas más antiguas, conocidas como figurillas de Venus, representan una figura femenina obesa. También, en culturas donde escaseaba la comida, ser obeso era considerado un "símbolo de riqueza y estatus social". Afortunadamente, dicha concepción ha evolucionado y actualmente la Organización Mundial de la Salud (OMS) define a la obesidad como "la enfermedad epidémica no transmisible más grande del mundo".

Desde hace dos décadas, la comunidad científica ha advertido que el problema se incrementa en todo el mundo. En México y particularmente en Sonora, el aumento del sobrepeso y la obesidad es alarmante y no sólo para las personas adultas, pues cada vez son más los niños afectados por la llamada "epidemia del siglo XXI." Estudios acerca de la tendencia epidemiológica de la obesidad reportan que de continuar al mismo ritmo para el año 2010, uno de cada dos habitantes será obeso.

Los estudios evidencian que el sobrepeso y la obesidad se asocian con riesgos de desarrollar enfermedades del corazón, arterioesclerosis y diabetes mellitus, incluso a edades más tempranas de las que nos imaginamos.
En México, las encuestas nacionales de salud de los años 1999 y 2006 demuestran que tanto el sobrepeso como la obesidad en niños entre 5 y 11 años aumentaron casi un 40%. La última encuesta nacional reveló que en el país, 26% de los niños en edad escolar presentan sobrepeso y obesidad.

2.1.3 Clasificación de la Obesidad

Según el origen, la obesidad se clasifica en los siguientes tipos:

1. **Obesidad exógena:** La obesidad debida a una alimentación excesiva.

2. **Obesidad endógena:** La que tiene por causa alteraciones metabólicas. Dentro de las causas endógenas, se habla de obesidad endocrina cuando está provocada por disfunción de alguna glándula endocrina, como la tiroides (obesidad hipotiroidea) o por deficiencia de hormonas sexuales como es el caso de la obesidad gonadal.

También, se puede mencionar otros tipos de obesidad como se explica a continuación:

- **Obesidad androide o central o abdominal (en forma de manzana):** el exceso de grasa se localiza preferentemente en la cara, el tórax y el abdomen. Se asocia a un mayor riesgo de dislipemia, diabetes, enfermedad cardiovascular y de mortalidad en general. (Salas, Rubio, Monserrat, Moreno, & SEEDO, 2007).

- **Obesidad ginoide o periférica (en forma de pera):** la grasa se acumula básicamente en la cadera y en los muslos. Este tipo de distribución se relaciona principalmente con problemas de retorno venoso en las extremidades inferiores (varices) y con artrosis de rodilla (genoartrosis). (Salas, Rubio, Monserrat, Moreno, & SEEDO, 2007).

- **Obesidad de distribución homogénea:** es aquella en la que el exceso de grasa no predomina en ninguna zona del cuerpo. (Salas, Rubio, Monserrat, Moreno, & SEEDO, 2007).

Clásicamente se han considerado trastornos corporales tanto el exceso de peso corporal como la distribución anómala de la grasa corporal. Clasificación de acuerdo al exceso de peso corporal:

- En función de la grasa corporal podríamos definir como sujetos obesos a aquellos que presentan porcentajes de grasa corporal por encima de los valores considerados normales, que son del 10 al 20% en los varones y del 20 al 30% en las mujeres adultas.

- El peso corporal se correlaciona directamente con la grasa corporal total, de manera que resulta un parámetro adecuado para cuantificar el grado de obesidad.

- En la práctica clínica es la primera herramienta utilizada para valorar el grado de sobrepeso, utilizando para ello:

  a) Tablas de peso: tienen en cuenta sexo, talla, raza y constitución física. Se basan en la observación de diferencias notorias del riesgo de mortalidad entre grupos de individuos obesos con respecto a individuos de " peso deseable" para su edad y sexo.

  b) Índices: el más comúnmente usado es el índice de masa corporal (IMC). Aunque no es un excelente indicador de adiposidad en individuos fuertes como deportistas y ancianos, es el índice utilizado por la mayoría de estudio epidemiológicos y el recomendado por diversas sociedades médicas y organizaciones de salud internacional para el uso clínico, dada su reproducibilidad, facilidad de utilización y capacidad de reflejar la adiposidad en la mayoría de la población.

Entonces, se puede identificar la fórmula para el cálculo de la adiposidad:

IMC= Peso (kg)/ Talla2 (m)

(Ferreira González, 2007)

Según su causa, se puede clasificar a la obesidad de la siguiente manera:

- **Obesidad nutricional** (simple, exógena): se da en 95% de los niños y está relacionada con el modo de vida, en especial con la alimentación.

- **Obesidad orgánica** (intrínseca, endógena): se da el 5% de los niños y está relacionada con síndromes dismórficos, endocrinopatías y lesiones del SNC.

Según la distribución de la grasa:

- **Obesidad Androide:** consiste en una acumulación excesiva de grasa a nivel del abdomen.

- **Obesidad Ginecoide:** consiste en una acumulación excesiva de grasa a nivel de caderas, muslos y glúteos.

Según la morfología del tejido adiposo:

- **Obesidad hiperplasia:** Se presenta en niños, es el aumento de un tejido por incremento del número de células.

- **Obesidad hipertrófica:** es propia de los adultos, se considera como el aumento de un tejido por incremento del tamaño celular.

- **Obesidad mixta:** es la combinación de las anteriores.

2.1.4 Evolución y Prospectiva del Problema

2.1.4.1 Obesidad Infantil en el Mundo

El sobrepeso y la obesidad han sido catalogados por la Organización Mundial de la Salud como epidemia global, desde 1980 aproximadamente se han duplicado los casos reportados. La OMS define a la obesidad y el sobrepeso como: "una acumulación anormal o excesiva de grasa que puede ser perjudicial para la salud". La población infantil es el grupo más vulnerable, ya que su alimentación depende de otras personas como: padres, abuelos u otros familiares, niñeras, guarderías y centros de aprendizaje quienes en muchos de los casos no tienen tiempo ni cuidado en brindar a los infantes una dieta balanceada y saludable.

El índice de masa corporal (IMC) se emplea como indicador entre el peso y la talla de un individuo, es así que si el IMC es igual o mayor que 25 se dice que existe sobrepeso y si el IMC es igual o mayor a 30 se determina obesidad.
De acuerdo a datos de la OMS existen aproximadamente dos mil millones de niños y adolescentes sufren de sobrepeso u obesidad.

Existe información con respecto al sobrepeso y obesidad infantil que es realmente preocupante; datos, cifras y estadísticas muestran que este problema se vive a nivel mundial independientemente del nivel de ingresos de cada país, tal como lo publica la OMS en su página oficial:

> En 2010, alrededor de 40 millones de niños menores de cinco años de edad tenían sobrepeso. Si bien el sobrepeso y la obesidad tiempo atrás eran considerados un problema propio de los países de ingresos altos, actualmente ambos trastornos están aumentando en los países de ingresos bajos y medianos, en particular en los entornos urbanos. En los países en desarrollo están viviendo cerca de 35 millones de niños con sobrepeso, mientras que en los países desarrollados esa cifra es de 8 millones (…) La obesidad infantil se asocia con una mayor probabilidad de obesidad, muerte prematura y discapacidad en la edad

> adulta. Pero además de estos mayores riesgos futuros, los niños obesos sufren dificultad respiratoria, mayor riesgo de fracturas e hipertensión, y presentan marcadores tempranos de enfermedad cardiovascular, resistencia a la insulina y efectos psicológicos. (Organización Mundial de la Salud, 2012)

Sin lugar a dudas este es un problema creciente en la población infantil, provocado por un cambio en el modo de vida; es necesario que se hagan las correcciones necesarias para crear una verdadera cultura de alimentación responsable en los niños para asegurarles una buena calidad de vida, los niños saludables de hoy tienen elevadas probabilidades de vivir sanos en su edad adulta y de igual manera enseñar la importancia de una buena dieta a las próximas generaciones.

2.1.4.2 Sobrepeso y Obesidad Infantil en el Ecuador

En el Ecuador la desnutrición y el sobrepeso/obesidad infantil coexisten, presentándose ciertas diferencias entre regiones, clases sociales y etnias; sin embargo el sobrepeso y la obesidad infantil se han incrementado drásticamente a nivel nacional.

El Ministerio de Salud Pública llevó a cabo la Encuesta Nacional de Salud y Nutrición (ENSANUT-ECU) desde el 2011 hasta el 2013, en donde se revelan cifras y resultados importantes para conocer la situación actual que vive la población y plantear los posibles mecanismos para combatir el sobrepeso y la obesidad en la población infantil, a continuación se exponen algunos de los resultados obtenidos tomando como referencia a la población infantil de 5 a 11 años.

> Los resultados muestran que la prevalencia de baja talla varía muy poco por edad y sexo, y va a acompañada de un aumento dramático de la prevalencia de sobrepeso y obesidad (29.9%), Esta cifra es alarmante, sobre todo si se toma en cuenta que la prevalencia de sobrepeso y obesidad en la edad preescolar es de 8.5% y se triplica al pasar a la edad escolar.

> La población indígena sigue siendo la más afectada por el retardo en talla y es casi tres veces más alta con respecto a los demás grupos étnicos del país. Mientras que la población mestiza, blanca u otra es la más afectada por sobrepeso/obesidad (30.7%). (Freire, y otros, 2013, pag. 37).

Otra de las causas que provocan sobrepeso es el sedentarismo, dentro de este punto la ENSANUT - ECU, realizada por el Ministerio de Salud Pública, aproximadamente el 80% de niños comprendidos entre las edades de 5 a 10 años dedican de 2 a 4 horas a la televisión y a los videojuegos.

Gracias a esta encuesta también se detectó que Quito es la ciudad con mayor prevalencia de consumo excesivo de grasas, según los expertos esto está ligado al nivel de desarrollo y urbanización que presenta esta zona del país, adicionalmente es la ciudad con mayor prevalencia de diabetes a nivel nacional con el 4.8%.

2.2 Implicaciones de la Obesidad

Cuando un niño tiene obesidad posee grandes consecuencias, en primer lugar se afecta su salud física ya que:

- Impide respirar correctamente
- Se presenta la sensación de ahogo
- El niño o adolescente no puede dormir bien y por lo mismo está somnoliento la gran parte del tiempo
- Aparecen problemas ortopédicos por el peso de más que sus articulaciones tiene que soportar
- La piel también sufre daños
- Transpiran excesivamente
- Se les hinchan los pies y los tobillos
- Las niñas por su parte tienen trastornos menstruales y mayor riesgo de enfermedad coronaria.

- El exceso de peso en los niños desencadena otras enfermedades como aumento en la presión arterial (hipertensión), diabetes
- Se elevan los niveles de insulina en la sangre (hiperinsulinemia)
- Asma, cáncer, enfermedad de la vesícula biliar.

En segundo lugar, el estado mental y emocional de un niño con obesidad también se ve afectado porque tiene que afrontar el rechazo y burla especialmente de sus compañeros de escuela; el estar "gordito" le causa problemas para relacionarse con ellos y en general con la sociedad. Su autoestima se deteriora provocando bajos resultados en el colegio, lo niños que sufren de obesidad y sobrepeso se vuelven introvertidos.

2.2.1 Causas de la Obesidad Infantil

La causa fundamental del sobrepeso y la obesidad infantil es el desequilibrio entre la ingesta calórica y el gasto calórico. El aumento mundial del sobrepeso y la obesidad infantil es atribuible a varios factores, tales como:

- El cambio dietético hacia un aumento de la ingesta de alimentos hipercalóricos con abundantes grasas y azúcares, pero con escasas vitaminas, minerales y otros micronutrientes saludables.

- La tendencia a la disminución de la actividad física debido al aumento de la naturaleza sedentaria de muchas actividades recreativas, el cambio de los modos de transporte y la creciente urbanización.

2.2.1.1 Genéticas

La obesidad no es sólo cuestión de unos cambios de hábitos alimenticios y una vida más saludable. En algunos casos podemos encontrar factores genéticos o metabólicos que influyen en la adquisición de la enfermedad y que deberán ser estudiados, diagnosticados y tratados por un especialista.

La obesidad tiene en muchas ocasiones una base genética, por lo que, al igual que sucede con otras enfermedades, si tus progenitores o familiares han padecido obesidad, tendrás una predisposición genética a engordar a no ser que cuides tus hábitos desde la infancia.

La causa genética de esta predisposición suele ser la alteración de determinados genes que controlan el apetito. Esos genes son los responsables de generar leptina, una sustancia que llega a través de la sangre al hipotálamo, que es el centro de control de la saciedad. La leptina provoca la pérdida de apetito y estimula al organismo a desarrollar actividades y quemar energía. Las personas que tienen estos genes alterados suelen tener mucho más apetito y queman aproximadamente un 30% menos de energía.

2.2.1.2 Metabólicas

El sobrepeso y la obesidad en ocasiones no es el resultado de una dieta rica en alimentos calóricos o falta de ejercicio sino de alteraciones en el funcionamiento del metabolismo.

> El metabolismo se refiere al conjunto de reacciones químicas (transformaciones) que ocurren en el ser vivo (…) en el cual las sustancias que ingresan a los seres vivos son modificadas en ellos, transformándose en moléculas estructurales o fragmentándose para producir energía, es decir las substancias se modifican, se transforman y se metabolizan dentro de los seres vivos. (Cordero Gulá & Verdugo Silva, 2006)

Entre los trastornos metabólicos que también pueden provocar un aumento del peso y conducir a la obesidad mórbida tenemos el hipotiroidismo, la diabetes adquirida, el síndrome de Cushing, el síndrome de Stein-Leventhal y diversas alteraciones del hipotálamo como tumores o traumatismos.

2.2.1.3 Psicológicas

En muchos casos la obesidad puede tener su base o al menos estar muy condicionada por causas de tipo psicológico. Hay muchas personas que sufren de ansiedad, por ejemplo, y matan su nerviosismo comiendo continuamente. El hecho de acabar lleno de comida les provoca una sensación de tranquilidad que puede resultar adictiva.

Los episodios depresivos también pueden aumentar nuestra ingesta de alimentos. El hecho de aislarse, sin nada que hacer, puede llevar a esas personas a refugiarse en la comida y encontrar en ella algo del consuelo que necesitan.

Incluso el simple aburrimiento y la vida rutinaria pueden hacer que muchas personas acaben ganando peso. Estas personas comen casi sin ser conscientes de lo que están ingiriendo y las calorías que contienen.

Hay algunos trastornos psicológicos que pueden provocar obesidad, el más importante es el trastorno de déficit de atención, también conocido como hiperactividad. A pesar de que pueda parecer que una persona hiperactiva y nerviosa debería perder peso, estas personas resultan impulsivas, por lo que no son capaces de controlar lo que comen, no son conscientes de las cantidades ni momentos en los que comen, por lo que suelen hacerlo cuando están muy hambrientos y comen hasta la saciedad.

2.2.1.4 Socioculturales

La sociedad en función de los valores, la cultura y la educación que nos inculca, tiene parte de responsabilidad en el problema de la obesidad ya que desde niños se nos enseña que la comida, sobre todo los dulces, son un premio. Por ejemplo: Un cumpleaños se celebra con un gran banquete con pastel, caramelos y si hay un buen comportamiento o se logra una meta importante, los padres consideran que llevar a celebrarlo a un restaurante de comida rápida favorito sería un premio adecuado.

Esta actitud hacia la comida sigue manteniéndose a lo largo de la vida, cualquier celebración o reunión social no sería nada sin un gran banquete con el fin de sentirse satisfechos.

Todas las actividades sociales giran alrededor de la ingesta de calorías: comidas de trabajo, cenas con los amigos, salir a tomar algo o incluso en la vida íntima y cotidiana continúa el mismo patrón, comidas especiales los fines de semana o descansar sentados en el sillón viendo una película y comiendo un bocadito o dulce tras otro.

En la sociedad en que vivimos, además, resulta más fácil, rápido y barato adquirir comida chatarra en lugar de intentar mantener una alimentación saludable. Hay que estar muy convencido de los perjuicios de este tipo de alimentación, ya que el pensamiento se orienta en una simple interrogante: ¿Por qué estar dos horas cocinando algo saludable para toda la familia cuando se puede tener la cena lista en diez minutos?.

Los alimentos frescos y saludables tienen un costo mucho más elevado tanto en dinero cómo en tiempo y con el ritmo de vida que se tiene, resulta muy difícil no caer en la tentación de llamar al lugar de comida rápida más cercano o prepararse un bocadillo o un plato precocinado.

Por último, debemos tener en cuenta que vivimos en una sociedad de la abundancia como nunca antes se había visto en la historia de la humanidad. La comida nos rodea, la vemos continuamente, intentan indicárnosla a través de la publicidad todo el tiempo; podemos comer hasta la saciedad, derrocharla y hasta desperdiciarla, en este ambiente, no debe extrañarnos que la mayoría de las personas se inclinaran por la decisión más fácil y sencilla.

2.2.1.5 Sedentarismo

El sedentarismo se refiere a la inactividad física producida por la televisión, la computadora y los juegos sedentarios. El cuerpo humano está diseñado para

moverse, especialmente cuando se es niño y adolescente, por lo que nuestro estilo de vida actual ha modificado ese plan y hemos permitido convertirnos en una sociedad inactiva, inmóviles, por lo que es vital recuperar la actividad física como un hábito de vida en el niño y en la familia.

Aparte del consumo de alimentos con alto contenido en grasas y azúcares, el sedentarismo de muchos niños les hace más obesos; el practicar una actividad física es esencial para su crecimiento y salud, ya que la mayoría de las actividades que realizan se concentran en torno a la televisión y los videojuegos.

Muchas familias por la falta de tiempo o por comodidad, acaban dejando a los niños delante de la televisión toda una tarde, en lugar de llevarlos al parque o a cualquier otra actividad que les favorezcan de mejor manera.

Los juegos al aire libre, las excursiones, los deportes, etc., son cada día sustituidos por actividades sedentarias. Es así como, los niños actualmente pasan de una a dos horas diarias aproximadamente viendo la televisión y media hora adicional jugando a los videojuegos o conectados a la red.

También, es necesario conocer otros factores que causan sobrepeso:

- **Medicina:** Ciertas medicinas pueden provocar aumento de peso. Entre ellas se cuentan algunos corticoesteroides, antidepresivos y anticonvulsivantes. Estas medicinas pueden disminuir la velocidad en la que el cuerpo quema calorías, aumenta el apetito o hace que el cuerpo retenga más agua, todo lo cual puede conducir a un aumento de peso.

- **Otros factores**: Hormonales, hábito de fumar, edad, embarazo y desequilibrios en el sueño.

Finalmente, se puede decir que el sobrepeso y la obesidad infantil es consecuencia de los hábitos de alimentación y el estilo de vida que hemos desarrollado como familia, siendo la obesidad materna o paterna, el indicador más importante de obesidad infantil, seguido por bajo ingreso familiar y estilos de vida poco sanos; por lo tanto,

de nosotros, como padres y adultos responsables depende el desarrollo o no de obesidad en nuestros hijos.

2.2.2 Factor de Riesgo de la Obesidad Infantil

La obesidad infantil, aunque puede estar originada por una enfermedad genética, el 99% de los casos se produce como resultado de la combinación de una serie de factores ambientales (una dieta inadecuada y sedentarismo), genéticos (los niños cuyos padres son obesos tienen un riesgo mayor de padecer este trastorno) y psicológicos (cuando se utiliza la comida para compensar problemas emocionales, estrés o aburrimiento). Existen varias causas por las que se puede presentar sobrepeso y obesidad en la infancia, sin embargo hemos identificado tres factores de riesgo en los que los niños están más expuestos a sufrir estos trastornos.

2.2.2.1 Factores Ambientales

Una dieta hipercalórica, con abuso de alimentos ricos en grasas y azúcares, y que suponga una ingesta energética superior a las necesidades reales durante largos periodos de tiempo, tiene como consecuencia un importante incremento de la grasa corporal. Ver la televisión es un importante factor de riesgo para desarrollar obesidad porque, además de tratarse de una actividad sedentaria que sustituye a otras en las que sí se consume energía, facilita que se siga comiendo, e incluso se imite a personajes con malos hábitos alimentarios (tan importante se considera la influencia de la televisión sobre los más pequeños que, en Estados Unidos, se modificó la dieta del Monstruo de las Galletas de Barrio Sésamo, convirtiéndolo en un gran aficionado a las verduras.

También, se suma el sedentarismo infantil causado por los videojuegos, especialmente a partir de los siete u ocho años, ya que han sustituido actividades de juegos y deportes al aire libre, que ayudaban a mantener el equilibrio entre el consumo de calorías y el gasto de energía.

2.2.2.2 Factores Genéticos

El riesgo de que un niño sea obeso aumenta considerablemente cuando sus padres lo son (tiene cuatro veces más posibilidades de desarrollar obesidad si uno de sus padres es obeso, y ocho veces más si ambos progenitores lo son).
Sin embargo, en esta ecuación no solo interviene la herencia genética (facilidad para aumentar de peso, inadecuada distribución de la grasa corporal...), sino el estilo de vida de la familia como la preferencia por determinados alimentos o formas de cocinarlos que incrementen la ingesta calórica, así como un escaso gasto de energía debido a poca o nula actividad física. El niño normalmente seguirá los mismos hábitos familiares, lo que favorecerá el aumento de peso ya durante la infancia.

2.2.2.3 Factores Psicológicos

En ocasiones, tanto niños como adultos, buscan en la comida una recompensa, una forma de mitigar sus carencias y frustraciones. Pueden comer cuando se sienten tristes o inseguros, para olvidar sus problemas, por estrés o por aburrimiento. Los alimentos elegidos suelen aportar poco valor nutritivo y muchas calorías (dulces y aperitivos como patatas fritas industriales y similares...). En estos casos, además, los niños pueden estar imitando las conductas que han observado en sus mayores.

2.2.3 Consecuencias de la Obesidad Infantil

La obesidad y el sobrepeso constituyen un grave problema de salud pública, por su alta incidencia, y por ser factores de riesgo de enfermedades cardiovasculares, diabetes, hipertensión arterial, hipercolesterolemia. Los niños obesos tienen un riesgo considerablemente mayor de padecer estas enfermedades y de desarrollar obesidad mórbida.

El sobrepeso, además, puede tener consecuencias negativas sobre el desarrollo emocional de los niños, no está bien vista socialmente y puede generar en las personas que la padecen, y especialmente en aquellos cuya personalidad no está formada sentimientos de inferioridad y baja autoestima. Pueden sentirse rechazados y

aislarse, además de desarrollar actitudes antisociales y depresión infantil. Por consecuencia el aislamiento social lleva a mayor sedentarismo y a una ingesta superior de calorías, lo que agrava el problema.

Estas son otras complicaciones asociadas a la obesidad infantil:

- ✓ Es importante recordar que muchos trastornos del comportamiento alimentario, como la bulimia y la anorexia, también pueden estar relacionados inicialmente con el sobrepeso.

- ✓ Un escaso aporte de fibra, debido a una dieta inadecuada, y la escasez de actividad física pueden originar estreñimiento infantil.

- ✓ El exceso de peso supone una sobrecarga para los huesos y el aparato locomotor, disminuye la tolerancia al ejercicio físico, y provoca problemas respiratorios.

- ✓ La obesidad también tiene consecuencias negativas para la piel, ya que favorece el desarrollo de infecciones en los pliegues, y la aparición de hematomas ante mínimos traumatismos.

2.3 Comportamiento del Consumidor

En primer lugar se considera importante analizar la razón por la que los niños prefieren ingerir alimentos no saludables, se cree que una de las razones que influye en su decisión de consumo es el sabor agradable característico de estos alimentos, acompañado por la facilidad de compra.

2.3.1 Necesidades, deseos y demandas.

Actualmente, muchos expertos ven al marketing como creador de necesidades sin embargo es oportuno aclarar que existen diferencias entre una necesidad, un deseo y

la demanda. En el tema que estamos tratando el marketing ha fomentado el deseo de consumir alimentos no saludables a través de exitosas estrategias de mercado como la publicidad, la propaganda y la promoción; como consecuencia de este deseo de compra se evidencia día a día una creciente demanda de productos como los snacks y la comida rápida.

Desde otro punto de vista, y considerando que influye también la falta de tiempo de los padres para preparar alimentos sanos y nutritivos se evidencia la necesidad que ellos tienen en adquirir comida preparada o que se prepare fácilmente; esta necesidad es real puesto que los padres buscan solucionar su problema de falta de tiempo con productos ricos y a bajo costo.

NECESIDADES, DESEOS Y DEMANDAS: los expertos en marketing deben comprender las necesidades, los deseos y la demanda de su mercado meta; las NECESIDADES son los requerimientos básicos del ser humano. Cuando estas necesidades se dirigen hacia objetos específicos que pueden satisfacerlas se convierten en deseos. Los DESEOS vienen determinados por la sociedad en que viven. Las DEMANDAS son deseos de productos específicos que están respaldados por una capacidad de pago**.**

No siempre es fácil entender las necesidades y los deseos de las personas, algunos consumidores tienen necesidades de las que no son plenamente concientes o quizá no son capaces de expresarlas, por lo que podemos distinguir 4 tipos de necesidades:

1. Necesidades Declaradas
2. Necesidades Reales
3. Necesidades No Declaradas
3. Necesidades de Deleite
4. Necesidades Secretas

> En el pasado, responder a las necesidades de los consumidores consistia en estudiar sus necesidades y en fabricar productos que lograran satisfacer el promedio de tales necesidades. Sin embargo, en la actualidad, algunas empresas estan respondiento a las necesidades particulares de cada cliente. Es asi como se ha pasado de una filosofia

de fabricar y vender a detectar y responder para bridnar una solución que beneficie a las partes. (Kotler & Lane Keller, 2006).

Es así como, la falta de sustancias nutrientes (carencia), al ser sentida por el cerebro se transforma en hambre (necesidad), y si ésta continúa, la persona sale a buscar comida (motivación). Si la persona sólo sale a buscar hamburguesas Mac Donalds o pizzas de Pizza Hut, entonces, se estaría hablando de deseos.

Según estas definiciones, las necesidades no son creadas si no que han existido siempre en las sociedades humanas, recordemos que el hombre ha tenido necesidad de comer alimentos en buen estado de conservaciòn, pero que lo que ha cambiado ha sido la tecnología para satisfacerla: especias, humo, sal, hielo, frigoríficos, etc. (Rivera Caminos & Sutil Martín, 2004).

2.3.2 Elementos que influyen en la compra

Las organizaciones, para ser exitosas, deben dirigir todas sus estrategias de marketing hacia el consumidor; en este punto se debe segmentar muy bien al mercado considerando criterios como edad, género, condición social, gustos, etc., sin embargo es posible que un segmento o grupo de personas a pesar de reunir las mismas características pueden presentar un comportamiento diferente una de otra; por lo que es importante distinguir los elementos tanto internos como externos que influyen en la decisión de compra tal como se menciona en el libro Conducta del Consumidor Estrategias y Políticas:

La Figura del consumidor representa a un conjunto variado de individuos con distintas ideas, estilos de vida, gustos o necesidades y aunque los clasificásemos en función de los criterios mencionados, encontraríamos con que dos personas con las mismas características se pueden comportar de manera totalmente diferente.

Distinguimos dos tipos de elementos que influyen en el comportamiento de compra de los individuos:

ESTRUCTURAS INTERNAS

- Carencia
- Necesidad
- Motivación
- Deseo
- Percepción
- Actitud
- Aprendizaje
- Personalidad

ESTRUCTURAS EXTERNAS

- Grupos de Pertenencia
- Grupos de Referencia
- Clase social
- Cultura
- Factores Económicos

(Rivera Camino, Arellano Cueva, & Molero Ayala, 2009)

2.3.3 Toma de Decisiones del Consumidor

La toma de decisiones de un consumidor se desarrolla en tres etapas, las mismas que se detallan a continuación:

Insumo o Datos de Entrada

Se basa en influencias externas que sirven como fuentes de información sobre un producto en particular e influyen en los valores, las actitudes y el comportamiento del consumidor relacionados con el producto. Entre estos factores de insumo los más importantes son las actividades de la mezcla de marketing, de las organizaciones (las

cuales intentan comunicar los beneficios de sus productos y servicios) y las influencias socioculturales. (Schiffman & Lazar Kanuk, 2005).

Proceso

Tiene que ver con la forma en que el consumidor toma sus decisiones:

1. Reconocimiento de necesidades. Ocurre cuando un consumidor se enfrenta a un problema.

2. Búsqueda anterior a la compra. Para llegar a la compra el consumidor puede basar su elección en experiencias pasadas, por otro lado si no existe una experiencia previa, se puede obtener información de fuentes como publicaciones en internet, revistas, periódicos, anuncios por televisión o cualquier otra fuente disponible en el entorno.

3. Evaluación de alternativas. Para evaluar las alternativas disponibles en el mercado se debe tener a mano una lista de marcas y criterios para evaluar cada marca.

Resultado o Datos de Salida

Finalmente después de efectuada la compra el consumidor estará en la capacidad de evaluar los resultados de su adquisición, "La porción del modelo de toma de decisiones del consumidor referente al resultado se ocupa de dos tipos de actividad posterior a la decisión estrechamente asociados: el comportamiento de compra y la evaluación posterior a la compra" (Schiffman & Lazar Kanuk, 2005).

2.3.4 Tendencias de Consumo

2.3.4.1 Consumidor en el siglo XXI

Con el pasar del tiempo el perfil del consumidor ha ido cambiando también, esta evolución define las tendencias de consumo más importantes para la presente década y las siguientes:

- Industrias dedicadas a satisfacer la necesidad de ocupación de tiempo libre turismo, entrenamientos, ocio.

- Empresas que diversifican sus servicios para ofrecer comodidad a sus clientes: transacciones a distancia o por internet, ergonomía, etc.

Si el paso de una sociedad basada en la producción a una basada en el consumo puede considerarse el hecho diferencial más significativo del siglo XX, puede afirmarse que la importancia del tiempo disponible y la calidad de vida condicionaran de modo fundamental el inicio del siglo XXI.

Sabemos que vivimos en una sociedad consumista y en ella la mayoría de adultos tienen problemas para controlar el dinero que gastan, incluso existen casos en los que pueden llegar a ser adictos al consumo de forma patológica u obsesiva.

En algún momento nos ha costado discernir entre la compra necesaria y la compulsiva, nos hemos dejado influenciar por una publicidad que estimula a vivir por encima de las propias posibilidades, hemos creído que nuestro prestigio social está determinado por lo que poseemos, o hemos querido llenar el vacío que crean las frustraciones y las insatisfacciones recurriendo a la adquisición de bienes materiales.

2.3.4.2 Consumo Infantil

Los niños son actualmente clientes más exigentes y conscientes de las marcas, debido a los anuncios publicitarios de TV ante la cual pasan muchas horas del día y de internet por donde navegan con gran soltura.

Cada día cobra mayor importancia el segmento infantil en la toma de decisiones de compra, no solo por ser el niño el consumidor real de los productos, sino por ser también el prescriptor. Por otra parte también se considera a los infantes como clientes potenciales a los que hay que ir preparando y concientizando acerca del uso de ciertas marcas.

Y es que los niños pasan cada vez más tiempo fuera del hogar y separados de los padres en los casos en que ambos trabajan; son más despiertos y se relacionan antes en su medio social.

Los niños son grandes observadores del comportamiento consumista de los adultos, de su contexto social, sobre todo de sus padres. Ellos se convierten en el modelo a seguir y, progresivamente van asimilando sus comportamientos para imitarlos. Si los adultos del entorno adquieren todo lo que se anuncia en televisión, el niño desea lo mismo para él; desde muy pequeño distingue perfectamente entre los objetos anunciados para niños y para los adultos.

Los niños son los destinatarios preferidos del sector publicitario porque son fácilmente manipulables y, abusando del deseo de los padres de ofrecer "lo mejor" a sus hijos, envían continuamente anuncios para estimular el deseo de poseer bienes materiales de los pequeños, anhelo que nunca queda satisfecho y conduce a incrementar las exigencias de los niños.

Por otra parte, la publicidad también pretende mostrar a los padres lo que deben ofrecer a los hijos para que, supuestamente, sean felices. Incluso los padres más responsables no pueden evitar plantearse dudas respecto a si sus hijos tienen todo aquello que necesitan. Les basta observar a otros niños para creer que no ofrecen las mismas posibilidades a sus hijos si no compran "lo último del mercado" y, con frecuencia, compran objetos sin que los niños expresen que los desean, incluso algunos que los hijos nunca hubieran pedido.

Los padres también estimulan el afán consumista de los hijos cuando quieren agradarlos a toda costa en el menor tiempo posible. Lo mismo ocurre cuando les

ofrecen bienes materiales para compensar el poco tiempo que pasan con ellos, o para evitar conflictos y reproches. Es frecuente que el padre y la madre pasen demasiadas horas fuera del hogar trabajando para conseguir más dinero con el que puedan consumir servicios y objetos materiales para la familia y, sobre todo para los hijos.

Saber que este tipo de problemas es común en la mayoría de familias, no implica que los padres deban conformarse con esta situación. Su compromiso como primeros responsables de la educación de los hijos debe conducirlos a definir estrategias que les protejan del consumismo, transmitiendo los valores adecuados para convertirse en personas seguras de sí mismas, y ayudándolos a vivir de forma plena y feliz.

Finalmente, se puede decir que los padres deben educar a sus hijos para que se conviertan en consumidores críticos, racionales y solidarios con el medio ambiente.

2.3.5 Fidelización del cliente

Las empresas dedicadas a la elaboración de productos ricos en grasas y azúcares han logrado, a través del tiempo y empleando efectivas herramientas de marketing, la fidelización de sus clientes, es preocupante saber que a pesar de que los padres de familia conocen que la comida rápida y snacks no son una alimentación sana y nutritiva y que son el origen de varios problemas de salud terminan por adquirir estos productos para consumo propio y de sus hijos.

En la decisión de compra influye de manera directa el tipo de publicidad que se aplica a ciertos productos alimenticios que por lo general se trata de comida que afecta a la salud provocando daños al consumidor. De igual manera por medio del marketing se puede revertir esta fidelidad de productos chatarra e iniciar una fidelización con aquellos productos con enfoques sanos haciendo que las empresas responsables tengan mayor demanda en el mercado.

> Fidelizar a los clientes consiste en utilizar diferentes métodos para conseguir que permanezcan fieles a la empresa o producto. Conviene

> tener en cuenta que cuesta menos conservar un cliente que conseguir uno nuevo.
>
> Satisfacción del cliente y fidelización son dos conceptos que van juntos. Un cliente satisfecho suele repetir y si la satisfacción se mantiene puede llegar a convertirse en un comprador habitual, un cliente fiel. (Sánchez, 2010).
>
> En este contexto, con mayor frecuencia, las empresas se preocupan por extender sus objetivos y estrategias comerciales hasta el punto de que el cliente deposite su confianza en ellas de forma casi inconsciente. Para alcanzar tales metas no es suficiente una calidad en el producto o servicio que se vende, sino que es imprescindible el bienestar psicológico en la acción de vender. (Bastos Boubeta, 2006).

En el enlace presidencial transmitido el dia sabado, 16 de noviembre del presente año, el Presidente Constitucional de la Republica del Ecuador, Eco. Rafael Correa Delgado mencionó la obigación que deben tener las empresas de incluir etiquetas que claramente indiquen el contenido en azúcar, grasas y sal que contienen sus productos, esta medida se espera afecte la fidelización que los clientes mantienen con las ciertas empresas puesto que el efecto visual que causará en las personas el verificar el contenido de un producto será directo y decisivo para su compra.

2.3.6 La Cultura del Consumidor

2.3.6.1 Clase social e influencia del hogar

> Diversos estudios han intentado averiguar cómo se desarrolla las habilidades de consumo en los niños. Muchos niños adquieren, antes de la adolescencia, sus normas de comportamiento como consumidores a través de la observación de sus padres y sus hermanos mayores, quienes fungen como modelos a seguir y fuentes de señales para el aprendizaje básico de consumo (…) Otra investigación ha demostrado que, por lo general, los niños más pequeños también

> reaccionan de manera positiva frente a la publicidad que emplea un vocero que parece desempeñar el rol de padre. (Schiffman & Lazar Kanuk, 2010, pág. 305).

2.3.6.2 Estilo de vida

Sin lugar a dudas el estilo de vida de los miembros de una familia ha sufrido modificaciones al pasar del tiempo, actividades diversas ocupan el tiempo de un consumidor, esto afecta directamente a sus hábitos de consumo.

> Los compromisos referentes a los estilos de vida familiar, incluso los de la asignación de tiempo, tienen mucha influencia sobre los patrones de consumo. Por ejemplo; presiones de diversa índole han reducido el tiempo del cual solían disponer las madres para realizar sus labores domésticas y a crear un mercado de productos que facilitan la vida restaurantes de comida rápida. (Schiffman & Lazar Kanuk, 2010, pág. 310).

2.3.6.3 Publicidad: Niños y Padres

Es importante que los padres eduquen a sus hijos sobre los efectos y los objetivos que persigue la publicidad, es una realidad irrefutable que los niños actualmente pasan varias horas frente a la televisión y en la gran mayoría de casos sin ningún tipo de supervisión por lo que están expuestos a constantes campañas publicitarias que promueven el consumo de comida no saludable.

> Entre los 5 y 12 años los conflictos más frecuentes tratan del grado de autonomía que hay que concederles asi como las peticiones de compra. De hecho, la publicidad de la televisión puede generar esas situaciones de estrés por su efecto de repetición o de disonancia cognitiva. (Breé, 1995, pág. 115).

Los niños evidentemente son el segmento más influenciable, por esto, el rol que desempeñan los padres es vital para inculcar desde edades tempranas la cultura de un consumo responsable, para que no se dejen persuadir por la publicidad. También el Estado juega un papel importante dentro de este tema ya que fortaleciendo el marco legal se establecerán parámetros importantes que regulen la publicidad a la que la población infantil tiene acceso.

2.3.6.4 Influencia de los niños en el consumo familiar

Se ha demostrado que actualmente los niños tienen participación en la decisión dentro de las compras familiares, saben de marcas, modelos, calidad, etc.; se trata de un segmento muy diferente a generaciones anteriores debido a la facilidad y rapidez que tienen de acceder a información proveniente de todas partes. Sin embargo no se ha logrado establecer conclusiones definitivas sobre la influencia de los niños en el consumo familiar ya que si bien es cierto los niños influyen en la compra, quienes tienen finalmente la decisión de compra son sus padres o las personas que estén a su cuidado.

> Existe ciertamente un consenso muy amplio, en la actualidad, para reconocer el lugar tan destacado que los niños han adquirido como actores de pleno derecho en la esfera del consumo familiar; Las cifras recientes proporcionadas por el IED en lo que respecta a Francia, a saber, una influencia total o parcial en el 43% en las compra familiares correspondiendo a más del 15% del importe total del consumo de las familias, son, por lo demás, una muestra patente. En cambio, cuando analizamos los resultados de los estudios relativos a unas dimensiones más específicas, con objeto de comprender mejor precisamente la manera en que esta influencia se ejerce, nos enfrentamos muy a menudo con conclusiones contradictorias. (Breé, 1995, pág. 229).

2.3.7 Consumo Responsable y Responsabilidad Social

Estos dos enfoques guardan una estrecha relación entre sí debido a que un consumo responsable involucra las preferencias de compra del consumidor, es decir, la decisión final de compra debe orientarse por aquellos proveedores de productos alimenticios que consideran a la responsabilidad social como pilar fundamental de sus operaciones.

Consumo responsable es un concepto defendido por organizaciones ecológicas, sociales y políticas que consideran que los seres humanos harían bien en cambiar sus hábitos de consumo, ajustándolos a sus necesidades reales y optando en el mercado por opciones que favorezcan la conservación del medio ambiente y la igualdad social.

Responsabilidad Social es la filosofía con la que las empresas se deben manejar en todas y cada una de sus operaciones, actualmente solo se enfocan en producir, vender y cuantificar sus ganancias sin tomar en cuenta el daño que pueden ocasionar el contenido de sus productos en la salud de sus consumidores.

Concientizar a las empresas existentes sobre lo que significa responsabilidad social, resultaría un tanto difícil ya que implica un compromiso firme de velar por el bienestar de la sociedad, deben ayudar a que las personas adopten comportamientos más sanos que les harán sentirse más felices.

Por lo expuesto anteriormente, es imprescindible mencionar que el consumidor es la pieza clave dentro de esta problemática, pues la decisión de consumo depende de él ya que puede afectar a su salud. Por otro lado, esta decisión debe estar orientada a consumir productos que provienen de empresas que toman en cuenta en su misión la responsabilidad social.

La autora y activista Esther Vivas en su entrevista a The Ecologist en su edición nº33 menciona la importancia de la acción colectiva a favor de un consumo responsable: “como consumidores podemos optar por llevar a cabo un consumo responsable, comprar en los mercados locales y en las tiendas de barrio, pero más allá de nuestra

opción individual es muy importante actuar colectivamente implicándonos en campañas de boicot y participando en cooperativas de consumidores de productos ecológicos que establecen relaciones de compra directas con los productores de su entorno. Asimismo es necesario trabajar en campañas más amplias como en el movimiento altermundialista, ecologista, feminista… en una perspectiva de lucha y transformación social y política global".

> La responsabilidad social de la empresas (RSE), también denominada responsabilidad social corporativa (RSC) es esencialmente, un concepto con arreglo al cual las empresas deciden voluntariamente contribuir al logro de una sociedad mejor y un medio ambiente más limpio. Se basa enla idea de que el funcionamiento general de una empresa debe evaluarse teniendo en cuenta su contribución combinada a la prosperidad económica, la calidad del medio ambiente y el bienestar social. (Fernández García, 2009).

2.4 Marco Referencial

Actualmente la población ha empezado a tomar conciencia sobre una buena alimentación, sin embargo el aumento de la prevalencia del sobrepeso y la obesidad infantil es un problema que está presente en nuestra sociedad. Existen pocas publicaciones que hagan referencia a este tema especialmente en relación a nuestro país, no obstante hemos encontrado investigaciones previas que aportan con importante información que servirá como referencia para el presente estudio.

En la región Latinoamericana se han desarrollado estudios con respecto a los malos hábitos de consumo y los problemas que se derivan de aquello.

> En la Región de las Américas ha habido, en las últimas décadas, un notable incremento de las enfermedades crónicas no trasmisibles (ECNT) asociadas a estilos de vida no saludables. Estas enfermedades y trastornos en conjunto, entre los que se encuentran la hipertensión arterial, la diabetes mellitus tipo 2, la enfermedad coronaria, los

accidentes cerebro vasculares, la obesidad y algunos tipos de cáncer, son las principales causas de muerte, morbilidad, discapacidad y deterioro de la calidad de vida.

Otro aspecto crítico de esta epidemia de ECNT es el alto costo que representan para los servicios de salud el tratamiento y la rehabilitación de pacientes con estas afecciones, factores que acentúan las inequidades existentes.

Entre las ECNT, la obesidad merece especial atención, ya que es en sí misma una enfermedad crónica y a la vez un reconocido factor de riesgo de muchas otras. Chile ha notificado incrementos notables de la obesidad en la población de 0 a 6 años entre 1985 y 1995, usando como criterio más de 2 desviaciones estándar (DE) en relación con el patrón de NCHS/CDC. (Peña & Bacallao, 2000).

Una encuesta realizada en Uruguay proporciona información reveladora con relación a la obesidad, en donde se indica que un importante porcentaje de niños son sedentarios influidos entre otras causas por un ambiente obesógeno.

Por sus características demográficas, Uruguay es un país ideal para un estudio epidemiológico. Es pequeño, 3.200.000 habitantes, su población es homogénea, 88% de origen caucásico, descendiente principalmente de europeos, 8% de mestizos y 4% de raza negra, descendiente de africanos. Desgraciadamente somos el único país sudamericano que no tiene población indígena autóctona. La muestra incluyó 886 niños, edad 9-12 años, 449 varones y 437 niñas. El estudio se restringió a ese intervalo de edad para dar mayor potencia a la muestra. Se utilizó como marco muestral los datos del último censo nacional realizado por el Instituto Nacional de Estadística (INE). La muestra se realizó en el país urbano (Montevideo y ciudades del interior de más de 10.000 habitantes). Montevideo fue dividido en 62 áreas geográficas o "barrios".

> Es realmente preocupante constatar que 37,1% de los niños uruguayos estudiados son sedentarios. La falta de ejercicio ha sido relacionada con obesidad infantil. El tiempo destinado a la televisión y a los videojuegos ha sido utilizado en varios trabajos como un índice de sedentarismo. La genética y el ambiente obesógeno familiar interaccionan en la clara y directa relación entre el padre presente obeso y la obesidad del descendiente.
>
> En Uruguay padecemos cifras epidémicas de obesidad infantil que predicen un incremento de las enfermedades cardiovasculares y la diabetes mellitus tipo 2 en los próximos años. De este trabajo surge que los médicos en Uruguay debemos mejorar nuestras estrategias en prevención primaria y secundaria para obesidad infantil, no solo promoviendo el ejercicio y optimizando la alimentación de nuestros niños, sino identificando a los grupos de riesgo (hijos de madre diabética, padres obesos) y planeando una terapéutica familiar. Finalmente, es necesario señalar que estas cifras desbordan las acciones personales y exigen medidas gubernamentales. (Pisabarro, Recalde, Irrazábal, & Chaftare, 2002).

En Chile se implementó un proyecto de información al consumidor sobre alimentación sana y segura, donde se entregaron cartillas informativas logrando que los padres comprendan la importancia de una dieta equilibrada.

> Considerando la necesidad de educar al público sobre la importancia de una alimentación adecuada y de estilos de vida saludables, el Instituto de Nutrición y Tecnología de los Alimentos (INTA), ha desarrollado en los últimos años materiales educativos dirigidos a los consumidores. En Abril del 2001, se inició el Proyecto «Información al consumidor sobre alimentos sanos y seguros. Promoción de estilos de vida saludables» que consistió en la entrega de información y de materiales educativos sobre alimentación y nutrición a los consumidores que asisten a 10 supermercados de diferentes comunas de la Región Metropolitana, durante 3 meses.

> El objetivo del presente estudio fue evaluar la efectividad de una acción de promoción de salud, consistente en la entrega de información nutricional, en forma de cartillas y trípticos, a los consumidores de 10 supermercados de Santiago y analizar el proceso de entrega de material educativo dentro de los supermercados.
>
> La mayoría de los consumidores (98%) encontraron que el supermercado es un lugar muy apto para recibir información nutricional, lo que coincide con la opinión de los encargados de éstos, quienes estimaron positivo que esta actividad se realice en sus locales. En la validación de la cartilla «Guía de alimentación del preescolar» los padres comprendieron los mensajes y sugirieron ampliar las tablas de peso/talla. Los hábitos alimentarios saludables son esenciales para el crecimiento y desarrollo normal del preescolar y para prevenir las enfermedades relacionadas con la nutrición en la edad adulta. Los conocimientos y hábitos de alimentación de los niños son adquiridos en sus hogares, y las preferencias alimentarias de ellos son influenciadas por las preferencias de sus padres, por lo que es necesario educar a padres e hijos. Los niños que evaluaron la «Guía de alimentación del escolar 6 a 10 años» presentaron dificultades para calcular el IMC y propusieron cambiar la tabla por una con valores directos. (Sociedad Chilena de Nutrición, 2013).

En un estudio realizado en México se evidencian los efectos que produce la publicidad en la población infantil y su directa relación con el consumidor y su decisión de compra.

> De acuerdo al Instituto Nacional de Salud Pública, entre 1999 y 2006 el número de niños mexicanos (de 5 a 11 años) con obesidad aumentó el 40%, 20% de los mexicanos menores de 10 años presentan sobrepeso u obesidad y estos niños y adolescentes tienen 70% de probabilidades de mantenerse obesos en la edad adulta. Los productos chatarra más vendidos en las tiendas escolares son las golosinas, dulces y productos

salados, cuyo único aporte nutritivo es el azúcar (u otros hidratos de carbono) y grasa, con un escaso o nulo contenido de proteínas, fibra, vitaminas y minerales.

Los cambios de vida en la sociedad repercuten en la familia. En la actualidad, el padre y la madre trabajan y el mercado ofrece muchos alimentos elaborados y a bajo costo. Esta situación ha influido en la alimentación de los hijos, lo que ocasiona que poco a poco, las comidas caseras se sustituyan por productos chatarra que se compran listos para consumir.

El boom de la publicidad dirigida a niños ocurrió durante la década de los ochenta, y a partir de ahí el interés de las grandes empresas por este nicho de mercado no ha dejado de crecer.

De acuerdo con el documento The Junk Food Generation, publicado en 2004:

- A los seis meses de edad, los bebés pueden formar imágenes mentales de logotipos y mascotas de empresas.
- A los dos años, la fidelidad a una marca puede comenzar a desarrollarse.
- A los tres años, antes de que los niños sepan leer, pueden pedir los productos por su nombre.
- A los ocho años, los niños tienen dificultad para distinguir entre lo que es un anuncio y lo que es un programa, y no entienden que la intención de un anuncio es vender un producto.
- Es hasta la adolescencia que los menores desarrollan un completo entendimiento de las intenciones de la publicidad.

Así entonces, la publicidad (sobre todo los anuncios de televisión) es una de las influencias más poderosas y determinantes en la dieta de los niños. Los mensajes publicitarios pueden jugar con las preocupaciones

> de los niños y adolescentes y utilizar esta circunstancia para sus objetivos. De este modo, al mismo tiempo que la mercadotecnia explota las inseguridades de cada niño, le ofrece sentido de identidad artificial, incluido en la compra. (Márquez & Fernández de Gamboa, 2013).

2.5 Marco Legal

La Constitución Política del Ecuador promulgada en el año 2008 en el Capítulo segundo-Derechos del buen vivir establece:

> Art. 13.- Las personas y colectividades tienen derecho al acceso seguro y permanente a alimentos sanos, suficientes y nutritivos; preferentemente producidos a nivel local y en correspondencia con sus diversas identidades y tradiciones culturales.

El Estado ecuatoriano promoverá la soberanía alimentaria.

> Art. 381.- El Estado protegerá, promoverá y coordinará la cultura física que comprende el deporte, la educación física y la recreación, como actividades que contribuyen a la salud, formación y desarrollo integral de las personas; impulsará el acceso masivo al deporte y a las actividades deportivas a nivel formativo, barrial y parroquial; auspiciará la preparación y participación de los deportistas en competencias nacionales e internacionales, que incluyen los Juegos Olímpicos y Paraolímpicos; y fomentará la participación de las personas con discapacidad. (Asamblea Constituyente, 20 de octubre 2008. RO 49).

La Ley Orgánica de Comunicación, establece lineamientos en cuanto a la publicidad que llega al consumidor.

> Art. 94.- Protección de derechos en publicidad y propaganda.- La publicidad y propaganda respetarán los derechos garantizados por la Constitución y los tratados internacionales.
>
> Se prohíbe la publicidad engañosa así como todo tipo de publicidad o propaganda de pornografía infantil, de bebidas alcohólicas, de cigarrillos y sustancias estupefacientes y psicotrópicas.
>
> Los medios de comunicación no podrán publicitar productos cuyo uso regular o recurrente produzca afectaciones a la salud de las personas, el Ministerio de Salud Pública elaborará el listado de estos productos.
>
> La publicidad de productos destinados a la alimentación y la salud deberá tener autorización previa del Ministerio de Salud.
>
> La publicidad que se curse en los programas infantiles será debidamente calificada por el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación a través del respectivo reglamento. (Asamblea Nacional, 25 de junio 2013. RO 22).

Ley Orgánica de Defensa del Consumidor incluye prohibiciones sobre publicidad engañosa que promueva a adquisición de un bien o servicio bajo información incorrecta.

> Art. 6.- Publicidad Prohibida.- Quedan prohibidas todas las formas de publicidad engañosa o abusiva, o que induzcan a error en la elección del bien o servicio que puedan afectar los intereses y derechos del consumidor. (Congreso Nacional, 10 de julio 2000. RO 116).

El Plan Nacional del Buen Vivir 2009-2013, objetivo 2, expresa que es responsabilidad del Estado:

> "Mejorar las capacidades y potencialidades de la ciudadanía" y, en la política 2.1, "Aseguraruna alimentación sana, nutritiva, natural y con

> productos del medio para disminuir drásticamente las deficiencias nutricionales" de acuerdo a lo explicado en sus ocho numerales en donde se tratan temas como promover programas de reactivación de producción de productos tradicionales articulados al programa de alimentación y nutrición, programas de nutrición para infantes y calidad nutricional para fomentar el consumo equilibrado de alimentos sanos y nutritivos. (SENPLADES, 2009-2013).

Se emitió el Reglamento de Bares Escolares del Sistema Nacional de Educación en donde se establecen parámetros de funcionamiento el mismo que contempla hábitos alimenticios:

> Art. 1.- **Definiciones.-** Los bares escolares son locales que se encuentran dentro de las instituciones educativas, autorizados para la preparación y expendio de alimentos y bebidas, naturales y/o procesados, que brindan una alimentación nutritiva, inocua, variada y suficiente.
>
> Art. 2.- **Objeto.-**El presente reglamento tiene por objeto:
>
> a) Establecer requisitos para el funcionamiento de los bares escolares, su administración y control.
>
> b) Controlar los parámetros higiénicos e indicadores nutricionales que permitan que los alimentos y bebidas que se preparan y expenden sean sanos, nutritivos e inocuos; y,
>
> c) Promover hábitos alimentarios saludables en el sistema nacional de educación.
>
> Art. 3.- **Ámbito.-**El presente reglamento es de aplicación obligatoria en todos los bares de las instituciones educativas del país.

(MINISTERIOS DE EDUCACIÓN Y SALUD PÚBLICA, 13 de diciembre 2010. RO Suplemento 343).

CAPÍTULO 3

INVESTIGACIÓN DE MERCADO

3.1 Metodología

Para el desarrollo de la investigación se tomarán en cuenta los siguientes elementos básicos del muestreo: la población, el marco muestral y el diseño de la encuesta; adicionalmente, se utilizará el Focus Group, el mismo que será desarrollado con niños de edades comprendidas entre 3 y 10 años en el Distrito Metropolitano de Quito. Con la aplicación de la encuesta y el focusgroup se pretende obtener la mayor cantidad de información relevante y necesaria tanto para comprender el escenario actual en el que se encuentra el consumidor, como para tener un marco de referencia que nos permita plantear los mecanismos más efectivos para combatir a la problemática del sobrepeso y la obesidad infantil.

3.1.1 Población

El análisis que se realizará sobre el comportamiento del consumidor de alimentos no saludables a los infantes entre las edades de 3 a 10 años se efectuará en el Ecuador como país de origen, en la provincia de Pichincha, específicamente en la ciudad de Quito.

Según datos estadísticos proporcionados por el INEC, de acuerdo al último censo poblacional del 2010, en el Ecuador existen 14´483.499 habitantes. Quito (la segunda ciudad más poblada del país) concentra 2´239.191 habitantes, con un promedio de 3.49 personas por hogar, es decir que en el DMQ existen 640.753 familias.

Sobre la base de la información obtenida del INEC, se estima que en el DMQ existen 332.283 niños con edades de 3 a 10 años, esto representa el 14.84% de la población, este porcentaje se aplicará al número de familias para tener un estimado de familias en cuyo núcleo vivan niños de 3 a 10 años.

3.1.2 Marco Muestral

La población para obtener la muestra se extraerá de la base de datos del INEC de acuerdo al último censo poblacional del año 2010, el mismo que pone a disposición de los usuarios datos estadísticos diversos como: población por provincias, ciudades, parroquias, condiciones de vida, promedio de personas por familia, entre otros datos relevantes para el presente estudio.

3.1.3 Segmentación y Muestra

En base a los datos obtenidos por el INEC, se aplicará la segmentación geográfica según el sector en el que residen, y se aplicarán las encuestas de acuerdo a las circunscripciones establecidas para cada cantón, en Quito se divide en Norte urbano, Sur urbano y Parroquias rurales.

Se realizará un muestreo NO PROBABILÍSTICO debido a que no se aplicarán las encuestas a cualquier persona aleatoriamente, este método es un tipo de muestreo riguroso y científico, dado que no todos los elementos de la población pueden formar parte de la muestra, se trata de seleccionar a los sujetos siguiendo determinados criterios procurando que la muestra sea representativa; es decir, los elementos de la muestra no son seleccionados por procedimientos al azar. Se ha segmentado nuestro mercado y se aplicarán las encuestas a madres de familia con niños de 3 a 10 años, para esto se visitará tanto centros comerciales como parques y otros centros de esparcimiento familiar donde se evidencia una gran afluencia de gente.

Para el presente trabajo se considerará la población de 2’239.191 habitantes del Distrito Metropolitano de Quito; la cantidad de niños representa el 14.84% de la población de Quito, tomaremos este porcentaje para aplicarlo al número de familias y determinar un estimado de familias que tienen en su núcleo niños de 3 a 10 años, es decir 640.753 x 14.84%= 95.087,75 familias, se consideran a las poblaciones mayores a 5000 como infinitas, sin embargo ciertos autores prefieren considerar como finitas a las poblaciones de hasta a 100.000 unidades; para este estudio se tomará en cuenta en segundo criterio.

Aplicaremos la fórmula para población finita según el método de las proporciones, para asignar los valores de p y q (éxito y fracaso) se aplicó una encuesta piloto en la que se preguntó a los encuestados si consideran que tienen una buena o mala alimentación, el 45% de los encuestados contestó que sí y el 55% dijo que no.

Habitantes DMQ: 2´239.191

Personas por hogar: 3,49

Familias: 640.753

Estimado niños de 3 a 10 años: 332.283,1

Estimado familias con niños de 3 a 10 años: 95.087,75

Fórmula población infinita:

$$n = \frac{z^2 pqN}{(E^2(N-1) + pqZ^2)}$$

n: tamaño de la muestra

N: tamaño de la población

Z: nivel de confianza

E: porcentaje de error

P: valor de la proporción

q: 1 – p

$$n = \frac{1.96^2 * 0.45 * 0.55 * 95087,75}{0.05^2(95087,75-1) + (0.45)(0.55)(1.96^2)}$$

$$n = \frac{90409,05}{238,67}$$

$$n = 378.80$$

Se aplicarán 380 encuestas

Con la aplicación de la encuesta a las madres de familia se obtendrá información relevante acerca de la situación del mercado, sin embargo también se aplicará el Focus Group con niños entre las edades de 3 a 10 años ya que es importante comprender el problema desde la óptica del objeto mismo de nuestra investigación, con esto se pretende obtener información oportuna y conocer sus opiniones, gustos, preferencias y que impacto tiene la publicidad en ellos.

Es así como esta investigación se realizará aplicando una encuesta a las madres de familia y un grupo focal a los niños del Distrito Metropolitano de Quito, ya que son las personas adecuadas para proporcionar información verídica y esencial que nos ayudará a conocer las preferencias que tienen los niños en cuanto a su alimentación.

3.1.4 Tipo de Investigación

Investigación Descriptiva

Para desarrollar el presente estudio, la investigación descriptiva, es el tipo de investigación que se acopla a nuestras necesidades debido a que mantiene un enfoque en sobre cómo una situación, persona o conglomerados de personas se desenvuelve en el presente; a través de la descripción, recolección e interpretación de datos se puede deducir una interpretación correcta, real y en tiempo presente sobre el fenómeno que se está estudiando.

El objetivo es describir el problema y sobre esa base proponer las posibles soluciones tanto preventivas como correctivas.

Para llevar a cabo una investigación descriptiva es necesario seguir el siguiente proceso:

Proceso de Investigación Descriptiva

Figura 1. Proceso. Investigación Descriptiva, por Y. Lasso & P. Mencías, 2014

Este estudio contendrá también elementos de la investigación explicativa. La investigación explicativa se encarga de determinar las causas que están dando origen

a la situación presente-actual; como ya se ha mencionado, el objetivo es descubrir las causas, cómo, cuándo, porqué se está presentando el problema de la obesidad y el sobrepeso en la población infantil y principalmente qué se puede proponer para combatir esta problemática que cada vez tiene más presencia en nuestra sociedad.

3.2 Objetivos de la Investigación

1. Determinar el actual estilo de vida que tienen las familias modernas en la Ciudad de Quito.

2. Establecer cómo influye el ambiente familiar en los hábitos alimenticios.

3. Analizar con qué frecuencia la familia consume alimentos fuera de casa.

4. Determinar si comer sano es pate de la alimentación diaria de las familias.

5. Determinar quién tiene la decisión de compra en la Familia.

6. Especificar que establecimientos de comida rápida son lo más visitados.

7. Determinar qué factores inciden en la decisión de compra de comida rápida.

8. Conocer si el consumidor ha desarrollado lealtad a una determinada cadena de comida rápida.

9. Estimar la cantidad de dinero que se destina a la compra de comida chatarra.

10. Averiguar con qué frecuencia los niños realizan actividad física fuera de su jornada estudiantil.

11. Investigar cuales son las actividades que los niños realizan en su tiempo libre.

12. Saber si el consumidor es consciente de lo perjudicial que resulta una alimentación no nutritiva.

13. Establecer con la muestra cuántos niños presentan sobrepeso u obesidad.

3.3 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

Dentro de esta investigación se emplearán dos medios efectivos de recolección de datos: la encuesta y el Focus Group.

La encuesta será aplicada a las madres de familia con niños de 3 a 10 años, en infantes no se puede trabajar con una encuesta porque varios de ellos no manejan la lectura ni la escritura con fluidez, inclusive sus respuestas pueden verse influenciadas o distorsionadas por la presencia de sus padres. Se cree que realizar un Focus Group con los niños es la mejor alternativa para conocer lo que piensan con respecto a su alimentación y sus preferencias al momento de adquirir su comida favorita.

3.3.1 Encuesta

Inicialmente se diseñó una encuesta piloto con el propósito de determinar las variables p y q que serían tomadas en cuenta al momento del cálculo de la muestra; éste documento sirvió de instrumento para notar ciertos errores en el planteamiento de las preguntas y con la debida corrección se obtuvo la encuesta definitiva que será aplicada a la muestra.

Diseño de la Encuesta.

A continuación se adjunta el formato que se utilizó para la elaboración de la encuesta.

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA

ENCUESTA

La siguiente encuesta está dirigida a madres con niños de 3 a 10 años de edad, somos estudiantes de la UPS y nos encontramos elaborando el Trabajo de Fin de Grado, por favor se requiere su valiosa colaboración al contestar esta encuesta con la veracidad del caso.

OCUPACIÓN: _____ **ESTADO CIVIL:_____**

INGRESOS:

318 a 500 USD$ _____

501 a 700 USD$ _____

Más de 700 USD$_____

EDAD:

17 a 23 años ____

24 a 29 años ____

De 30 en adelante____

NÚMERO DE HIJOS ENTRE 3 Y 10 AÑOS:____

SECTOR DONDE VIVE: Norte ____ Centro ____ Sur____ Valles____

1. ¿Quién aporta económicamente en casa?

Papá ___ Mamá ___ Ambos___

2. ¿Sí papá y/o mamá trabajan, quién está a cargo del cuidado de sus hijos?

Centros educativos ___ Niñera __

Mamá / Papá ___ Familiares ___

Solos ___ Otros ___

3. ¿Con qué frecuencia consume alimentos fuera de casa en familia y cuánto gasta?

Todos los días ___

Una vez al mes ___

Una vez por semana ___ ¿Cuánto gasta? USD $___

Dos veces al mes ___

Dos veces por semana___

4. ¿Cuál es el tipo de alimento que consume con más frecuencia en familia? Señale del 1 al 5, siendo 1 el más frecuente y 5 el menos frecuente.

Comida rápida ___ Comida típica ___

Almuerzos ___ Comida Vegetariana ___

Comida Oriental ___

5. ¿Cuál es la comida preferida de sus hijos?

Salchipapas ___ Frutas ___ Otros ___

Hamburguesas ___ Pizza ___

Pollo frito ___ Arroz ___

6. ¿Quién toma la decisión de compra al momento de adquirir comida para la familia?

_____

7. Valore los aspectos que usted toma en cuenta al momento de consumir comida rápida, siendo 1 el más importante y 5 el menos importante:

Precio ___

Sabor ___

Servicio rápido___

Higiene ___

Calidad del producto___

8. ¿Cuál o cuáles son sus establecimientos de comida rápida preferida?

_____

9. Promueve o realiza actividad física con su/s niños/s?

SÍ ___ NO___

Si su respuesta fue SÍ, indique la actividad: _____

Si su respuesta fue NO, conteste la pregunta 10.

10. En caso de no realizar actividad física, a qué dedica su familia el tiempo libre?

Ver televisión ___

Videojuegos ___

Lectura ___

Otros ___ Indique_____

11. ¿Qué enfermedades conoce o ha escuchado se pueden producir por el consumo de comida chatarra?

_____

12. Dentro del núcleo familiar hay algún infante entre las edades de 3 a 10 años que padezca de Sobrepeso u Obesidad?

SÍ ___ NO___

13. Considera usted que su alimentación es saludable?

SÍ ___ NO ___

14. ¿Considera usted que la publicidad de comida influye en la decisión de compra?

SÍ ___ NO___

15. ¿En qué medio/s de comunicación le gustaría informarse sobre la importancia de consumir alimentos saludables?

Radio ___ Medios impresos ___

Televisión___ SMS teléfono ___

Internet ___ Charlas Nutricionales ___

16. ¿Por qué cree usted que actualmente no existen hábitos alimenticios saludables?

_____

_____

_____

3.3.2 Focus Group

Definición

Es una técnica de recolección de datos sobre la percepción de las personas en torno a un tema en particular, se puede obtener información acerca de su opinión y punto de vista.

Es un tipo de entrevista de grupo con el fin de obtener información sobre las actitudes, experiencias o expectativas de las personas durante su intervención, es decir, es un método de encuesta cualitativa rápida.

Claves para un exitoso Focus Group

Se debe tomar en cuenta algunos aspectos como:

1. Lugar. Es muy importante que sea cerrado y sin ruido para evitar todas las posibles interrupciones, además se debe de colocar una cámara y micrófonos para poder analizar la sesión más adelante y tener un respaldo que complemente la información captada por el moderador.

2. Reclutamiento. Se refiere a reunir o invitar a las personas a participar de un encuentro, una cita en la que se debe informar la hora de inicio y duración de la sesión.

3. Tamaño y Organización del Grupo. El tamaño del grupo de personas que participan en un Focus Group es importante y siempre será preferible que sea de 4 a 10 personas. Una razón para limitar el grupo es evitar la existencia de canales de comunicación entre los participantes, es decir, se evitaría la formación de subgrupos que se distraigan en otras actividades.

4. Moderador y Analista. El moderador es una pieza clave en el Focus Group. Un buen moderador debe contar con herramientas sociales como carisma, simpatía,

manejo de grupos y lenguaje fluido, es indispensable también que cuente con el conocimiento detallado del tema a desarrollar y de los objetivos de la investigación.

Es el encargado de preparar una guía detallada de preguntas que por lo general incluye: Preguntas de apertura, de introducción, preguntas clave, las preguntas de cierre y pregunta-resumen.

El analista es la persona que deberá analizar en todo momento durante la duración de la sesión, como interpretar y entregar un informe de resultados, ya sea inmediatamente terminada la sesión o también puede revisar y complementar su análisis con el material audiovisual que se grabó durante el Focus Group y así podrá recordar algunos puntos importantes y profundizar más en su análisis. El moderador también puede ser el analista del grupo.

5. Realizar el Reporte Final. Es la última etapa del proceso en donde el moderador transcribe, analiza y resume la información obtenida en el grupo de enfoque para presentar los datos obtenidos y dar sus conclusiones.

Finalmente podemos decir que, para que un Focus Group sea exitoso, es necesario que el perfil de los participantes sea el adecuado y que durante la sesión se genere la interacción y participación de los invitados.

Funciones del Moderador antes y después del Grupo Focal

- Familiarizarse con el tema a tratar
- Coordinar el reclutamiento de los participantes
- Coordinar la logística del grupo.
- Practicar la introducción y dar la bienvenida al grupo
- Sentirse cómodo y confiado con las preguntas a realizar
- Determinar la ubicación de las personas, se recomienda una mesa redonda
- Verificar y analizar la grabación al finalizar la sesión
- Realizar un resumen de la actividad.

Redacción de las preguntas

Las preguntas deben ser abiertas de manera que generen pensamiento crítico y que permita a cada uno de los participantes tener suficiente flexibilidad para responder las interrogantes planteadas. El número de preguntas debe fluctuar entre 6-9 preguntas, el moderador debe tener la capacidad de crear sub-preguntas en forma espontánea en el momento de dirigir al grupo, todas ellas orientadas a recopilar información importante.

Cabe resaltar también que, para logar un exitoso resultado se debe realizar un Focus Group piloto que permita corregir posibles errores y realizar modificaciones pertinentes.

Ejemplo:

Guía de Preguntas para realizar un Focus Group a niños entre las edades de 3 a 10 años.

TEMA: PREFERENCIA POR LA COMIDA RÁPIDA

Objetivo:

Conocer cuáles son las razones por las que los niños prefieren el consumo de comida chatarra.

Interrogantes a aplicar en el Focus Group

1. ¿En la mañana cuando sus papitos les dejan en la escuelita a donde se van ellos? ¿Quién trabaja en casa?
2. ¿Qué les envía su mamita en la lonchera para comer en la hora del recreo?
3. ¿Cuándo mamá no les envía colación y les da dinero, que compran en la escuela para comer?
4. ¿Cuando regresan a casa qué saben almorzar? Sopita, arroz, frutas o dulces.

5. ¿Después de almorzar, que hacen? Los deberes, juegan un ratito o duermen.
6. ¿Si los papitos les dicen que van a comer fuera de casa, qué les gusta comer?
7. ¿Cuál es su bebida favorita? el jugo, agua o gaseosa.
8. ¿A qué lugar les lleva sus papitos a comer cuando salen de casa?
9. ¿Si se portan bien y se ganan un premio, que les gustaría que les regalen en cuanto a comida? Salchipapa, pizza o frutas.
10. ¿A quién le gusta las golosinas? ¿Qué les gusta?
11. ¿Cuando salen a jugar con sus papitos, qué saben jugar?

3.4 Procesamiento y Análisis de Datos

A continuación se presentan los resultados obtenidos luego de la aplicación de la encuesta para el presente estudio y su correspondiente análisis; se realizó la tabulación a través del conteo manual.

Encuesta:

a. Edad de las madres encuestadas

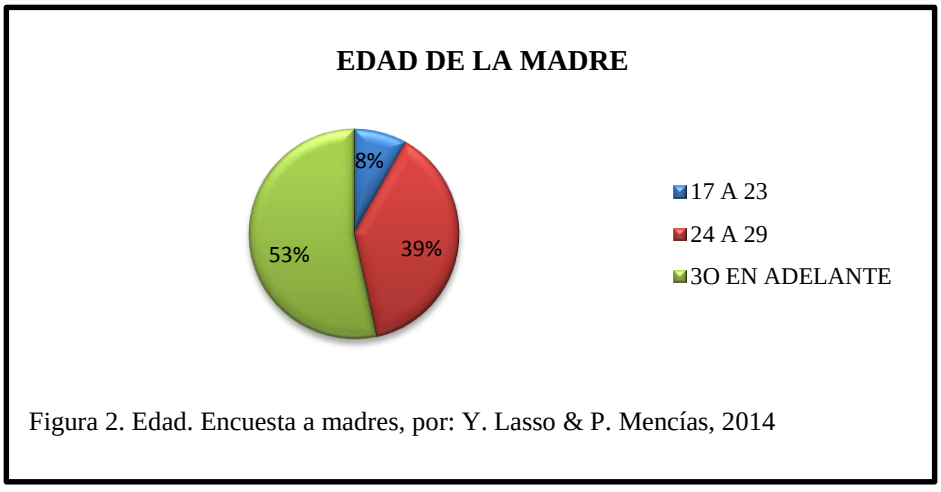


Figura 2. Edad. Encuesta a madres, por: Y. Lasso & P. Mencías, 2014

El 53% de las madres encuestadas, es decir la mayoría tiene de 30 años en adelante, en segundo lugar están las madres de 24 a 29 años y finalmente le siguen las madres de 17 a 23 años; esto nos hace pensar que la gran mayoría de madres ya cuentan con la madurez psicológica y criterio necesarios para cuidar de manera más responsable de la calidad de la alimentación de sus hijos y por ende de su salud en general.

b. Nivel de ingresos

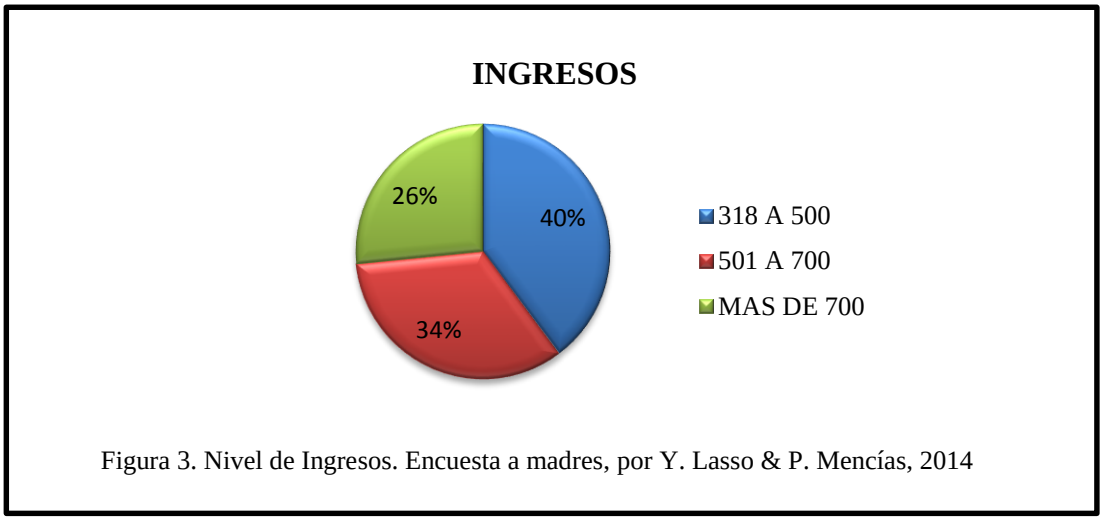


Figura 3. Nivel de Ingresos. Encuesta a madres, por Y. Lasso & P. Mencías, 2014

El 40% de las encuestadas tiene ingresos de $318 a $500, un gran número de las madres encuestadas es madre soltera o divorciada y por consiguiente desempeña el rol de cabeza de familia, siendo casi siempre la única fuente de ingresos para la familia; el que la madre tenga que trabajar, en la mayoría de casos reduce el tiempo que la madre comparte con sus hijos.

c. Número de niños por madre de familia

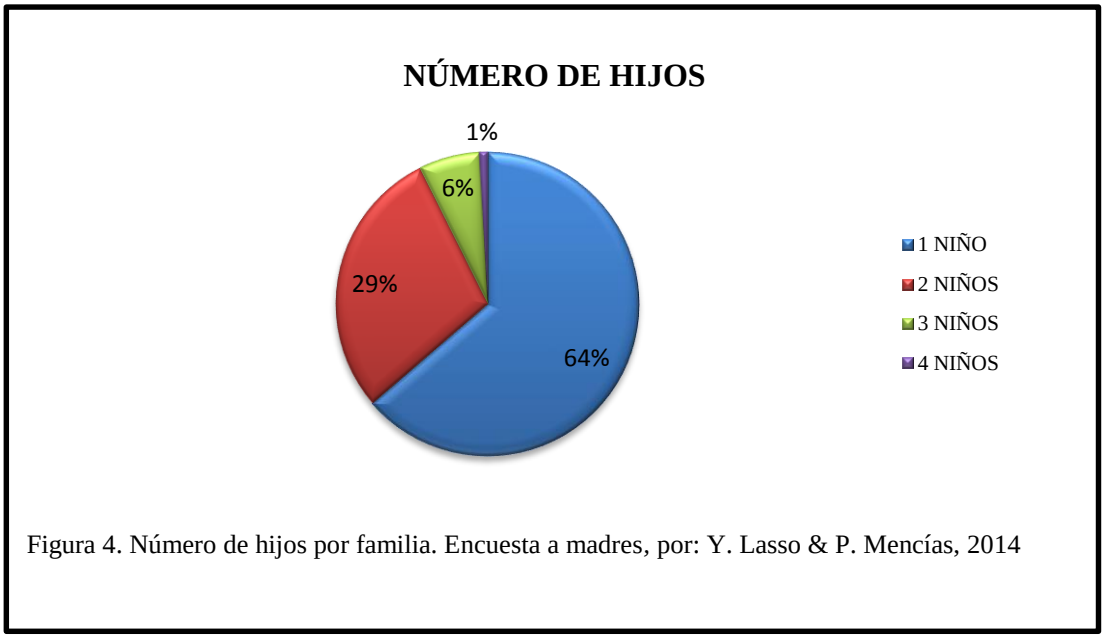


Figura 4. Número de hijos por familia. Encuesta a madres, por: Y. Lasso & P. Mencías, 2014

El 64% de las encuestadas tiene solo un hijo, en segundo lugar el 29% tiene 2 hijos, el 6% tiene 3 y el 1% tiene 4 hijos. Claramente se puede evidenciar que el número de hijos por familia ha cambiado radicalmente, quedaron en el pasado las familias numerosas en donde la madre se quedaba al cuidado de los hijos y donde los niños tenían a otros infantes cerca para poder jugar y divertirse desarrollando actividades al aire libre; la mayoría de niños de las familias quiteñas modernas pasan mucho tiempo solos y prefieren distraerse con videojuegos en lugar de salir a practicar algún deporte.

1. ¿Quién aporta económicamente en casa?

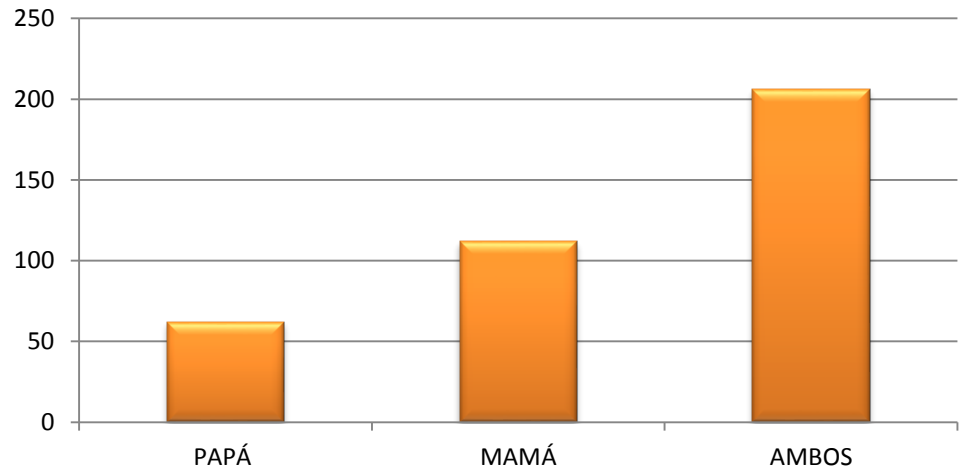


Figura 5. Quién aporta económicamente en casa. Encuesta a madres, por: Y. Lasso & P. Mencías, 2014

De acuerdo al gráfico, claramente se puede evidenciar que el padre y la madre trabajan; este modelo de familia, en el que ambos padres trabajan, ha crecido considerablemente en nuestra sociedad, como consecuencia se ve disminuido el tiempo que los padres destinan para el cuidado de sus niños, delegando esta función a terceros.

2. ¿Si papá y/o mamá trabajan, quién está a cargo del cuidado de sus hijos?

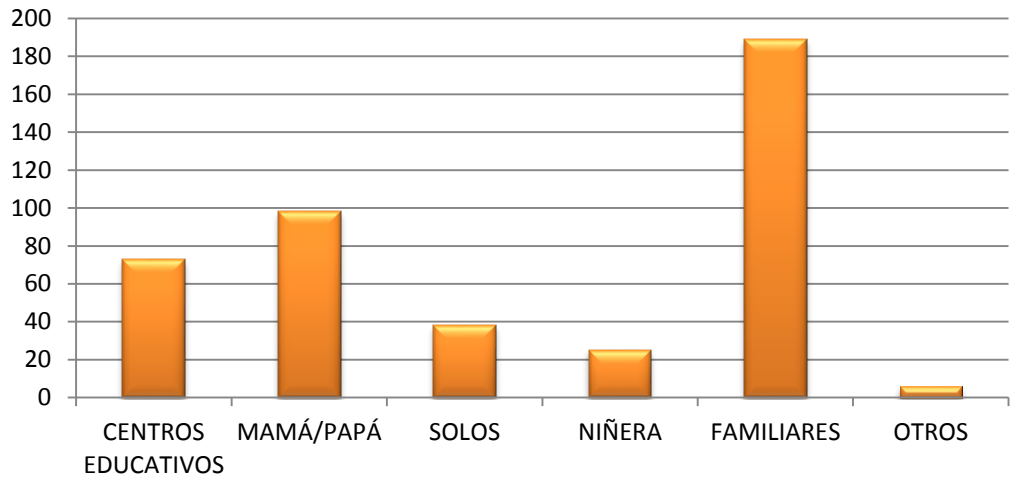


Figura 6. Quién cuida de los niños. Encuesta a madres, por: Y. Lasso & P. Mencías, 2014

De acuerdo a la encuesta realizada, los familiares se quedan a cargo del cuidado de los niños mientras sus padres trabajan, siendo esta la opción más nombrada por los encuestados; frecuentemente son los abuelos y los tíos quienes desempeñan esta tarea. La opción mamá/papá está en segundo lugar, en algunos casos los encuestados manifestaron tener negocios propios que les permiten trabajar y atender a sus hijos simultáneamente. En tercer lugar están los centros educativos, los mismos que reciben a los niños desde edades muy tempranas. La opción "solos" está en cuarto lugar; y las opciones niñera y otros se encuentran en quinto y sexto lugar respectivamente.

Estos resultados nos muestran que el cuidado y consecuentemente la alimentación de los niños está a cargo de terceros e incluso a cargo de los mismos niños, esto aumenta considerablemente las probabilidades de que no se maneje su alimentación de manera adecuada.

3. ¿Con qué frecuencia consume alimentos fuera de casa en familia y cuánto gasta?

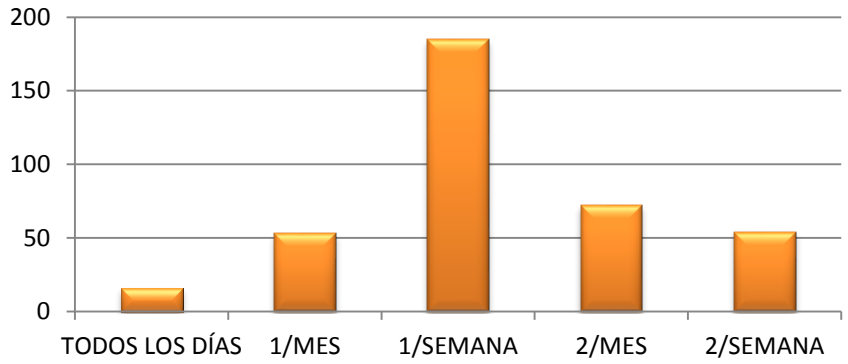


Figura 7. Frecuencia de consumo alimentos fuera de casa. Encuesta a madres, por: Y. Lasso & P. Mencías, 2014

La mayoría de las familias consumen alimentos fuera de casa una vez a la semana con el 49% del total de los encuestados, los mismos manifestaron que salen a comer en familia principalmente los fines de semana, ya que en días ordinarios la rutina impide que se programen actividades entre semana y que en lugar de cocinar en casa prefieren darse un descanso y salir a comer; en segundo lugar está la frecuencia de dos veces al mes con un 19%, el consumo de dos veces a la semana y una vez al mes ocupan el tercer y cuarto lugar respectivamente con una mínima diferencia entre ambos; finalmente, el 4% de los encuestados consumen alimentos fuera de casa en familia todos los días.

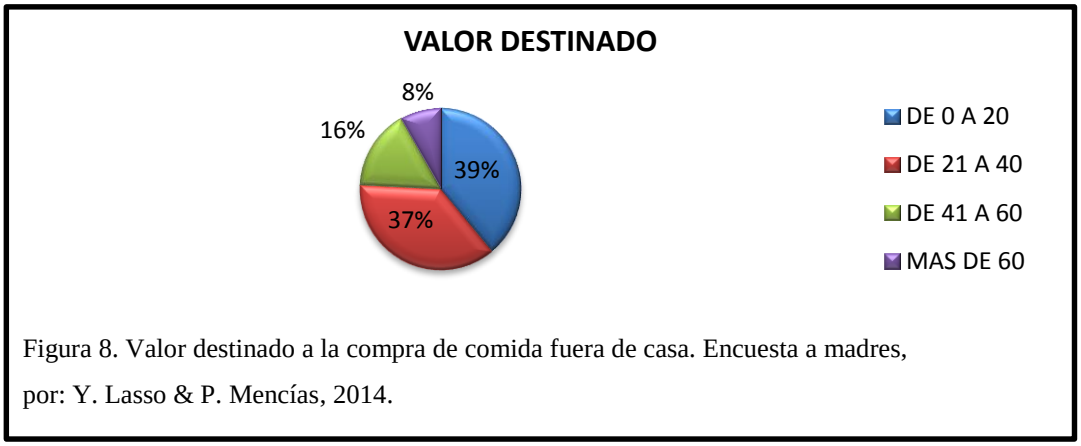


Figura 8. Valor destinado a la compra de comida fuera de casa. Encuesta a madres, por: Y. Lasso & P. Mencías, 2014.

Con respecto al valor que destinan las familias para comer fuera de casa, el 39% de los encuestados contestaron que pagan de $1 a $20, el 37% paga de $21 a $40. Los rangos de $41 a $60 y más de $60 ocupan el tercer y cuarto lugar con un 16% y 8% respectivamente, siendo estas dos últimas opciones las menos frecuentes al momento de pagar por el consumo de comida. Con estos resultados se puede evidenciar que la mayoría paga hasta $40 por comida, es decir se destina un valor importante del ingreso familiar al consumo de comida, cabe mencionar que estas cifras varían de acuerdo al número de integrantes por familia.

4. ¿Cuál es el tipo de alimento que consume con más frecuencia en familia? Señale del 1 al 5, siendo 1 el más frecuente y 5 el menos frecuente.

Figura 9. Tipo de alimentos que se consumen con más frecuencia. Encuesta a madres, por: Y. Lasso & P. Mencías, 2014

Existe una amplia gama de opciones cuando de comida se trata, se han incluido en la encuesta los tipos de comida más usuales en nuestro medio. De acuerdo a los resultados la comida rápida es la opción preferida de las familias cuando se trata de ir a comer fuera de casa, los almuerzos ocupan el segundo lugar en la comida que se consume con más frecuencia ya que se vende a precio cómodo y el consumidor cuenta con muchas opciones en el menú, la comida oriental y la comida típica ocupan el tercer y cuarto lugar, mientras que la comida que se consume con menos frecuencia en el DMQ es la comida vegetariana.

Se evidencia un notable contraste entre la comida rápida y la comida vegetariana, esto significa que la población en su mayoría no tiene cultura de alimentación saludable.

5. ¿Cuál es la comida preferida de sus hijos?

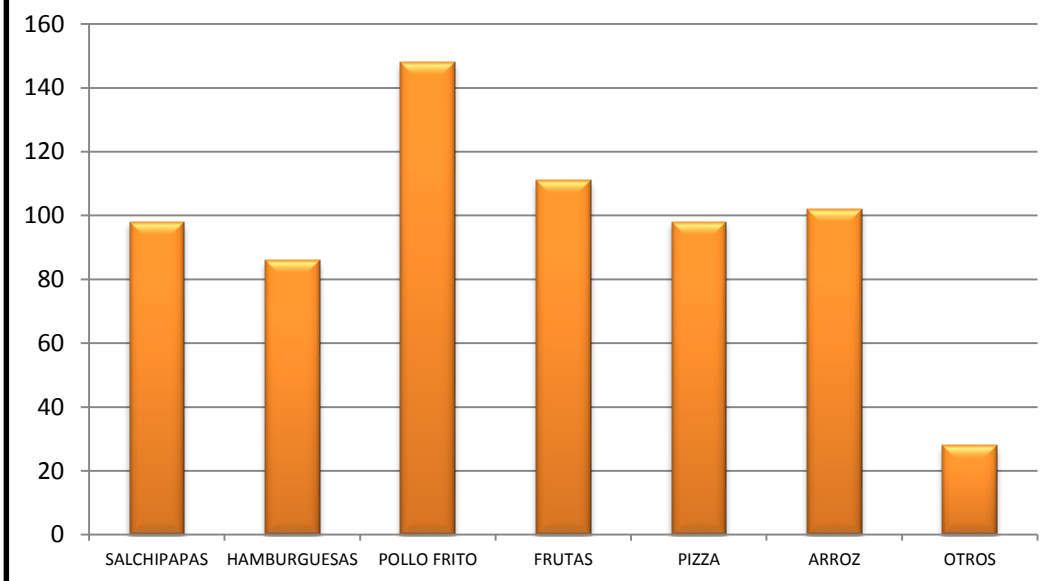


Figura 10. Comida preferida de los niños. Encuesta a madres, por: Y. Lasso & P. Mencías, 2014

De acuerdo a los resultados obtenidos, existe en los niños una preferencia marcada por el consumo de pollo frito; sin embargo, es importante señalar que las frutas ocupan el segundo lugar de preferencia, lo cual se considera un excelente resultado dado que contrarresta esa tendencia por consumir comida no saludable. Las salchipapas, hamburguesa, pizza y el arroz muestran preferencias similares, y en conjunto representan una cantidad significativa con respecto al número de personas encuestadas; en la opción "otros" los encuestados mencionaron alimentos como vegetales y postres, en donde se registraron los niveles de preferencia más bajos.

Claramente se puede determinar que los niños tienen una marcada inclinación por la comida rápida, siendo unos cuantos restaurantes muy conocidos los que están posicionados en su mente, esto se corrobora en los resultados de la pregunta N°8.

6. ¿Quién toma la decisión de compra al momento de adquirir comida para la familia?

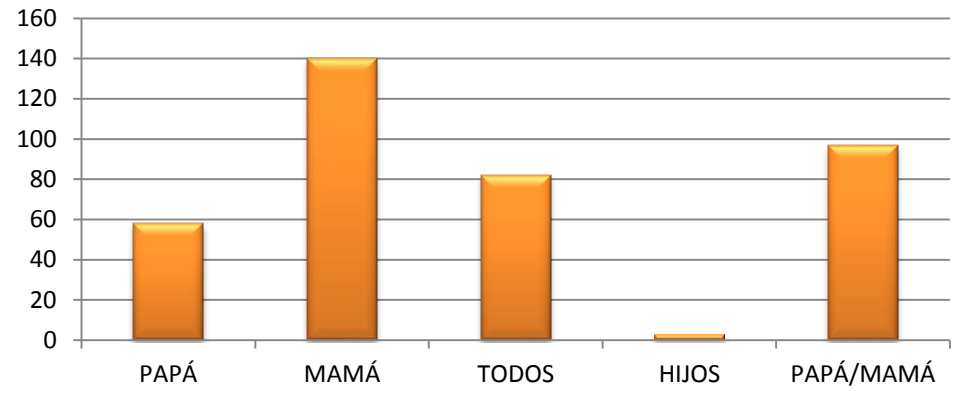


Figura 11.Decisión de compra. Encuesta a madres, por: Y. Lasso & P. Mencías, 2014

En su mayoría las madres son quienes toman la decisión de compra en cuanto a comida registrando un 37% del total de encuestas; a continuación, con un 26%, se tiene que tanto papá como mamá deciden; en tercer lugar se obtiene que todos contribuyen en las decisiones de compra de comida con un 22%. Estos resultados muestran que la madre es quien toma la decisión de compra en la mayoría de casos, consecuentemente, a este importante miembro de la familia es a quien deben dirigirse las estrategias para promover el consumo responsable de alimentos.

7. Valore los aspectos que usted toma en cuenta al momento de consumir comida rápida, siendo 1 el más importante y 5 el menos importante.

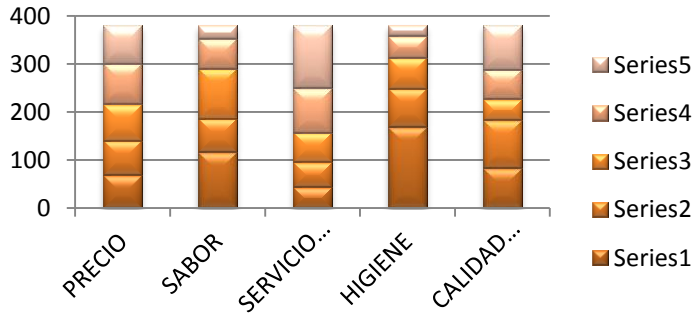


Figura 12. Aspectos que se toman en cuenta en el consumo de comida rápida. Encuesta a madres, por: Y. Lasso & P. Mencías, 2014.

Los resultados demuestran que los consumidores consideran a la higiene y a la calidad del producto como los dos aspectos más importantes al momento de consumir alimentos fuera de casa, ya que el consumidor de cierta manera cuida de su salud aunque paradójicamente consume al mismo tiempo comida chatarra; luego de estos dos aspectos fundamentales, el consumidor considera muy importante el sabor de la comida rápida, que sin lugar a dudas la gran mayoría de consumidores consideran que es mejor que el sabor de los vegetales.

Finalmente, el precio y la rapidez en el servicio ocupan el cuarto y el quinto lugar en importancia respectivamente.

8. ¿Cuál o cuáles son sus establecimientos de comida rápida preferida?

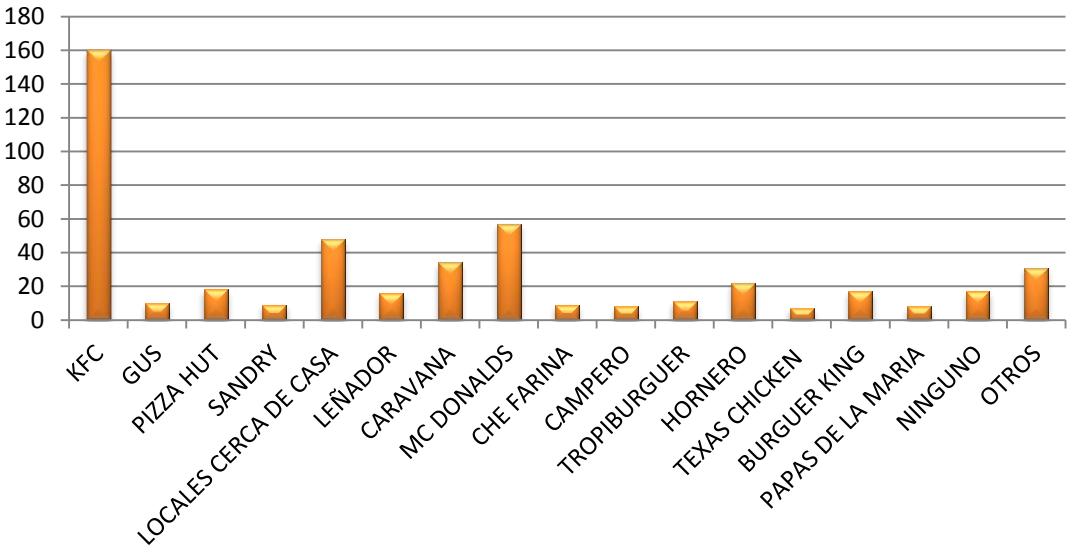


Figura 13. Establecimientos preferidos de comida rápida. Encuesta a madres, por: Y. Lasso & P. Mencías, 2014

En esta pregunta se registraron varios establecimientos de comida rápida dentro de las preferencias de los consumidores, sin embargo se mencionarán los más importantes de acuerdo a los resultados: KFC, es el establecimiento preferido de las familias y en consecuencia de los niños; a continuación está McDonald´s, establecimiento famoso por sus hamburguesas; en tercer lugar están los establecimientos de comida rápida que se encuentran ubicados cerca de la casa en donde se ofrece una gran variedad de comida chatarra a buen precio.

Adicionalmente, se mencionan otros establecimientos conocidos como Caravana, Pizza Hut, Burger King, Hornero, etc., en donde se oferta comida de similares características con buen sabor y a buenos precios.

Estos resultados son el reflejo de buenas campañas de publicidad que han tomado años en su difusión pero que sin lugar a dudas han sido efectivas al momento de posicionar una marca en la mente del consumidor y principalmente en el grupo más vulnerable: los niños.

9. ¿Promueve o realiza actividad física con su/s niños/s?

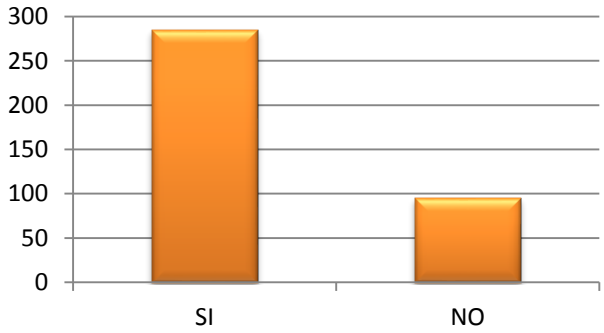


Figura 14. Promueve o realiza actividad fisica con sus niños. Encuesta a madres, por: Y. Lasso & P. Mencías, 2014

Se conoce que la Obesidad Infantil está relacionada con numerosos problemas físicos y de salud, una interrogante por saber es si las familias de la Ciudad de Quito realizan actividad física o practican algún deporte, si bien es cierto que tanto papa como mama trabajan la mayor parte del tiempo, es placentero indicar que un 75% de las madres encuestadas indican que en los hogares quiteños se realiza actividad física, siendo la principal actividad la caminata y el deporte favorito el fútbol.

Las encuestas realizadas nos muestran que efectivamente se realiza actividad física, pero es necesario resaltar que el tiempo que dedican las personas a practicar algún deporte no está contribuyendo a tener una vida sana ya que después de a hacerlo se alimentan con comida poco nutritiva que no ayuda en la salud.

10. ¿En caso de no realizar actividad física, a qué dedica su familia el tiempo libre?

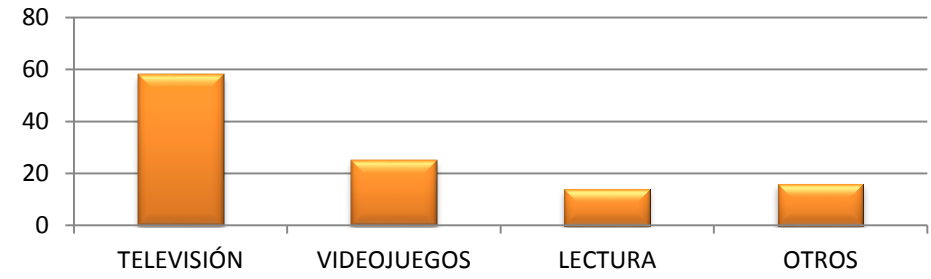


Figura 15. A qué se dedica el tiempo libre. Encuesta a madres, por: Y. Lasso & P. Mencías, 2014

El 25% restante de los hogares en donde no se practica ningún deporte ni se realiza actividad alguna nos muestra que prefieren pasar el tiempo libre en casa mirando televisión y en los videojuegos como forma de distracción. Lamentablemente, hay padres de familia que no saben que cuando un infante pasa mucho tiempo frente al televisor está expuesto a un mayor número de riesgos intelectuales y emocionales; por ejemplo: la malas calificaciones en la escuela y los estudios, la televisión resta tiempo en la lectura, los niños hacen menos ejercicio físico y problemas de salud como el sobrepeso.

Por otro lado, se debe revelar que varias familias quiteñas a pesar de no realizar actividad física prefieren fomentar el hábito de la lectura en sus niños con una ideología basada en la cultura y el aprendizaje con el fin de formar grandes seres humanos que en un futuro cosechen logros y éxitos tanto en su vida personal como profesional.

También, algunas madres de familia mencionaron que prefieren dedicar gran parte del tiempo libre en compartir con sus niños yendo al cine, armando rompecabezas o disfrutando de juegos electrónicos en los centros comerciales o parques.

11. ¿Qué enfermedades conoce o ha escuchado se pueden producir por el consumo de comida chatarra?

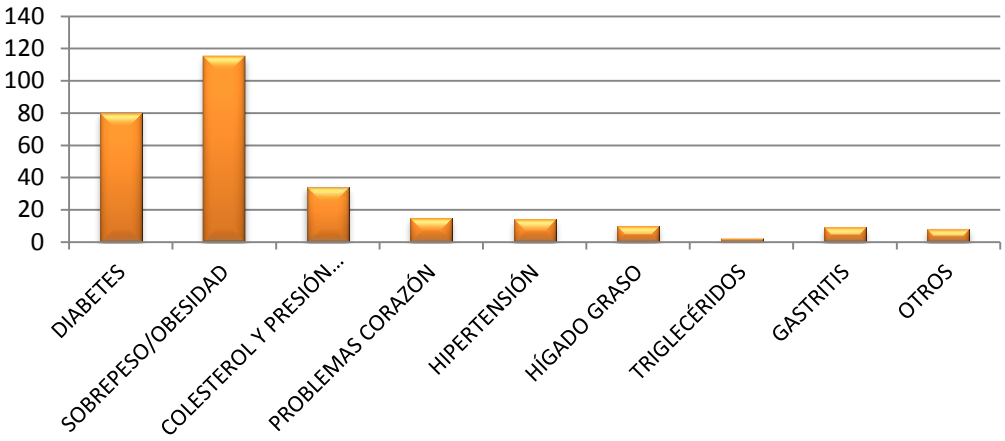


Figura 16. Enfermedades. Encuesta a madres, por: Y. Lasso & P. Mencías, 2014

Dentro de esta interrogante se pretende averiguar si las personas conocen o han escuchado de las enfermedades que se pueden producir por el consumo de comida chatarra, en este sentido se puede decir que en su totalidad las personas saben y están conscientes que el consumo de alimentos no saludables causan algún tipo de enfermedad entre los que mencionaron al sobrepeso y la obesidad como principal enfermedad, se menciona también otras enfermedades como la diabetes, el colesterol, problemas del corazón, hipertensión, hígado graso y gastritis.

Es necesario recalcar que el 30% de las personas encuestadas indicaron conocer que el principal problema de salud que se puede adquirir por los malos hábitos alimenticios es el sobrepeso y la obesidad; el segundo problema de salud bastante identificado es la diabetes ya que un 21% de encuestados identifico esta enfermedad.

Es triste saber que, a pesar que las personas conocen sobre las enfermedades que les puede producir el consumo de alimentos no saludables, su estilo de vida sedentario, la facilidad para comprar comida rápida, la falta de conocimiento en artes culinarias, entre otros, el factor que más influye es la falta de tiempo, las madres de familia

dedican mucho esfuerzo al trabajo y al ser las encargadas de la alimentación de la familia, no alcanzan a preparar alimentos nutritivos para la salud.

12. Dentro del núcleo familiar hay algún infante entre las edades de 3 a 10 años que padezca de Sobrepeso u Obesidad?

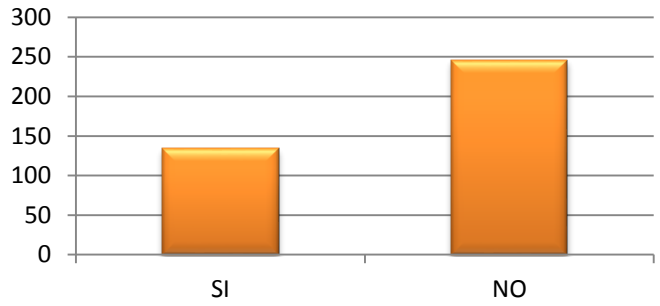


Figura 17. Casos de sobrepeso en el núcleo familiar. Encuesta a madres, por: Y. Lasso & P. Mencías, 2014

Esta interrogante pretende identificar si dentro de las familias de la Ciudad de Quito hay infantes entre las edades de 3 a 10 años que padezcan de sobrepeso u obesidad, en este sentido se puede resaltar que un 65% no tiene este tipo de enfermedad. Aunque no deja de preocupar que el restante 35% de niños presenten algún tipo de anomalía, este porcentaje es alarmante puesto que estos problemas de salud aumentan día a día debido a que las personas consumen menos comida natural sumado a una inadecuada nutrición.

No se puede culpar a los niños sobre el estilo de vida que mantienen, porque es el ejemplo de sus padres lo que les guía, pero hay otros factores que influyen considerablemente y están fuera de su alcance; se trata de la alimentación en las instituciones en donde se educan los niños, a pesar de la existencia de decretos para la eliminación de comida chatarra en las escuelas, aun hay instituciones que no acogen este artículo y expenden alimentos ricos en grasas y azúcar, factor importante que puede terminar en problemas de sobrepeso u obesidad infantil.

13. Considera usted que su alimentación es saludable?

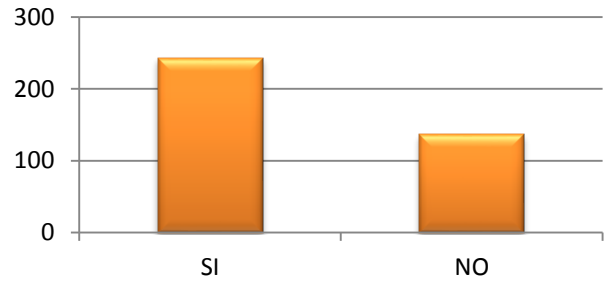


Figura 18. Alimentación saludable. Encuesta a madres, por: Y. Lasso & P. Mencías, 2014

Con esta interrogante se pretende indicar si las madres de familia consideran tener una alimentación saludable o no, se puede destacar que un 64% afirma tener una buena alimentación dentro de sus hogares.

No se alcanza a entender por qué, a pesar de que las madres de familia indican tener una buena alimentación, hay hogares con miembros que padecen de sobrepeso u obesidad, se cree que no existe una buena alimentación porque las mamás prefieren consentir a sus niños preparando alimentos ricos en grasas y azúcar, son dulces, bocaditos o snacks que prefieren servirse en lugar de alimentos sanos y nutritivos.

Por otro lado, la falta de conocimiento en cuanto al contenido y componentes de los alimentos sean estos: fibra, carbohidratos, fósforo, hierro, vitaminas, entre otros, impide a las madres de familia equilibrar los alimentos para nutrir al cuerpo solo con lo que necesita.

14. ¿Considera usted que la publicidad de comida influye en la decisión de compra?

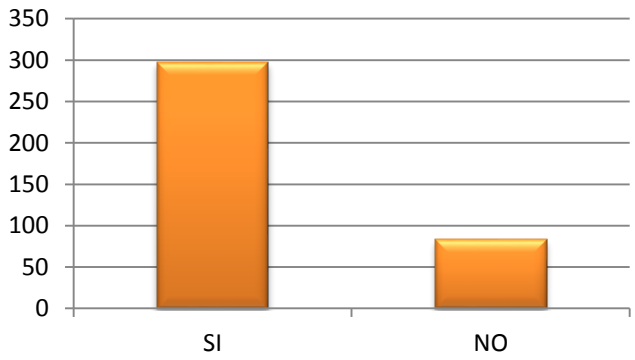


Figura 19. Influencia de la Publicidad. Encuesta a madres, por: Y. Lasso & P. Mencías, 2014

De la muestra tomada para la elaboración del presente trabajo, las personas encuestadas afirmaron en un 78% que la publicidad de comida influye mucho en la decisión de compra ya que la publicidad agresiva con sus artimañas busca tocar la mente del consumidor.

Con el porcentaje que nos indica la muestra se puede afirmar que la publicidad es un medio efectivo de transmitir información acerca de productos o servicios con el fin de persuadir a las personas, lo que juega un papel muy importante a la hora de tomar una decisión.

Se cree que la publicidad es un factor clave que induce a las personas a probar algo sea comida o cosas materiales, a lo que los padres deben estar preparados y reflexionar sobre el mensaje que deja la publicidad y los efectos que puede producir una decisión de consumo adquisición.

15. ¿En qué medio/s de comunicación le gustaría informarse sobre la importancia de consumir alimentos saludables?

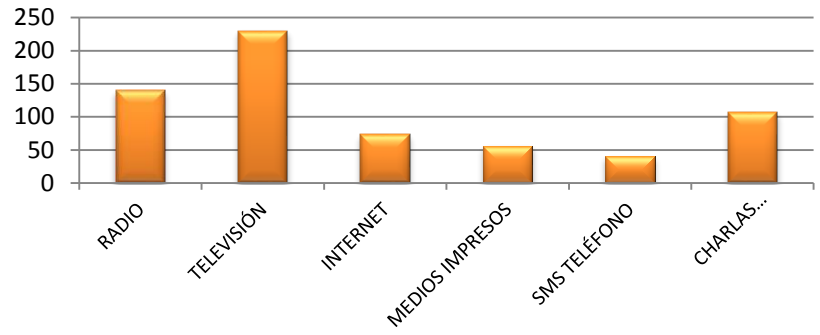


Figura 20. Medios de comunicación. Encuesta a madres, por: Y. Lasso & P. Mencías, 2014

En este ítem se busca conocer en qué medio o medios de comunicación les gustaría a las personas informarse sobre la importancia de consumir alimentos saludables, según los encuestados, el medio más efectivo es la televisión con un 60% de preferencia, la segunda opción es el radio, con un 36% se cree que este medio influye mucho ya que como la mayor parte de padres de familia laboran este medio es muy utilizado mientras realizan las tareas en su vida cotidiana.

Con un 20% los encuestados señalan que el Internet, los medios impresos y los mensajes en el teléfono celular son otras excelentes alternativas en el momento en que una persona busca informarse y aprender sobre hábitos alimenticios saludables.
Dentro de las respuestas obtenidas, una opción que llamo la atención es pensar en asistir a charlas nutricionales ya que un 27% cree ser una atractiva alternativa.

Creemos que esta última opción sería un excelente medio de comunicación y sería aún más efectivo si se los combina con degustaciones o con formas de preparar alimentos nutritivos, lo que haría que las madres de familia aprendan sobre cómo llevar una vida sana en cuanto a la alimentación.

16. ¿Por qué cree usted que actualmente no existen hábitos alimenticios saludables?

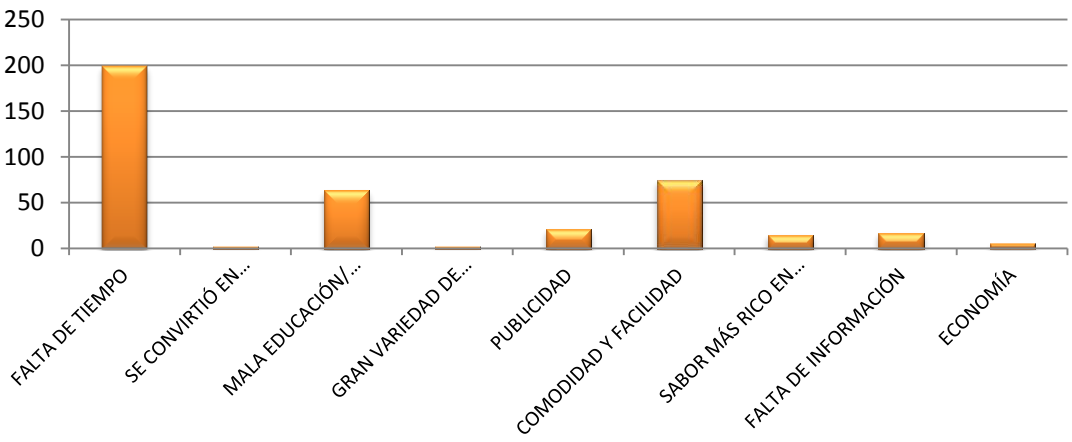


Figura 21. Motivos malos hábitos alimenticios. Encuesta a madres, por: Y. Lasso & P. Mencías, 2014

La falta de tiempo es una importante causa resaltada en las encuestas como una razón para que no existan hábitos alimenticios saludables y se debe a que en la mayor parte de hogares quiteños tanto papá como mamá trabajan; a esta falta de tiempo se suma la facilidad y comodidad para preferir adquirir comida ya hecha.

Lo que se puede destacar de la elaboración de las encuestas es que como los principales miembros del hogar laboran, están acostumbrados a comer fuera de casa los fines de semana, según los encuestados, al ser el fin de semana el único espacio disponible para disfrutar en familia, ellos prefieren salir de casa practicar algún deporte y comer fuera, esta alimentación por lo general es comida rápida.

También, es necesario indicar que las madres de familia revelan que su inclinación al consumo de comida chatarra es porque el sabor es más rico y apetecible en comparación al de una alimentación saludable.

Focus Group

Tema: Preferencia por la comida rápida

Objetivo:

Conocer cuáles son las variables que determinan la preferencia que tienen los niños por el consumo de comida chatarra.

El tipo de estudio que se empleó para alcanzar el objetivo es el Focus Group, realizado con una muestra de seis niños que se encontraban en las instalaciones de la Universidad Politécnica Salesiana.

- Segmento: Niños entre las edades de 3 a 10 años.
- Tamaño de la Muestra: 6 (SEIS) niños.
- Tiempo para el Focus Group: 12 minutos.
- Comparaciones realizadas: entre la comida saludable y la comida chatarra.

Informe

Introducción

Una herramienta muy utilizada actualmente es el Focus Group, por la información clara y precisa que se puede obtener, a través de este medio se pretende conocer por que los niños prefieren consumir alimentos no saludables, a que se debe sus gustos y preferencias, el por qué de su inclinación a la comida rápida que causa daños en la salud, entre otros; esta información con el fin de buscar una posible solución a los malos hábitos alimenticios en el estilo de vida que tienen hoy en día las familias en la ciudad de Quito.

Desarrollo

El presente trabajo se llevó a cabo con una muestra de 6 niños entre las edades de 3 a 10 años, a este grupo de pequeños se les realizó algunas preguntas que nos permitieron saber cómo era su estilo de vida. En la mayoría de los hogares de la

Ciudad de Quito, tanto papá como mamá trabajan por lo que sus niños se encuentran bajo el cuidado de familiares, terceras personas o centros educativos que en ocasiones no cuidan su salud con alimentos sanos y nutritivos.

Primero, se precisaba conocer cómo es la rutina diaria de los niños durante el día y cómo es su alimentación; se empezó preguntando qué es lo que llevan en sus loncheras hacia sus escuelas para servirse en la hora de recreo, los infantes indicaron que su padres cuando les envían comida optan por enviarles frutas, jugos, galletas, avena, alimentos que se consideran bastante sanos para la alimentación de un niño. Pero hay ocasiones en que los papitos llegan tarde del trabajo y no tienen tiempo para comprar algo para la lonchera de sus niños y tienden a enviarles dinero para que ellos decidan que comprar, cuando ocurre este escenario se evidencia con claridad la inclinación por el consumo de comida chatarra como es la salchipapa, papas fritas de funda, sánduches con cola, hamburguesa, pizza, entre otros.

Aunque esta decretado por el Presidente de la Republica, el Eco. Rafael Correa la eliminación en los bares de la comida chatarra, todavía existen lugares en los que expenden este tipo de alimentos que no son beneficiosos para la salud, su preparación, el sabor o venta rápida hace que los infantes prefieran optar por estos comestibles.

Por otro lado, se quería saber cómo es su comportamiento o que hacen después de llegar de la escuela y nos indicaron que su costumbre es primero quitarse el uniforme, lavarse las manos e ir a almorzar; un almuerzo consta de sopa, arroz, jugo y postre, pero los niños optan por comer solo el plato fuerte acompañado de una bebida gaseosa en lugar de jugo; aunque no es la costumbre en todos los casos pero se resalta el consumo excesivo de la gaseosa lo que perjudica su salud.
Se les preguntó el por qué de su preferencia al consumo de la gaseosa en lugar de un nutritivo jugo y nos revelaron que su preferencia por la gaseosa en comparación con otros líquidos como el jugo o agua se debe al sabor de la bebida.

Se preguntó qué actividad realizan después del almuerzo, si están acostumbrados a dormir durante el día, si hacen sus tares de la escuela o salen a jugar con sus hermanos o compañeros; lo que manifestaron es que sus padres les enseñaron que las obligaciones están antes que los juegos y la diversión. Este mensaje se pudo resaltar también, al preguntarles si los padres están acostumbrados a proporcionarles algún dulce a cambio de que elaboren sus tareas o se porten bien y destacaron una vez más, que era su responsabilidad y que los padres no les entregaban dulces por portase bien.

Se les averiguó a que establecimiento de comida rápida les llevan sus padres a comer y en su totalidad concordaron que su lugar preferido es el KFC para adquirir comida rápida.

Cabe recalcar que los infantes mencionan que a pesar de que sus padres trabajan la mayor parte del tiempo, los fines de semana los llevan a jugar en el parque, a practicar deportes como el fútbol o básquet o simplemente salen a caminar junto con su mascota, en este sentido se puede notar que se realiza actividad física en los hogares Quiteños.

Conclusión

Finalmente, se puede resaltar que a pesar de que papá y mamá trabajan la mayor parte del tiempo, tratan primero de alimentar sanamente a sus niños a través de la colación que les envían en las loncheras a la escuela; segundo, tratan de tener el tiempo necesario los fines de semana para practicar algún deporte o realizar actividad física junto con sus hijos y el tercer punto y muy importante es que están educando a sus niños con responsabilidad ya que desde pequeños les inculcan el cumplir primero los deberes y obligaciones antes que los juegos y la diversión.

Además, se puede destacar que existe una marcada preferencia en los niños por la comida chatarra o comida rápida, por su sabor, pero que depende de los padres de familia el tener una alimentación sana y nutritiva.

CAPÍTULO 4

RESULTADOS

4.1 Discusión de Resultados

El Ecuador es un país en vías de desarrollo, por lo tanto su modelo económico se sustenta en el trabajo de los pilares de la familia como es papá y mamá. Antiguamente se creía que el padre de familia era el único responsable de aportar económicamente en casa, mientras la madre se encargaba del cuidado de los niños; con el paso del tiempo esta figura ha ido cambiando debido a la necesidad que tienen las familias de llevar una vida con las comodidades necesarias, es decir tener una vida digna, pero este hecho tiene un gran efecto ya que si bien es cierto el trabajo de la madre es una entrada de dinero necesaria para el hogar, no se está tomando en cuenta que la falta de tiempo y atención para sus hijos puede tener efectos negativos en el futuro. Uno de los efectos a los que nos referimos es en la salud de los niños ya que actualmente existe con gran frecuencia problemas de Sobrepeso y obesidad infantil.

El presente estudio pretende mostrar esta problemática en los infantes de 3 a 10 años, a través de la aplicación de excelentes técnicas de recolección de datos, encuesta y grupo focal, se ha podido recopilar información importante que nos ayuda a comprender mejor esta situación.

Es evidente el cambio del estilo de vida de los quiteños, los hogares modernos ya no tienen la misma estructura de familia tradicional que hasta hace un par de décadas se manejaba, la economía, los hábitos, costumbres, preferencias han ido sufriendo modificaciones a lo largo de los años.

Actualmente, existen varios tipos de familia y dentro de su núcleo existe un solo hijo o dos, muy pocas familias hoy en día tienen más de dos hijos. En la gran mayoría de los casos tanto el padre como la madre trabajan y consecuentemente la labor de crianza y cuidado de los niños queda en manos de terceros, la mayoría de los padres dejan a sus hijos con familiares, especialmente los abuelos; las guarderías y centros infantiles también están dentro de las opciones que los padres escogen.

En este sentido y como se mencionó anteriormente, si papá y mamá trabajan necesariamente deben dejar a sus niños al cuidado de una tercera persona que por lo general son familiares cercanos como los abuelitos o tíos, estas personas tomarían la responsabilidad de recibir al o los niños después de la escuela, alimentarlos, ayudarlos con sus tareas en lo posible y cuidarlos mientras llegan sus padres; estas serían sus principales funciones, pero en este ámbito se debe tomar en cuenta que es posible que no estén alimentando adecuadamente a los infantes y una de las razones puede ser por la costumbre en la alimentación, es decir , tienen definido lo que se sirven durante cada comida, por ejemplo en un almuerzo ellos saben que deben preparar una sopa, un segundo con acompañado y una bebida, pero lo que no saben es la cantidad que se debe comer y como deben combinar los alimentos para que tengan una alimentación sana y nutritiva, en este ejemplo se puede evidenciar claramente uno de los aspectos que pueden producir problemas de sobrepeso u obesidad en los niños.

La madre, por sus distintas labores en el día, ya no está a tiempo completo a cargo del cuidado de los niños, por lo que se descuida el aspecto de su alimentación, es por eso que se opta por comida rápida o comida fácil de preparar, que no tome mucho tiempo para poder servirse; por lo general este tipo de comida no es saludable ya que no presenta variedad en los nutrientes necesarios que asegure una dieta equilibrada.

El hecho de que durante la semana la familia no comparte mucho tiempo, por las ocupaciones de los padres, hace que un gran número de familias salgan a comer al menos una vez a la semana generalmente los fines de semana; la pregunta es ¿qué alimentos se consumen cuando la familia sale a comer?, los resultados reflejan que la comida preferida de los quiteños es la comida rápida seguida por la comida típica; esto hace que se comience a generar un ambiente obesógeno; es decir, la familia inconscientemente con sus hábitos crea un ambiente en el que el infante está más propenso a sufrir trastornos o alteraciones en su peso ya que en la gran mayoría de casos los hábitos de los padres se transmiten a los hijos y estos serán los hábitos alimenticios que seguramente mantendrán hasta su vida adulta.

Es importante mencionar que, según la encuesta aplicada los quiteños destinan una vez por semana para el consumo de alimentos fuera de casa en promedio de $20 a

$40 dólares, cantidad significativa de dinero si recordamos que el sueldo básico es $340 dólares a ser distribuidos para los múltiples gastos del hogar.

Otro aspecto es que, la falta de tiempo de los padres sumado a la comodidad y facilidad de compra en cuanto a comida hace que las familias no tengan una cultura de consumo responsable o hábitos alimenticios saludables; un claro ejemplo es durante los fines de semana, ya que al ser el único tiempo disponible en familia, la mayor parte prefiere practicar algún deporte, se van de paseo o viaje, etc.; y a la hora de almorzar o merendar lo más rápido y propicio en ese momento es comprar comida chatarra o comida rápida. Aspecto que se considera importante para enfrentar problemas de salud ya que la comida rápida por su alto contenido en grasa y azúcar no permite alcanzar la fuerza y estabilidad en cuanto a nutrientes que requiere el cuerpo. En conclusión se puede decir que, para gozar de buena salud no solo es necesario realizar o practicar algún deporte, sino que debe ir siempre acompañada de una alimentación nutritiva que permita cuidar la salud de manera integral.

Es relevante mencionar que existe una marcada preferencia en los niños hacia la comida rápida como pollo frito, salchipapas, hamburguesas y el infaltable arroz que forma parte de la base de la dieta de los quiteños y los ecuatorianos en general. La red de comida rápida KFC es el líder indiscutible dentro de las preferencias de los niños y las familias, esto se debe a la suma de muchos factores que en conjunto hacen de esta cadena de restaurantes la líder en nuestra ciudad; este tipo de establecimientos se valen principalmente del sabor de su comida, una gran variedad de promociones, promociones dirigidas especialmente para el consumidor infantil, precios, infraestructura y efectivas estrategias de publicidad que han ido creando fidelidad en el consumidor a través de los años. En este punto es importante rescatar que de acuerdo a la encuesta los niños también consumen mucha fruta, esto en algo contrarresta esa tendencia de consumir comida no saludable, gracias a la ubicación privilegiada de nuestro país contamos con una gran variedad y cantidad de frutas durante todo el año y a precios razonables.

Para el consumidor, después de la higiene, el aspecto que considera más importante es el sabor de los alimentos, sin duda la comida rápida posee mejor sabor que los

alimentos sanos y nutritivos, razón por la que las personas se inclinan y prefieren consumirlos.

Por otro lado es bueno encontrar en los resultados que la mayoría de padres realiza o promueve actividad física con sus niños y por consiguiente es una medida muy importante para combatir el sobrepeso y la obesidad en nuestros infantes, al mismo tiempo que se fomenta el deporte en los niños como un buen hábito de salud física y mental; adicionalmente, se detecta que los niños pasan mucho tiempo frente al televisor ya sea con los videojuegos o viendo la programación regular, durante este tiempo los niños se ven expuestos a la publicidad que promueve el consumo de comida no saludable, la mayoría de los encuestados considera que la publicidad juega un papel importante en la decisión de compra y es responsabilidad de los padres dar una buena orientación con respecto a los efectos que la publicidad produce en las mentes de sus niños para que desde pequeños se formen como consumidores reflexivos y responsables.

De acuerdo a la encuesta el 35% de las madres dicen tener niños con problemas de peso, este porcentaje tiene relación con las cifras oficiales que se manejan a nivel de Estado de acuerdo a la ENSANUT-ECU 2011-2013 que nos dice que 30 de cada 100 niños en el Ecuador tienen problemas de sobrepeso y obesidad; si bien es cierto, de acuerdo a los números, la mayoría de niños no sufre de estos problemas, no deja de ser una estadística preocupante.

El grupo mayoritario de personas encuestadas considera tener una alimentación saludable, sin embargo es necesario establecer una diferencia entre comida casera y comida nutritiva, las madres pueden pensar que están dando a sus hijos comida sana sin tomar en cuenta las recomendaciones de una dieta saludable, balanceada y en las cantidades recomendadas para el buen funcionamiento del organismo.

Las madres son las que tienen la decisión de compra en lo que respecta a la adquisición de comida para la familia, representan el grupo al que definitivamente hay que dirigir las estrategias para fomentar el consumo responsable de alimentos; de acuerdo a los resultados obtenidos, la televisión, el radio y las charlas informativas serían los mecanismos más efectivos para trabajar y establecer estrategias.

Ante lo expuesto, se puede decir que una familia activa es igual a una familia sana y unida, y que la manera en que deben enseñar los padres a sus hijos es a través del ejemplo, ya que para lograr que los pequeños de la casa sean personas activas, que disfruten de los deportes, los ejercicios físicos y vivan saludablemente, es necesario que los padres se involucren por completo planeando actividades físicas en las que participe toda la familia, así no solo conseguirán inculcar buenos hábitos en los niños sino que también contribuirán a una comunicación más directa con ellos.

Una interrogante dentro de las encuestas realizadas pretendía saber si las familias Quiteñas promovían o realizaban algún deporte, la respuesta que se obtuvo es que alrededor de un 75% de las madres encuestadas contestaron que efectivamente practican algún deporte, lo que significa que cuando los niños practican actividad física desde muy temprana edad, se desarrollan de mejor forma, sus músculos y huesos crecen más fuertes, mantienen un peso saludable y también se evita la obesidad infantil, del mismo modo disminuyen los riesgos de tener alguna enfermedad a futuro.
Finalmente creemos que, el principal objetivo que deben buscar los padres dentro de toda la actividad física con sus niños es conservar siempre la diversión.

4.2 Propuesta de Mecanismos de Solución

Mecanismos para fomentar una Cultura de Consumo responsable en el Distrito Metropolitano de Quito.

Dentro del presente proyecto lo que se pretende es incentivar a los padres de familia, de 100 escuelas fiscales del Distrito Metropolitano de Quito, a cambiar sus hábitos alimenticios y estilos de vida a través de charlas nutricionales impartidas en los centros educativos en donde estudian sus niños.

Se busca que la alimentación de los miembros del hogar sea más sana y nutritiva para evitar en un futuro problemas de sobrepeso y obesidad infantil. Esta propuesta pretende educar a los padres de familia en cuanto al consumo equilibrado de

alimentos poniendo a su disposición la información necesaria tanto directa como material informativo con el fin de que lleven al hogar la idea de que una alimentación saludable ayuda a mejorar la calidad de vida.

Para la aplicación del programa hemos escogido a los niños comprendidos desde los 6 a los 10 años, ya que es un grupo muy vulnerable tomando en cuenta que en esta edad los niños se ven obligados a separarse de sus padres para ir a la escuela; adicionalmente, se debe considerar que tanto el padre como la madre trabajan y que por lo general otras personas se quedan al cuidado de los niños.

Considerando este escenario, se puede señalar que la alimentación de los niños depende de terceros e incluso en ocasiones depende del criterio de los mismos niños. Claro está que en un futuro se espera ampliar este programa y empezar con la educación alimenticia para los niños desde los primeros meses de vida.

Se ha tomado como referencia la información recolectada en la ENSANUT, en donde habla del estado nutricional de la población escolar de (de 5 a 11 años), rango en el que se encuentran los niños que estamos tomando en cuenta para aplicar el programa.

> La población indígena sigue siendo la más afectada por el retardo en talla y es casi tres veces más alta (36.5%) con respecto a los demás grupos étnicos del país. Mientras que la población mestiza, blanca u otra es la más afectada por sobrepeso/obesidad (30.7%).
>
> Cuando se desagrega la información por quintil económico, se determina que los escolares del quintil más pobre tienen la mayor prevalencia de retardo en talla (25.1%), en comparación con los escolares del nivel económico más rico (8.5%); mientras que la prevalencia del sobrepeso y obesidad muestra un comportamiento opuesto
>
> Es decir, los escolares del quintil más rico presentan la mayor prevalencia de sobrepeso y obesidad (41.4%), en comparación con los

escolares del quintil más pobre (21.3%). (Ministerio de Salud Pública e Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2011 - 2013).

Programa de Alimentación Escolar (PAE). Ministerio de Educación

El PAE, administrado por el Ministerio de Educación, proporciona desayunos y almuerzos a niños de escuelas públicas urbano-marginales y rurales.

Desde 1987 el Estado Ecuatoriano aplica programas de nutrición en las escuelas como parte del Ministerio de Educación y Cultura (MEC). Esta iniciativa comenzó bajo la modalidad de colación escolar (1987-1993). En febrero de 1995 el gobierno del Ecuador suscribe con el Programa Mundial de Alimentos (PMA) el Plan de Operaciones del Proyecto ECU3069 Ampl.1 "Programa de Colación Escolar para Mejorar la Enseñanza Básica en Zonas Prioritarias".

Adicionalmente, en mayo del mismo año se suscribió con el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), el Documento de Proyecto ECU/94/017 "Programa de Colación Escolar para Mejorar la Educación Básica en el Ecuador", como componente de asistencia técnica.

El Programa de Alimentación Escolar atiende los 200 días del período escolar con alimentación para niñas y niños de 3 a 4 años de edad de educación inicial; y niñas, niños y adolescentes entre 5 y 14 años de edad de Educación General Básica (EGB) de instituciones educativas públicas, fiscomisionales y municipales de las zonas rurales y urbanas.

El propósito del Programa es brindar de manera gratuita servicios de alimentación escolar, en respuesta a una política de Estado que contribuye a la reducción de la brecha en el acceso a la educación y al mejoramiento de su calidad y eficiencia, y a su vez también mejora el estado nutricional de los estudiantes.
El Ministerio de Educación, mediante el Proyecto Educación Inicial de Calidad con Calidez, trabaja en pro del desarrollo integral de niños y niñas menores de 5 años, atiende su aprendizaje, apoya su salud y nutrición, y promueve la inclusión, la

interculturalidad, el respeto y cuidado de la naturaleza, y las buenas prácticas de convivencia.

El Reglamento de aplicación a la Ley de Educación Intercultural de 2012, en el Artículo 27, define qué nivel de Educación Inicial se divide en dos (2) subniveles:

- Inicial 1, no es escolarizado y comprende a infantes de hasta 3 años de edad.
- Inicial 2, comprende a infantes de tres (3) a cinco (5) años de edad.

El desayuno escolar, que en muchos de los casos es la primera comida del día, brinda a los estudiantes el 90% de las necesidades energéticas y cubre al 85% el requerimiento de proteína para el día. La preparación y el servicio de los alimentos se organiza a través de un esquema de corresponsabilidad organizada en Comisiones de Administración Escolar (CAE), integradas por un docente y cinco padres de familia.

El desayuno para educación inicial está compuesto de una colada fortificada de sabores y galleta rellena y el desayuno para estudiantes de educación general básica comprende cinco productos: colada con fortificada de sabores, galleta tradicional, galleta rellena, barra de cereal y granola en hojuelas, mientras que el refrigerio para educación general básica consiste en 200 ml en envase tetra pack de leche de sabores y entera.

El Ministerio de Educación es responsable de establecer las necesidades y características de la demanda de la alimentación escolar.

La Ley de Educación Intercultural determina la obligación del Ministerio de Educación (MEC) y el Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES) de definir políticas para el fortalecimiento y desarrollo de la educación inicial, 0 a 5 años. Su disposición indica que: “Se necesita dejar de lado la mirada de la educación como instrumento de dominación para que pase a promover el desarrollo de todas las dimensiones del ser humano. Para esto se requiere de un proceso de formación a temprana edad. Lo que implica que los centros infantiles asumen con responsabilidad la educación de los niños y que el Estado se encargaría de regularlos”.

Según la Asambleísta, Gioconda Saltos, las facilidades de los centros infantiles privados permiten un servicio de calidad. En cambio, los padres de familia con una realidad económica diferente no tienen para ofrecer esta educación de calidad a sus hijos.

Frente a esto, la normativa encarga al MIES y al MEC la creación de políticas que beneficien la educación de los niños de 0 a 5 años de edad.

MIES y MEC caminan juntos

Esta normativa fue aprobada en este año 2014 y responsabiliza la atención y cuidado al Ministerio de Inclusión Económica y Social de los infantes desde los 0 hasta los 3 años de edad. Mientras que desde los 3 hasta los 5 años la responsabilidad está a cargo del Ministerio de Educación por medio de la Dirección Nacional de Educación Inicial.

Con estos antecedentes, la razón por la que se toma en consideración al MIES como respaldo institucional para el presente proyecto se basa en que el Ministerio de educación proporciona una alimentación escolar adecuada a los niños y niñas de educación inicial y básica tomando como prioridad las instituciones públicas de bajos recursos, mientras que este proyecto lo que pretende es educar y concientizar a los padres de familia sobre la importancia que tiene una alimentación sana y nutritiva para sus niños; así como incentivar a tener una cultura de consumo responsable.

Objetivo de la propuesta de intervención:

Realizar un programa Escolar con el fin de proponer una guía de alimentación más sana y nutritiva a los padres de Familia de 100 escuelas Fiscales de la Ciudad de Quito.

Presentación.

Lo que se pretende es llegar a los padres de familia con información sobre la importancia de tener una adecuada alimentación que les permita a los pequeños del hogar crecer saludablemente; una manera de llegar a los miembros del hogar en

especial a las madres de familia es en las instituciones académicas donde estudian sus niños.

Para lograr este propósito detallamos las actividades a realizar:

1. Buscar ayuda profesional de una nutricionista con el fin de diseñar una guía que contenga información y consejos que necesitan saber los padres de familia para alimentar a sus hijos y el resto de la familia.

Detalle de la Actividad

Después de realizar previa cita con un especialista, se contactó a la Dra. Grace Reyes, es una profesional experta en alimentación, nutrición y dietética, sus estudios se centran en las propiedades y características de los alimentos y su interacción con el hombre en su salud y enfermedad.

La cita con la Dra. tuvo una duración de 30 minutos por el valor de $25 dólares, en este lapso se logró tener una pauta con información necesaria que permita elaborar una guía nutricional a base de sus conocimientos, recomendaciones y consejos, guía que será adjuntada y presentada con el oficio dirigido al MIES.

Dra. Grace Reyes
Nutrióloga – Clínica
Dirección: Voz Andes N39-34 entre Diguja y América
Edificio Livenza Medical Center 6to piso Oficina N. 606
Teléfono: 3320020 / 3320022

A continuación presentamos la guía necesaria para conocimiento de los padres de familia que se elaboró con el apoyo de la Dra. Grace Reyes.

GUIA NUTRICIONAL

Plan de alimentación que ayudará a los niños a crecer y verse bien.

Tabla 1. Guía de Alimentación

ALIMENTOS	CANTIDAD POR DIA	1 PORCION ES IGUAL A
LACTEOS DESCREMADOS Aportan vitaminas, calcio y vitaminas A y B	3 PORCIONES	• 1 Taza de Leche • 1 Vaso de yogurt • 1 rebanada o trozo de queso
PESCADO CARNE Y HUEVOS Aportan proteínas, hierro, zinc	1 PORCIONES	• 1 pedazo de pescado • 1 presa de pollo o pavo sin piel • Carne en bistec, a la plancha o asado • 1 huevo • 1 taza de legumbres
VERDURAS Vitaminas A y C, antioxidantes y fibra dietética	3 PORCIONES	• 1 plato de lechuga, coliflor o brócoli. • 1 tomate • ½ taza de acelga o espinaca, zanahoria, zapallo
FRUTAS Vitaminas A y C, antioxidantes y fibra dietética	2 PORCIONES	• 1 naranja, manzana, pera • 2 duraznos, kiwis o tunas • 1 rebanada de melón • 1 taza de uvas o cerezas
PAN, CEREALES Y PAPAS Aportan calorías, hidratos de carbono, fibra dietética y proteínas	3 PORCIONES	• 1 rebanada de pan de preferencia integral • 4 galletas • ¾ taza de arroz, fideo o papas cocidas • 1 taza de choclos, habas o arvejas

Nota: Guía de Alimentación. Fuente: Dra. Grace Reyes, por: Y. Lasso & P. Mencías, 2014

Sugerencias de Comidas Diarias

Sugerencias de Comidas Diarias

SUGERENCIAS DE COMIDAS DIARIAS

DESAYUNO

1 taza de leche

1 rebanada de pan con queso

1 fruta o jugo de fruta

COLACION

1 yogurt o 1 fruta

ALMUERZO

1 ensalada de lechuga con tomate

1 trozo de pescado, carne o pollo

1 porción de arroz, fideo o papas

ENTRE COMIDA

1 taza de leche o vaso de yogurt o fruta

CENA

1 ensalada

Sopa o guiso de verduras

1 fruta picada.

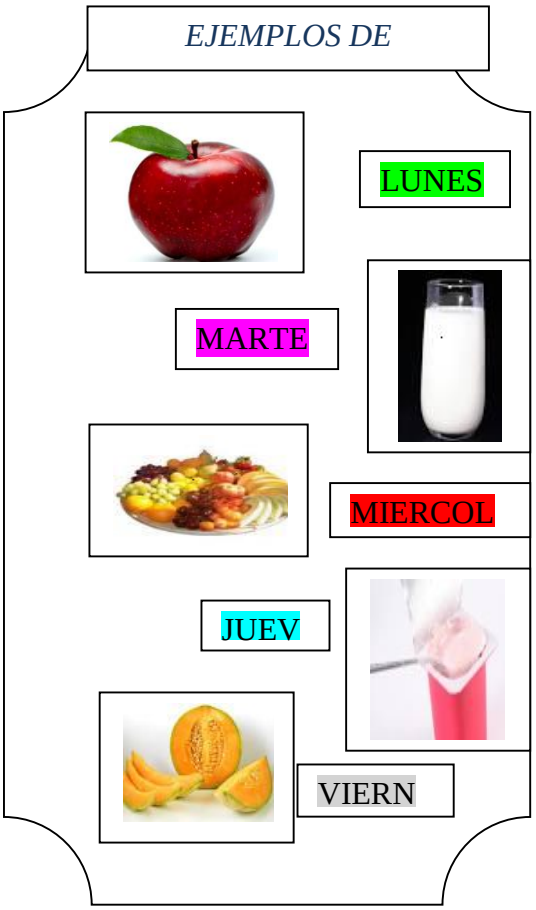


Figura 22. Comidas diarias. Fuente: Dra. Grace Reyes, por: Y. Lasso & P. Mencías, 2014

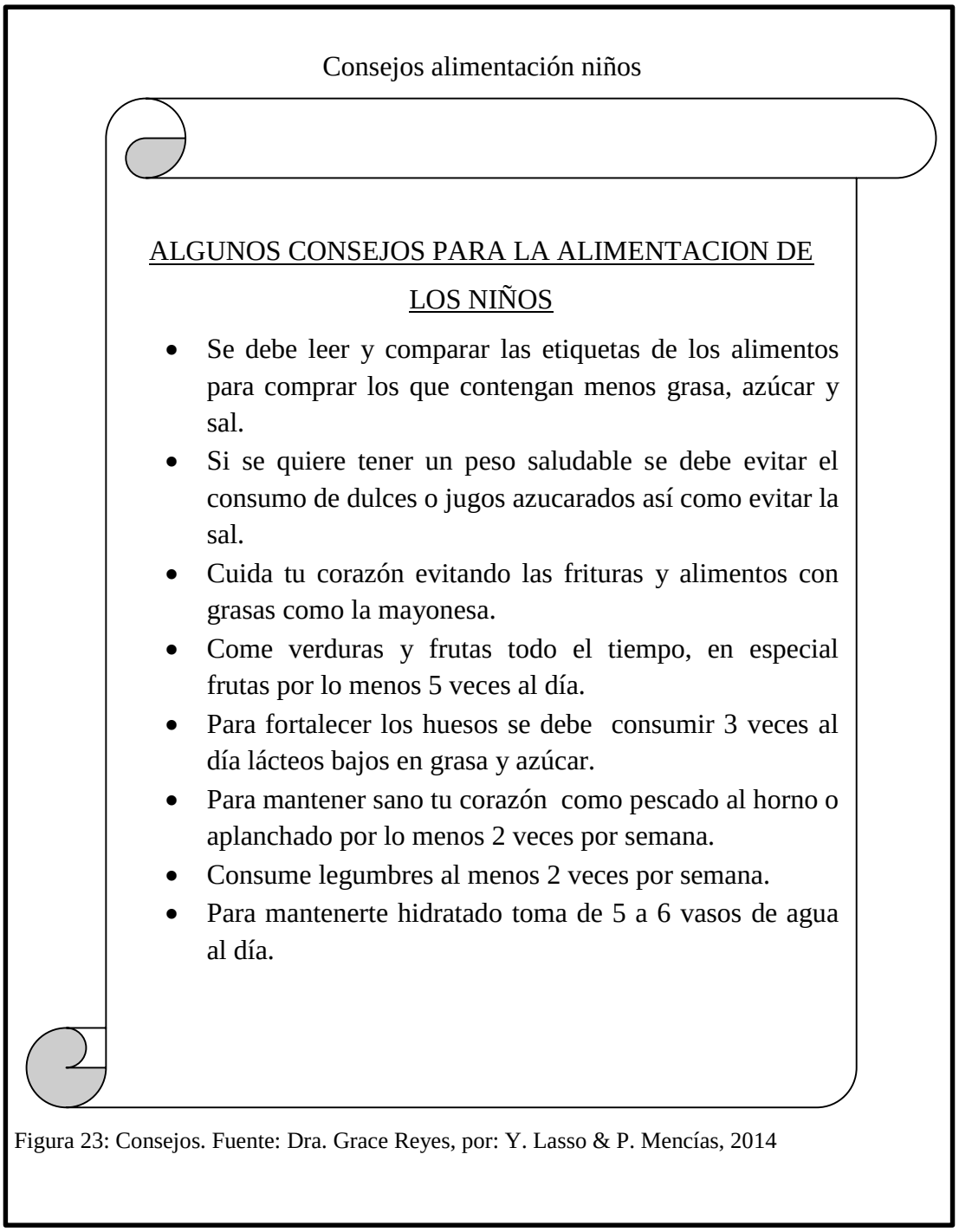


Figura 23: Consejos. Fuente: Dra. Grace Reyes, por: Y. Lasso & P. Mencías, 2014

También, en un niño se debe tomar en cuenta el índice de masa corporal que tiene, ya que el Índice de Masa Corporal (I.M.C.) es una manera sencilla y universal acordada para determinar si un infante tiene un peso adecuado (Ver anexo N°1)

El índice de masa corporal se calcula de la siguiente manera:

Índice de Masa Corporal (IMC) = Peso (en Kg) dividido por la Altura (en metros) al cuadrado.

$$IMC=Kg/m^2$$

¿Qué es? El IMC es un número que se calcula a partir del peso y la altura de una persona, constituye un indicador confiable de la grasa corporal y se utiliza para la detección de las categorías de peso que pueden conducir a problemas de salud.
¿Cómo se usa? Se utiliza como una herramienta de detección para identificar los posibles problemas de peso.

Por qué se utiliza para medir el sobrepeso y la obesidad? El cálculo es uno de los mejores métodos para la evaluación de la población del sobrepeso y la obesidad ya que su uso permite comparar la condición de peso según las personas de la población en general.

2. Para cubrir la muestra seleccionada de las 100 escuelas fiscales, se requiere solicitar la colaboración institucional de la Universidad Católica del Ecuador, con el propósito de que los estudiantes de nutrición de los niveles de octavo y noveno modulo o semestre impartan las charlas nutricionales en los centros educativos, esta actividad con el fin de obtener un aporte adicional que les ayude en las calificaciones al cursar cada módulo (Ver anexo N°2)

Detalle de la Actividad

Se va a visitar la Universidad Católica del Ecuador, específicamente en la Facultad de Enfermería, siendo el lugar en donde se imparte la carrera denominada Nutrición Humana que tiene 40 años sirviendo a la sociedad Ecuatoriana.

En esta carrera los estudiantes obtienen el título de Licenciados en Nutrición Humana, los estudiantes deben cursar 10 niveles para ser profesionales de la rama, dentro del octavo nivel se realizan las pasantías o las practicas pre-profesionales, llamado servicio comunitario, el próximo semestre a iniciarse es de Agosto a

Diciembre 2014 con aproximadamente de 25 a 35 estudiantes (Ver Anexo N°7); con esta información se pretende llegar a la universidad con un memorando dirigido a la Decana de la Facultad Nelly Sarmiento, solicitando a los estudiantes que sean promovidos al noveno nivel para que colaboren impartiendo charlas nutricionales a la muestra tomada de las escuelas fiscales y a su vez puedan obtener una nota o aporte que mejore sus calificaciones.
Adicionalmente, cabe indicar que al memorando se adjuntaría la guía de nutrición elaborada y los temas de las charlas que deberían impartir (Ver anexo N°4).

Facultad de Enfermería
Decana
Nelly Sarmiento
Secretaria
Teléfonos: 2991615 / 2991700 ext 1615
Dirección: Av. 12 de Octubre 1076 y Roca

3. La idea que se pretende llevar a cabo está orientada a cubrir el sector de las escuelas fiscales de la ciudad de Quito, por lo que se requiere conocer el número de establecimientos existentes y en funcionamiento, para poder establecer un cronograma adecuado.

Detalle de la Actividad

De acuerdo a la información publicada en el sitio web del Ministerio de Educación, existen 413 escuelas en el sector urbano y 258 escuelas rurales en el DMQ (Ministerio de Educación, 2013) (Ver Anexos N°8 y N°9), se tomará el 15% del total, es decir 100 escuelas, como muestra para aplicar la presente propuesta bajo la figura de proyecto piloto, se considera porcentaje considerable para saber la viabilidad del proyecto y sobre la base de los resultados obtenidos lo que se pretende es que se pueda implementar al resto de instituciones educativas en un futuro.

Entonces, con el número de escuelas fiscales y el número de estudiantes de las universidades se ha elaborado un cronograma de actividades. La propuesta se pretende implementar charlas bimensuales, se ha contemplado impartir estas charlas

en un periodo de 9 meses desde el mes de Septiembre del año 2014 a Mayo del 2015 distribuidas entre Norte Urbano, Sur Urbano y Periferias (Ver Anexo N°10).

Este tiempo, de acuerdo a profesionales de la salud, es adecuado para medir resultados, para esto es necesario aplicar el IMC a los niños de las escuelas seleccionadas aleatoriamente antes y después de implementar el programa para determinar un punto de comparación y saber si se obtuvieron los resultados esperados.

4. Una vez que se consolide toda la información incluyendo el cronograma, se presentará la propuesta al Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES), para que conozca el plan y nos brinde tanto respaldo institucional como económico que permita poner en marcha esta idea.

Detalle de la Actividad

Una vez estructurado el proyecto, se preparará un documento que contenga la información detallada sobre: la guía de nutrición, el número y nombre de las escuelas fiscales que se proponen para impartir las charlas, el número de estudiantes pre-profesionales en el área de salud nutricional y el cronograma de actividades.

El primer acercamiento con el MIES será a través de un oficio en el que se adjunte un resumen ejecutivo del proyecto para ponerlo en consideración del Ministerio (Ver anexo N°5); posteriormente, con la respuesta favorable, se hará una presentación completa explicando detalles y alcance del proyecto, el mismo que estará sujeto a las modificaciones que el MIES considere pertinentes.

Se conoce que el Ministerio de Inclusión Económica y Social ha fusionado esfuerzos en una sola estructura con el INNFA (Instituto Nacional del Niño y la Familia) con el objetivo de ser una entidad pública que ejerce rectoría, ejecuta políticas, programas y servicios para la inclusión social y atención durante el ciclo de vida con prioridad en la población infantil, jóvenes, adultos mayores, personas con discapacidad, entre otros.

Actualmente, el MIES realiza varios programas en beneficio de la niñez y al cumplir cada proyecto toma en cuenta la edad de los niños con el fin de cumplir con éxito los propósito planeados, en este sentido se considera apropiado dirigirse al programa denominado "CRECIENDO CON NUESTROS HIJOS" ya que su principal misión es alcanzar el desarrollo infantil integral.

El oficio se dirigirá a la Ministra de Inclusión Económica y Social Doris Solís Carrión y a la Viceministra de Inclusión, Ciclo de vida y Familia Verónica Dávalos.

MIES - Planta Central
Contacto: Doris Solís Carrión
Dirección: Robes E333 y Ulpiano Páez
Telefonos: 3983000 / 3983100
Mail: ris@mies.gob.ec
Horario de atención: Lunes a Viernes de 8:00 a 17:00

Con el presente proyecto, lo que se busca obtener del MIES es su respaldo tanto institucional como financiero, por lo que a más del oficio para dar a conocer la idea del proyecto, se incluirá un resumen ejecutivo sobre el contenido y lo más importante se adjuntará el presupuesto que indique el valor para llevar a cabo esta idea (Ver anexos N°3 y N°6).

Presupuesto MIES – Impresión Trípticos

Tabla 2: Presupuesto impresión trípticos

ITEM	CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	52500	Trípticos full color estándar, tamaño A4, impresión tiro y retiro, couche de 150 gr.	0,065	$3.412,50
			SUBTOTAL	$ 3.412,50
			IVA 12%	$ 409,50
			TOTAL	**$ 3.822,00**

Nota: Presupuesto. Trípticos, por: Y. Lasso & P. Mencías, 2014

Finalmente se puede decir que, se puede llevar a cabo este proyecto con éxito y a un bajo presupuesto, el elaborar esta idea implica educar a las familias quiteñas de lo importante que es el tener una vida activa y saludable, lo que se pretende es concientizar a los padres de familia y niños a cambiar sus costumbres y los malos a hábitos alimenticios que existen actualmente.

Tabla 3: Presupuesto Autoras

PRESUPUESTO			
DESCRIPCION	**CANTIDAD**	**VALOR UNITARIO**	**VALOR TOTAL**
1. ELABORAR LA GUIA NUTRICIONAL			
Cita con la Nutricionista	1 cita	25,00	25,00
Internet	1 hora	0,70	0,70
impresión de la guía	1 guia	0,30	0,30
2. OFICIO PARA LA UNIVERSIDAD CATOLICA			
Oficio	2 hojas	0,10	0,20
temas de las charlas	1 hoja	0,10	0,10
impresión de la guía	1 guia	0,30	0,30
Internet	1 hora	0,70	0,70
3. OFICIO AUTORIZACION ESCUELAS			
Oficio	2 hojas	0,10	0,20
temas de las charlas	1 hoja	0,10	0,10
impresión de la guía	1 guia	0,30	0,30
Internet	1 hora	0,70	0,70
4. OFICIO Y PROYECTO PARA EL MIES			
Oficio	2 hojas	0,10	0,20
Resumen ejecutivo del proyecto	5 hojas	0,20	1,00
impresión de la guía	1 guia	0,30	0,30
Internet	1 hora	0,70	0,70
TOTAL			**30,80**

Nota: Presupuesto. Autoras, por: Y. Lasso & P. Mencías, 2104

Sobrepeso y Obesidad Infantil en relación a los bares escolares

Información relevante

En un evento interinstitucional realizado entre los ministerios Coordinador de Desarrollo Social, Salud, Educación y la Secretaria Nacional del Buen Vivir se presentaron acciones coordinadas para mejorar la salud del sector estudiantil. Este acuerdo se orienta a que los estudiantes opten por una mejor alimentación, lo que busca es promover prácticas alimentarias saludables (promoviendo el consumo de frutas, verduras, agua segura y alimentos tradicionales) en el sistema nacional de educación; priorizar actividades de prevención y promoción de la salud al interior de las instituciones educativas y fomentar prácticas de vida saludable.

La Ministra de Salud, Carina Vance, resalta la importancia del acuerdo ya que permitirá controlar los productos y alimentos que se expenden en los bares, para que los estudiantes tengan una alimentación más saludable.

El acuerdo incluye normas propuestas por el Ministerio de Salud con el objetivo de fomentar el consumo de alimentos sanos y bajar las cifras de obesidad y consumo de comida chatarra entre los estudiantes. Según datos del Ministerio el 22% de niños y adolescentes sufren de obesidad. También indican que, el 70% de la oferta de productos que tienen los bares corresponde a los denominados snacks o comida chatarra. Pero se debe considerar que, algunos de los administradores de los bares escolares aseguran que el ofrecer alimentos nutritivos no dejaría ganancia ni agrado a los estudiantes y que no podrían dejar de vender salchipapa o gaseosas porque es lo que más solicitan los alumnos a la hora de comer.

Lamentablemente, a pesar del acuerdo ministerial y los controles existentes, no se ha podido erradicar el sobrepeso y la obesidad infantil, debido a que hay muchos bares escolares que no cumplen con disposiciones legales y aún expenden comida chatarra o perjudicial para la salud.

Ante lo expuesto, se debe confiar en que los ministerios encargados continuarán vigilantes para multar y castigar a todos los centros educativos que incumplan con las normas y disposiciones establecidas, este proceso con el fin de que, con el paso del tiempo se disminuyan los casos de sobrepeso y obesidad infantil.

4.2.1 Plan Emergente

Si por alguna circunstancia ajena a nuestra gestión, la presente propuesta no tiene acogida por parte del MIES, se ha contemplado un "plan B" para proponer otro plan de acción a ser trabajado de manera conjunta con la empresa privada, el mismo que se detalla a continuación:

Campaña de concientización sobre la importancia que tiene una buena alimentación en los niños y la familia a través de clases demostrativas de cocina en cadenas de supermercados.

Presentación de la Propuesta

Se presentará a una cadena de supermercados una propuesta que consiste en establecer un programa de promoción de comida saludable, el mismo que debe contemplar recetas para niños y para la familia en general y que adicionalmente se apegue al concepto de cuidar el presupuesto familiar. El cronograma se establecerá de acuerdo a los días en los que se promocionen los descuentos de carnes, frutas, legumbres y lácteos.

Este programa se desarrollará en una estación de cocina móvil manejada por un chef que goce de reconocimiento público, que pueda interactuar con los clientes al preparar comida en ese instante junto a ellos haciendo énfasis en platillos de comida sana.

Se programarán una serie de intervenciones en los diferentes locales y al final del programa como incentivo para los clientes, las personas que hayan asistido como

mínimo al 80% de las clases en vivo se llevarán un Recetario autografiado por el mismo chef, que incluirá alimentos preparados durante el programa.
Este libro también contendrá información sobre los beneficios de ciertos productos, consejos que resaltan la importancia de tener un ambiente familiar adecuado, con buenas costumbres que permita a los padres guiar y formar a sus niños de la mejor manera.

Las autoras serviremos como fuente de información para el/los supermercado/s ya que se cuenta con la información recolectada y analizada durante la investigación, los recursos económicos necesarios para poner en marcha este programa, serán aporte enteramente de la empresa, siendo nuestra responsabilidad la gestión, coordinación y compañía durante el programa de inicio a fin.

Objetivo

Crear conciencia en el consumidor sobre una alimentación balanceada y buenos hábitos alimenticios poniendo a disposición del consumidor la información necesaria en el lugar mismo donde generalmente se adquiere la comida para el hogar, los supermercados.

Actividades

Es necesario establecer un proceso lógico y ordenado, definiendo actividades y recursos, es importante resaltar que se le presentará la propuesta a las cadenas de supermercados con la finalidad de que la acojan y la implementen obteniendo así dos beneficiarios:

*La empresa. Desde el punto de vista económico, ya que estará promoviendo el consumo de los productos que oferta en sus instalaciones; y, desde el punto de vista de responsabilidad social, mejorará la imagen que la empresa tiene ante la sociedad ya que estará haciendo una importante contribución para preservar la salud de la población.

*La sociedad. Es la principal beneficiaria, ya que a través de estas campañas de promoción y publicidad tendrá acceso a importante información que servirá para crear una conciencia de consumo de alimentos saludables y nutritivos.
A continuación se presentan las actividades a desarrollarse:

1. Preparar junto al chef un cronograma para establecer los días de visita a cada local, las recetas que se van a preparar y por consiguiente asignar los recursos necesarios para cada actividad.

2. Presentar y formalizar el acuerdo con la contraparte (supermercado) para dar inicio a las actividades propias del programa.

3. Diseñar junto con el chef y la empresa el libro de cocina que se entregará al final del programa.

4. Preparar un programa clausura en el/los local/es.

5. Análisis e informe de los resultados obtenidos.

Resultado Esperado

Con esta propuesta se espera llamar la atención de las madres de familia y de quienes están a cargo de la alimentación de los niños, para que aprendan de manos de un experto en cocina cómo preparar alimentos saludables, balanceados y sobre todo ricos en sabor para que sean del agrado de los más pequeños en casa. Es importante mencionar que el resultado del programa se medirá tomando en cuenta el número de madres que iniciaron vs. el número que terminarían el programa.

Tabla 4: Presupuesto Plan Emergente

CONCEPTO	CANT. ESTIMADA LOCALES	CANT. ESTIMADA PARTICIPANTES TALLERES COCINA	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Folletos /Recetarios	15	100	$ 0.25	$ 375.00
Programa clausura	15	100	$ 1.50	$ 2,250.00
			TOTAL	$ 2,625.00

Nota: Presupuesto. Plan Emergente, por: Y. Lasso & P. Mencías, 2014

CONCLUSIONES

1. La situación económica que actualmente enfrentan los ciudadanos del Distrito Metropolitano de Quito hace que los pilares de la familia como papá y mamá se vean obligados a trabajar, lo que implica el tener un estilo de vida agitada y con poco tiempo para alimentarse sanamente y realizar deporte.

2. El ambiente familiar influye mucho en los hábitos alimenticios y en el estado de salud de los más pequeños ya que los padres son los responsables de las primeras experiencias con alimentos de sus hijos y tienen el poder de formar las preferencias y gustos por los alimentos.

3. La falta de tiempo y la facilidad de compra hace que las familias en su mayoría consuman una vez por semana comida rápida o fácil de preparar sin tomar en cuenta hábitos alimenticios saludables.

4. El comer sano no es parte de la alimentación diaria de las familias por las múltiples tareas que se deben desarrollar durante el transcurso de la semana.

5. En cuanto a la alimentación, la madre de familia es quién tiene finalmente la decisión de compra, aunque en ocasiones influyen los gustos y preferencias de los niños, de ella depende que es lo que se debe o no se debe comprar para el hogar.

6. Los establecimientos de comida rápida preferida son el KFC y el MC Donald´s, por su precio y sabor en cuanto a la comida que ofertan, destacándose notablemente la lealtad que los consumidores han desarrollado por la cadena KFC. También, cabe indicar que las familias prefieren comer fuera de casa en lugares cercanos en donde expendan los platillos según sus gustos y preferencias.

7. El consumidor de comida rápida da importancia a la higiene y la calidad de los productos, sin embargo después de estos dos aspectos fundamentales está el buen sabor característico de la comida no saludable.

8. El consumidor destina una considerable cantidad de dinero de sus ingresos mensuales, siendo el rango de $1 a $40 el más común.

9. A pesar de la sociedad sedentaria en la que vivimos, los niños realizan actividad física después de cumplir con sus tareas, especialmente los fines de semana en familia.

10. A parte de la actividad física, los niños destinan una buena parte de su día a los videojuegos.

11. Los consumidores de comida chatarra están conscientes de los perjuicios que puede producir, a pesar de aquello la gente sigue consumiendo debido a su buen sabor y gran gama de precios que se encuentra en el mercado.

12. El 35% de las madres encuestadas en el Distrito Metropolitano de Quito, manifiestan tener niños con problemas de sobrepeso y obesidad, valor que coincide con los resultados de ENSANUT que a nivel nacional existen 30 de cada 100 niños sufren de estos problemas.

RECOMENDACIONES

1. Tomar el tiempo que tienen los padres durante el fin de semana para compartir con sus niños realizando deporte y alimentándose saludablemente, significa que, los padres por sus múltiples labores no necesariamente deben dar cantidad sino calidad de tiempo.

2. Los padres son el modelo a seguir de los niños, sus hábitos y comportamientos en cuanto a la alimentación se transmitirán de manera voluntaria influyendo en la salud de los niños, por lo tanto son quienes deben fomentar el gusto por los alimentos más sanos y nutritivos desde la más tierna infancia. Por ejemplo, si los padres no consumen frutas y verduras de forma habitual, sus hijos tampoco lo harán.

3. Tener presente lo que significa comer sano, tratando de alimentarse adecuadamente para prevenir enfermedades , no hacer una costumbre el alimentarse fuera de casa porque no se conoce como son preparados los alimentos y tomar en cuenta el momento de comprar en el supermercado la cantidad de grasa o azúcar que puede contener un determinado artículo.

4. Los padres de familia podrían enseñar a sus hijos a comer sana y nutritivamente a través de la colación que les envían en sus loncheras cuando van a la escuela, pueden incluir frutas o alimentos que ayuden en su salud.

5. Las madres de familia pueden prevenir el sobrepeso y la obesidad en sus niños a través de una alimentación y hábitos alimenticios adecuados, es decir, aumentar el consumo de frutas y verduras, legumbres, cereales, etc., no deben comprar productos ricos en grasa y azúcar porque es perjudicial para la salud. Deben procurar inclinarse a preparar alimentos en casa nutritivos en lugar de comprar comida rápida o ya elaborada.

6. No consideramos perjudicial visitar una vez al mes establecimientos como KFC o MC Donald´s para apreciar algunas de las opciones que ofrecen en cuanto a comida, pero si se torna una costumbre el acudir a estos lugares en forma frecuente podría causar serios problemas en la salud.

7. Es importante fomentar una verdadera cultura gastronómica que combine buen sabor, amplia gama de platillos, nutrición y salud; la comida sana no necesariamente debe ser insípida, con la información correcta se puede ofrecer a los niños una gran variedad de comida que les resulte atractiva pero que a la vez esté balanceada con todos los componentes necesarios para asegurar el bienestar de los más pequeños y de la familia en general.

8. Las familias o las cabezas de hogar deben organizar y distribuir su presupuesto para que éste sea empleado en cosas beneficiosas, en los casos más extremos las familias destinan un porcentaje importante de sus ingresos mensuales para la compra de comida chatarra.

9. Los padres deben fomentar la actividad física en los niños, es necesario que los padres den ejemplo a sus niños practicando deporte periódicamente e inviten a sus hijos a compartir ese tiempo, existe una alta probabilidad de que los niños repliquen las costumbres de sus padres y consecuentemente los apliquen hasta su vida adulta.

10. Controlar lo que los niños hacen durante el día, especialmente en su tiempo libre, es necesario reducir al máximo el tiempo que los niños pasan frente al televisor tanto por los contenidos como por la falta de actividad física que este mal hábito produce.

11. Fomentar una cultura de consumo de alimentos responsable; con lo que se puede crear una conciencia real de los perjuicios que la ingesta de comida rápida provoca en la salud, dando valor al aporte nutricional.

LISTA DE REFERENCIAS

Asamblea Constituyente. (20 de octubre 2008. RO 49). Constitución Política del Ecuador. Quito.

Asamblea Nacional. (25 de junio 2013. RO 22). Ley Orgánica de Comunicación. Quito.

Baeza, M., Benito, M. P., & Simón, M. J. (2009). Alimentación y nutrición familiar. Madrid: Editex.

Bastos Boubeta, A. I. (2006). Fidelización del Cliente. Vigo - España: Ideaspropias Editorial.

Biggs, N. (1651). Medical Practitioner and Social Reformer . fl.

Breé, J. (1995). Los niños, el consumo y el marketing. Barcelona: Editorial Paidós.

Congreso Nacional. (10 de julio 2000. RO 116). Ley Orgánica de Defensoría del Consumidor. Quito.

Fernández García, R. (2009). Responsabilidad Social Corporativa. Alicante - España: Editorial Club Universitario, pag. 17.

Ferreira González, L. (2007). Clasificación del sobrepeso y la obesidad.

Freire, W., Ramírez, M. J., Belmont, P., Mendieta, M., Silva, K., Romero, N., y otros. (2013, pag. 37). Ministerio de Salud Pública. Recuperado el 22 de Enero de 2014, de http://instituciones.msp.gob.ec/images/Documentos/varios/ENSANUT.pdf

Kotler, P., & Lane Keller, K. (2006). Dirección de Marketing. México: Pearson Educación. Pag. 24-25.

Márquez, M. F., & Fernández de Gamboa, A. (2013). Composición Nutrimental. Recuperado el 05 de 11 de 2013, de http://composicionnutrimentalcomidachatarra.wikispaces.com/

Ministerio de Educación. (2013). Recuperado el 22 de 05 de 2014, de http://www.reportes.educacion.gob.ec:8085/index.aspx

Ministerio de Salud Pública e Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2011 - 2013). ENCUESTA NACIONAL DE SALUD Y NUTRICIÓN. QUITO.

MINISTERIOS DE EDUCACIÓN Y SALUD PÚBLICA. (13 de diciembre 2010. RO Suplemento 343). Reglamento de bares escolares del sistema nacional de educación. Quito.

Organización Mundial de la Salud. (Mayo de 2012). Organización Mundial de la Salud, Centro de Prensa - Notas descriptivas. Recuperado el 21 de Enero de 2013, de http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs311/es/index.html

Peña, M., & Bacallao, J. (2000). La Obesidad en la pobreza. Organización Panamericana de la Salud, 3-11.

Pisabarro, R., Recalde, A., Irrazábal, E., & Chaftare, Y. (2002). Primera encuesta nacional de sobrepeso y obesidad en niños uruguayos. Revista Médica del Uruguay, 24-25.

Rivera Camino, J., Arellano Cueva, R., & Molero Ayala, V. (2009). Conducta del Consumidor Estrategias y Políticas, pag. 58. Madrid: ESIC EDITORIAL.

Rivera Caminos, J., & Sutil Martín, L. (2004). Marketing y Publicidad Subliminal. Madrid - España: ESIC Editorial.

Salas, J., Rubio, M., Monserrat, B., Moreno, B., & SEEDO, G. C. (2007). Consenso SEEDO para la evaluación del sobrepeso y la obesidad y el establecimiento de criterios de intervención terapéutica. Barcelona.

Sánchez, M. P. (2010). Comunicación Empresarial y Atención al Cliente. Madrid: Editex. pag.406-407.

Schiffman, L. G., & Lazar Kanuk, L. (2005). México: Pearson.

Schiffman, L. G., & Lazar Kanuk, L. (2010). México: Pearson.

SENPLADES. (2009-2013). Plan Nacional del Buen Vivir. Quito.

Sociedad Chilena de Nutrición, B. y. (2013). Información al Consumidor sobre alimentos sanos y seguros. Santiago.

ANEXOS

Anexo 1. Índice de Masa Corporal en niños de 3 a 10 años.

3 AÑOS

Índice de Masa Corporal	Categoría
14.3 - 17.3	Peso saludable
Mayor de 17.3 hasta 18.3	Riesgo de sobrepeso
Mayor de 18.3	Sobrepeso

4 AÑOS

Índice de Masa Corporal	Categoría
14 - 16.9	Peso saludable
Mayor de 16.9 hasta 17.8	Riesgo de sobrepeso
Mayor de 17.8	Sobrepeso

5 AÑOS

Índice de Masa Corporal	Categoría
13.8 - 16.8	Peso saludable
Mayor de 16.8 hasta 17.9	Riesgo de sobrepeso
Mayor de 17.9	Sobrepeso

6 AÑOS

Índice de Masa Corporal	Categoría
Menor de 13.7	Por debajo del peso adecuado
13.7 - 17	Peso saludable
Mayor de 17 hasta 18.4	Riesgo de sobrepeso
Mayor de 18.4	Sobrepeso

7 AÑOS

Índice de Masa Corporal	Categoría
Menor de 13.7	Por debajo del peso adecuado
13.7 - 17.4	Peso saludable
Mayor de 17.4 hasta 19.2	Riesgo de sobrepeso
Mayor de 19.2	Sobrepeso

8 AÑOS

Índice de Masa Corporal	Categoría
Menor de 13.8	Por debajo del peso adecuado
13.8 - 17.9	Peso saludable
Mayor de 17.9 hasta 20.1	Riesgo de sobrepeso
Mayor de 20.1	Sobrepeso

9 AÑOS

Índice de Masa Corporal	Categoría
Menor de 14	Por debajo del peso adecuado
14 - 1 8.6	Peso saludable
Mayor de 18.6 hasta 21.1	Riesgo de sobrepeso
Mayor de 21.1	Sobrepeso

10 AÑOS

Índice de Masa Corporal	Categoría
Menor de 14.3	Por debajo del peso adecuado
14.3 - 19.4	Peso saludable
Mayor de 19.4 hasta 22.1	Riesgo de sobrepeso
Mayor de 22.1	Sobrepeso

Anexo 2. Oficio dirigido a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador

Quito, Junio del 2014

Decana
Nelly Sarmiento
UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
FACULTAD DE ENFERMERÍA
Presente.

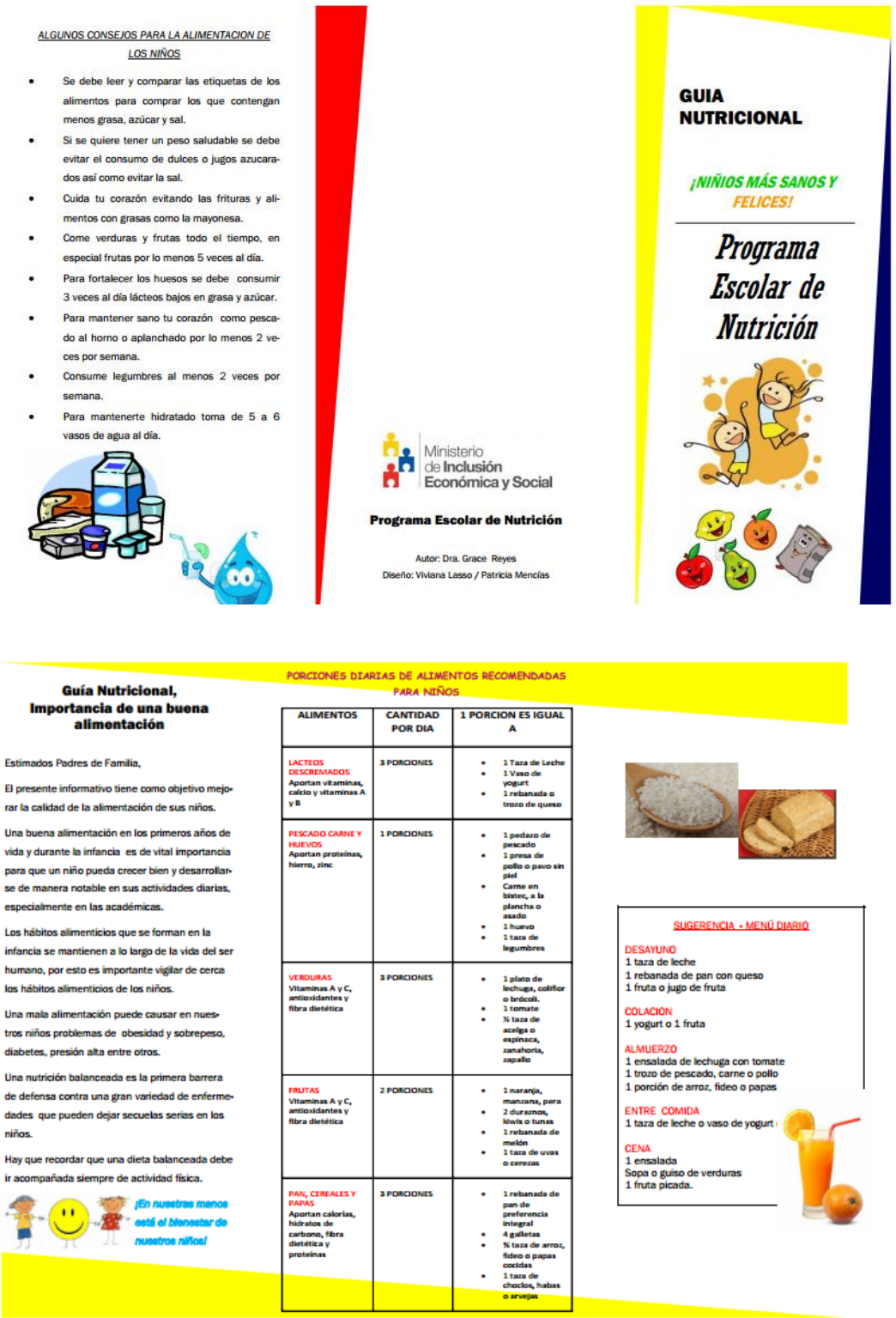
De nuestra consideración.

Por medio de la presente Patricia Mencías y Yessenia Lasso, estudiantes de la Universidad Politécnica Salesiana, quienes pretenden llevar a cabo una propuesta orientada a mejorar la calidad de vida de los hogares en la ciudad de Quito, solicitamos nos autorice el permiso necesario para que 25 estudiantes de la Facultad nos ayuden impartiendo charlas nutricionales en las escuelas fiscales con el fin de concientizar a los padres de familia de la necesidad que tienen los niños de tener buenos hábitos alimenticios. Este servicio social también, con el fin de que los estudiantes alcancen una calificación adicional que ayude a mejorar sus aportes semestrales.
En espera de una acertada respuesta, nos suscribimos.

Atentamente,

Yessenia Lasso Patricia Mencías

Anexo 3. Tríptico.



ALGUNOS CONSEJOS PARA LA ALIMENTACION DE LOS NIÑOS

- Se debe leer y comparar las etiquetas de los alimentos para comprar los que contengan menos grasa, azúcar y sal.
- Si se quiere tener un peso saludable se debe evitar el consumo de dulces o jugos azucarados así como evitar la sal.
- Cuida tu corazón evitando las frituras y alimentos con grasas como la mayonesa.
- Come verduras y frutas todo el tiempo, en especial frutas por lo menos 5 veces al día.
- Para fortalecer los huesos se debe consumir 3 veces al día lácteos bajos en grasa y azúcar.
- Para mantener sano tu corazón como pescado al horno o aplanchado por lo menos 2 veces por semana.
- Consume legumbres al menos 2 veces por semana.
- Para mantenerte hidratado toma de 5 a 6 vasos de agua al día.

Ministerio de Inclusión Económica y Social

Programa Escolar de Nutrición

Autor: Dra. Grace Reyes
Diseño: Viviana Lasso / Patricia Mencías

GUIA NUTRICIONAL

¡NIÑOS MÁS SANOS Y FELICES!

Programa Escolar de Nutrición

Guía Nutricional, Importancia de una buena alimentación

Estimados Padres de Familia,

El presente informativo tiene como objetivo mejorar la calidad de la alimentación de sus niños.

Una buena alimentación en los primeros años de vida y durante la infancia es de vital importancia para que un niño pueda crecer bien y desarrollarse de manera notable en sus actividades diarias, especialmente en las académicas.

Los hábitos alimenticios que se forman en la infancia se mantienen a lo largo de la vida del ser humano, por esto es importante vigilar de cerca los hábitos alimenticios de los niños.

Una mala alimentación puede causar en nuestros niños problemas de obesidad y sobrepeso, diabetes, presión alta entre otros.

Una nutrición balanceada es la primera barrera de defensa contra una gran variedad de enfermedades que pueden dejar secuelas serias en los niños.

Hay que recordar que una dieta balanceada debe ir acompañada siempre de actividad física.

¡En nuestras manos está el bienestar de nuestros niños!

PORCIONES DIARIAS DE ALIMENTOS RECOMENDADAS PARA NIÑOS

ALIMENTOS	CANTIDAD POR DIA	1 PORCION ES IGUAL A
LACTEOS DESCREMADOS Aportan vitaminas, calcio y vitaminas A y B	3 PORCIONES	• 1 Taza de Leche • 1 Vaso de yogurt • 1 rebanada o trozo de queso
PESCADO CARNE Y HUEVOS Aportan proteínas, hierro, zinc	1 PORCIONES	• 1 pedazo de pescado • 1 presa de pollo o pavo sin piel • Carne en bistec, a la plancha o asado • 1 huevo • 1 taza de legumbres
VERDURAS Vitaminas A y C, antioxidantes y fibra dietética	3 PORCIONES	• 1 plato de lechuga, coliflor o brócoli. • 1 tomate • ½ taza de acelga o espinaca, zanahoria, zapallo
FRUTAS Vitaminas A y C, antioxidantes y fibra dietética	2 PORCIONES	• 1 naranja, manzana, pera • 2 duraznos, kiwis o tunas • 1 rebanada de melón • 1 taza de uvas o cerezas
PAN, CEREALES Y PAPAS Aportan calorías, hidratos de carbono, fibra dietética y proteínas	3 PORCIONES	• 1 rebanada de pan de preferencia integral • 4 galletas • ½ taza de arroz, fideo o papas cocidas • 1 taza de choclos, habas o arvejas

SUGERENCIA - MENÚ DIARIO

DESAYUNO
1 taza de leche
1 rebanada de pan con queso
1 fruta o jugo de fruta

COLACION
1 yogurt o 1 fruta

ALMUERZO
1 ensalada de lechuga con tomate
1 trozo de pescado, carne o pollo
1 porción de arroz, fideo o papas

ENTRE COMIDA
1 taza de leche o vaso de yogurt

CENA
1 ensalada
Sopa o guiso de verduras
1 fruta picada.

Anexo 4. Temas de las Charlas Nutricionales

1. ¿Qué es la Nutrición Infantil?
2. Importancia sobre Nutrición Infantil.
3. ¿Cómo alimentar a un niño según su edad?
4. Consecuencias de una mala alimentación
5. Lonchera escolar, que debe llevar un niño para su colación.
6. Sugerencias, Consejos y Ejemplos para una adecuada Nutrición.
7. Cinco maneras de lograr un peso saludable.
    1. Ejercicio
    2. Reducir el tiempo de pantalla.
    3. No distorsionar las porciones en la alimentación diaria
    5. Comer 5 porciones de frutas o verduras al día
    5. No saltarse de la principal comida del día, el desayuno.

Anexo 5. Oficio dirigido al MIES.

Quito, Junio del 2014

Señora
Directora
MINISTERIO DE INCLUSIÓN ECONÓMICA Y SOCIAL
Presente.-

De nuestra consideración.

Por medio de la presente Patricia Mencías y Yessenia Lasso, estudiantes de la Universidad Politécnica Salesiana, solicitamos de manera especial se digne en revisar la presente propuesta para ser implementada como plan piloto en ciertas escuelas fiscales del Distrito Metropolitano de Quito.
El fin de la propuesta es concientizar a los padres de familia de la necesidad que tienen los niños de tener buenos hábitos alimenticios a través de charlas nutricionales impartidas a los padres de familia de los estudiantes de las Escuelas Fiscales y por consiguiente mejorar la calidad de vida de la población infantil.

En espera de su favorable respuesta, nos suscribimos.

Atentamente,

Yessenia Lasso	Patricia Mencías
C.C.	C.C.

Anexo 6. Proformas

Proforma N°1

naranjo valdez
comunicaciones

Quito, 15 de junio del 2014

Estimada
Srta. Yessenia Lasso Yánez
Presente.-

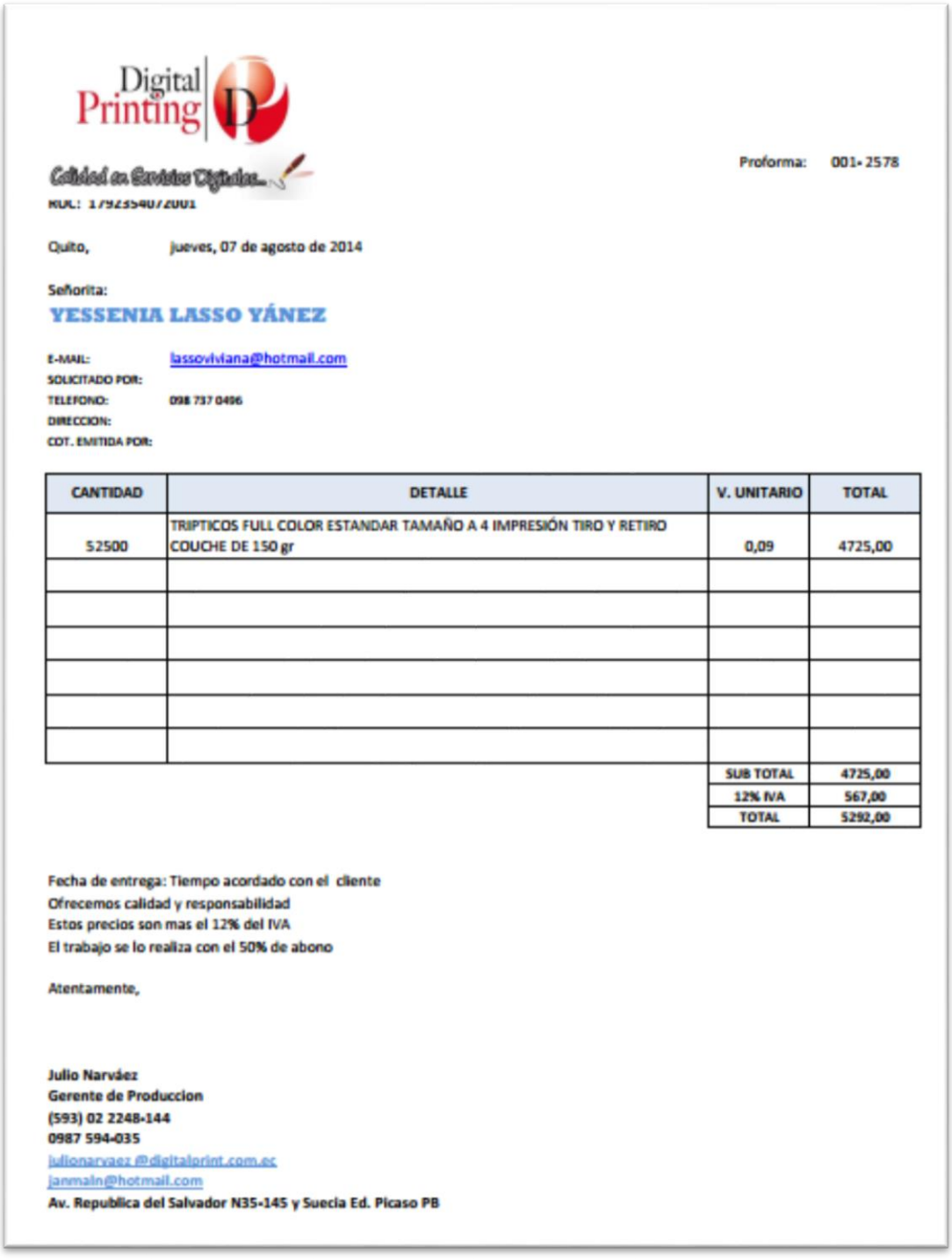
Me dirijo a usted con la intención de ofrecerle la proforma de acuerdo a las especificaciones que requiere. Estamos a sus órdenes para proceder con la realización de su pedido.

ITEM	CANT	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	52.500	Trípticos full color estándar, tamaño A4, impresión tiro y retiro, couche de 150 gr.	$0,065	$3.412,50
			SUBTOTAL	$3.412,50
			TOTAL IVA 12%	$3.822,00

Atentamente,

Ivonne Naranjo
NARANJO VALDEZ COMUNICACIONES
RUC: 1717271637001

Proforma N°2



Digital Printing

Calidad en Servicios Digitales

Proforma: 001- 2578

RUC: 1792554072001

Quito, jueves, 07 de agosto de 2014

Señorita:

YESSENIA LASSO YÁNEZ

E-MAIL: lassoviviana@hotmail.com
SOLICITADO POR:
TELEFONO: 098 737 0496
DIRECCION:
CDT. EMITIDA POR:

CANTIDAD	DETALLE	V. UNITARIO	TOTAL
52500	TRIPTICOS FULL COLOR ESTANDAR TAMAÑO A 4 IMPRESIÓN TIRO Y RETIRO COUCHE DE 150 gr	0,09	4725,00
		SUB TOTAL	4725,00
		12% IVA	567,00
		TOTAL	5292,00

Fecha de entrega: Tiempo acordado con el cliente
Ofrecemos calidad y responsabilidad
Estos precios son mas el 12% del IVA
El trabajo se lo realiza con el 50% de abono

Atentamente,

Julio Narváez
Gerente de Produccion
(593) 02 2248-144
0987 594-035
julionarvaez@digitalprint.com.ec
janmaln@hotmail.com
Av. Republica del Salvador N35-145 y Suecia Ed. Picaso PB

Anexo 7. Listado de Estudiantes

RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA

FACULTAD DE ENFERMERÍA

LISTA DE ESTUDIANTES PARA PROYECTO

"CULTURA DE CONSUMO RESPONSABLE"

No.	NOMBRE ESTUDIANTE	CEDULA DE IDENTIDAD	NIVEL
1	Alta Alta Kaya	1003497144	OCTAVO
2	Andrade Calero Maria Denis	1309328555	OCTAVO
3	Arias Castro Maria Lorena	1722705587	OCTAVO
4	Arias Marciati Karla	1716197894	OCTAVO
5	Arroyo Lasluisa Cristina Vanesa	1718150467	OCTAVO
6	Cadena Gerrero Maria Amparo	1721101838	OCTAVO
7	Cardenas Arguello Luis Alejandro	1722724349	OCTAVO
8	Cortez Cazares Julio Alejandro	1713358719	OCTAVO
9	Cruz Rojas Lino Arturo	603230749	OCTAVO
10	Flores Mena Karen Sofia	1722487731	OCTAVO
11	Jacome Perez Adriana Paola	1717343758	OCTAVO
12	Lopez Carrillo Mishell	1721937520	OCTAVO
13	Luzuriaga Vasquez Ronny	1103122816	OCTAVO
14	Mendez Maldonado Johana Monserrat	1725629479	OCTAVO
15	Navas Davalos Carlos Daniel	1716027022	OCTAVO
16	Pacheco Sánchez Juan Carlos	1723067151	OCTAVO
17	Pupiales Davila Karla	1003540059	OCTAVO
18	Romero Ortega Marcela Karina	1804398137	OCTAVO
19	Salas Chiriboga Julio Sebastian	1721296976	OCTAVO
20	Santana Armijos Deysi Gabriela	1726658717	OCTAVO
21	Simba Vaca Jhonny Fabian	1720573557	OCTAVO
22	Vargas Lariva David Alejandro	1723242481	OCTAVO
23	Vayas Tapia Lisbeth estefania	1803585346	OCTAVO
24	Cardenas Cordero Karen Estefania	1722735287	NOVENO
25	Duque Jacome Karla Elizabeth	1720435216	NOVENO
26	Fernandez Davila Alejandro Enmanuel	1717608523	NOVENO
27	Galarraga Sanchez Monica Paulina	1711924157	NOVENO
28	Guarderas Luis Alejandro	1722724349	NOVENO
29	López Rosas Jose Miguel	1720670163	NOVENO
30	Medina Escudero Miguel Eduardo	502437676	NOVENO
31	Pazmino Jacome Miguel	1720095536	NOVENO
32	Rivadeneira Rodriguez Beatriz Eugenia	1718612425	NOVENO
33	Saenz Tinoco Cesar Augusto	1718380452	NOVENO
34	Sierra Botero Juan Antonio	1714968383	NOVENO

Fuente: Pontificia Universidad Católica del Ecuador

Elaborado por: Las Autoras

Anexo 8. Escuelas del Distrito Metropolitano de Quito

PARROQUIA	ZONA		TOTAL
	URBANA	RURAL	
AMAGUAÑA	1	13	14
ATAHUALPA (HABASPAMBA)	0	3	3
BELISARIO QUEVEDO	14	0	14
CALACALI	0	7	7
CALDERON (CARAPUNGO)	4	30	34
CARCELEN	14	0	14
CENTRO HISTORICO	28	0	28
CHAVEZPAMBA	0	2	2
CHECA	0	5	5
CHILIBULO	8	0	8
CHILLOGALLO	16	1	17
CHIMBACALLE	19	0	19
COCHAPAMBA	10	1	11
COMITE DEL PUEBLO	7	0	7
CONOCOTO	3	16	19
COTOCOLLAO	11	0	11
CUMBAYA	0	6	6
EL CONDADO	16	2	18
EL QUINCHE	0	5	5
GUALEA	0	8	8
GUAMANÍ	13	0	13
GUANGOPOLO	0	1	1
GUAYLLABAMBA	2	5	7
IÑAQUITO	12	0	12
ITCHIMBIA	18	0	18
JIPIJAPA	5	0	5
KENNEDY	16	0	16
LA ARGELIA	10	0	10
LA CONCEPCION	12	0	12
LA ECUATORIANA	11	0	11
LA FERROVIARIA	10	0	10
LA LIBERTAD	4	0	4
LA MAGDALENA	20	0	20
LA MENA	8	0	8

LA MERCED	0	6	6
LLANO CHICO	1	3	4
LLOA	0	7	7
MARISCAL SUCRE	7	0	7
NANEGAL	0	7	7
NANEGALITO	0	7	7
NAYON	0	4	4
NONO	0	4	4
PACTO	0	19	19
PERUCHO	0	3	3
PIFO	0	12	12
PINTAG	0	10	10
POMASQUI	4	8	12
PONCEANO	15	0	15
PUELLARO	0	4	4
PUEMBO	0	7	7
PUENGASI	14	1	15
QUITO	7	0	7
QUITUMBE	14	0	14
RUMIPAMBA	4	0	4
SAN ANTONIO	5	8	13
SAN BARTOLO	11	0	11
SAN ISIDRO DEL INCA	6	0	6
SAN JOSE DE MINAS	0	13	13
SAN JUAN	9	0	9
SOLANDA	14	0	14
TABABELA	0	3	3
TUMBACO	1	12	13
TURUBAMBA	7	1	8
YARUQUI	0	5	5
ZAMBIZA	0	1	1
TOTAL	413	258	671

Fuente: Ministerio de Educación y Cultura

Elaborado por: Las Autoras

Anexo 9. Listado de Escuelas

N°	INSTITUCIÓN EDUCATIVA
1	ESCUELA ROBERTO ARREGUI MOSCOSO 22595307
2	ESCUELA FISCAL FEDERICO GARCIA LORCA - Guamaní
3	ESCUELA FISCAL MIXTA ERNESTO NOBOA Y CAAMAÑO- Av. Maldonado
4	ESCUELA FISCAL VESPERTINA CAMILO PONCE ENRIQUEZ 2801826 - Rumiñahui
5	ESCUELA FISCAL VESPERTINA DE VARONES JORGE CARRERA 22659895 - Ferroviaria Alta
6	ESCUELA FISCAL MIXTA AYACUCHO - Quinche
7	ESCUELA FISCAL REPUBLICA DE ITALIA22659895 Rumiñahui
8	ESCUELA FISCAL MIXTA LUIS RIVADENEIRA
9	ESCUELA FISCAL SELFINA CASTRO - Aloag 22389200
10	ESCUELA FISCAL MIXTA LUIS STACEY 22416957 Amagasi del Inca
11	ESCUELA FISCAL MIXTA LUIS RIVADENEIRA 22648161 Luluncoto
12	ESCUELA FISCAL MIXTA LINEA EQUINOCCIAL CALACALI 22306309
13	ESCUELA FISCAL MIXTA LUZ Y VIDA 2031790 Calderon
14	ESCUELA FISCAL MIXTA NICOLAS GUILLEN 23073783 - lucha de los Pobres
15	ESCUELA FISCAL MIXTA PEDRO LUIS CALERO 22886157 Zambiza
16	ESCUELA FISCAL CONCENTRACION DEPORTIVA DE PICHINCHA
17	ESCUELA FISCAL DE NIÑOS CLARA JUDITH DE PAREDES - 22610241 Forestal
18	ESCUELA FISCAL MIXTA JORGE ICAZA - 22393501 Puembo
19	ESCUELA FISCAL "29 DE JUNIO" - 23436510 San Antonio de Pichincha
20	ESCUELA FISCAL FEDERICO GARCIA LORCA - 22696376 Guamaní
21	ESCUELA FISCAL M. FRANZ WARZAWA - 23614818 San Rafael
22	ESCUELA FISCAL 13 DE ABRIL - 22722242 Av. 10 de Agosto Luz de América
23	ESCUELA FISCAL CINCO DE JUNIO - 23081174 San Bartolo
24	ESCUELA FISCAL ABELARDO FLORES-22344345 Conocoto
25	REINA DE LOS PAISES BAJOS - 22240490 Av. La Prensa
26	ESCUELA FISCAL DE NINAS NACIONES UNIDAS- 22281479 El Tejar
27	ESCUELA FISCAL ANDRES BELLO- 22048538 Tumbaco
28	ESCUELA FISCAL DE NINOS 6 DE DICIEMBRE - 22224062 Las Casas
29	ESCUELA FISCAL DE NINOS CLARA JUDITH DE PARED - 22666557 La Forestal Sur Quito
30	ESCUELA FISCAL DE NINAS CARMEN A HIDALGO - 22895038 Cumbaya
31	ESCUELA FISCAL GALO PLAZA - 22594952 La Rumiñahui
32	ESCUELA FISCAL DE NINOS VICENTE ROCAFUERTE - 22957810 Calle Loja Centro
33	ESCUELA FISCAL DE NINAS LUIS GODIN - 22777164 Yaruquí
34	ESCUELA FISCAL FEMENINA ESPEJO - 22224707 Calle Luis Felipe Borja Centro

35	ESCUELA FISCAL DE VARONES "MANUEL CABEZA DE VACA" - 22661547 La Magdalena
36	ESCUELA FISCAL GUSTAVO VALLEJO LARREA - 23562053 Cumbayá
37	ESCUELA FISCAL HUMBERTO MATA MARTINEZ - 22651988 El Inca
38	ESCUELA FISCAL JAPON - 22281433 24 de Mayo
39	ESCUELA FISCAL JOSE MARIA VARGAS - 22607351 Puente 3
40	ESCUELA FISCAL JOAQUIN GALLEGOS LARA - 22472270 Carcelén
41	ESCUELA FISCAL JOSE MIGUEL LEORO VASQUEZ - 22629196 Mena 2
42	ESCUELA FISCAL JOSE NICOLAS VACAS - 22052039 Tumbaco
43	ESCUELA FISCAL JOSE ENRIQUE RODO - 23303861 Av. Machala
44	ESCUELA FISCAL MIIXTA VICENTE CRESPO OCHOA - 22683304 Barrio Oriente Quiteño
45	ESCUELA FISCAL LUIS PASTEUR - 22368293 Guayallabamba
46	ESCUELA FISCAL MANUEL ABAd - 22498082 La Roldós
47	ESCUELA FISCAL MIXTA ALFREDO PEREZ GUERRERO - 22664061 Ferroviaria
48	ESCUELA FISCAL MANUEL QUIROGA - 22370994 Tumbaco
49	ESCUELA FISCAL MIXTA 29 DE MAYO - 23432499 San Antonio de Pichincha
50	ESCUELA FISCAL MIXTA ANGEL ISAAC CHIRIBOGA - 22556931 Luis Godin
51	ESCUELA FISCAL MARIANO COYAGO - 22056250 Tumbaco
52	ESCUELA FISCAL MIXTA ABELARDO MONCAYO - 22830442 Llano Chico
53	ESCUELA FISCAL MIXTA BOGOTA - 23032851 Chillogallo
54	ESCUELA FISCAL MIXTA 24 DE LULIO - 22054083 Tumbaco
55	ESCUELA FISCAL MIXTA CARCELEN - 22472077 Carcelén
56	ESCUELA FISCAL MIXTA CAPITAN ALFONSO ARROYO - 23081439 La Argelia
57	ESCUELA FISCAL MIXTA GENERAL OLEARY - 22588681 Urb. La Libertad
58	ESCUELA FISCAL MIXTA DOCE DE OCTUBRE - 23260291 El Inca
59	ESCUELA FISCAL CONCENTRACION DEPORTIVA DE PICHINCHA - 22663046 Cdla. Santa Anita
60	ESCUELA FISCAL MIXTA LUIS RIVADENEIR - 22648161 Luluncoto
61	ESCUELA FISCAL MIXTA GABRIEL GARCIA MARQUEZ - 22440473 Monteserrín
62	ESCUELA FISCAL MIXTA ECONOMISTA ABDON CALDERON MUNOZ - 23050565 Chillogallo
63	ESCUELA FISCAL MIXTA PEDRO LUIS CALERO - 22886157 Z{ambiza
64	ESCUELA FISCAL MIXTA GRAL JUAN LAVALLE - 22232732 Las Casas
65	ESCUELA FISCAL MIXTA JORGE ROMERO PINTO - 23034947 Chillogallo
66	ESCUELA FISCAL MIXTA SIMON BOLIVAR - 22787354 Alangasí
67	ESCUELA FISCAL MIXTA INTERCULTURAL BILINGUE JUAN CARLOS - 23413111 Cotocollao
68	ESCUELA FISCAL MIXTA JUAN MONTALVO - 22950442 Toctiuco
69	ESCUELA FISCAL NICOLAS XAVIER GORIVAR - 23240456 Guápulo

70	ESCUELA FISCAL MIXTA LILO LINKE - 22031362 Calderón
71	ESCUELA FISCAL MIXTA LUIS FELIPE BORJA - 23412358 Atucho
72	ESCUELA FISCAL PISULI - 23380495 Pisulí
73	ESCUELA FISCAL MIXTA LUIS STACEY - 22416957 Amagasí del Inca
74	ESCUELA FISCAL MIXTA LUIS FELIPE BORJA - 23412358 Atucho
75	ESCUELA FISCAL RODRIGO DE TRIANA - 22384302 Pintag
76	ESCUELA FISCAL MIXTA LUZ Y VIDA - 22031790 Calderón
77	ESCUELA FISCAL MIXTA NICOLAS GUILLEN - 23073783 Lucha de los Pobres
78	ESCUELA FISCAL VESPERTINA DE NINAS BENITO JUAREZ - 22048537 Tumbaco
79	ESCUELA FISCAL MIXTA VESPERTINA EDUARDO SALAZAR - 22614647 Mariana de Jesús
80	ESCUELA FISCAL MIXTA OSWALDO GUAYASAMIN - 22624786 Mena 1
81	ESCUELA FISCAL MIXTA RAFAEL CRUZ CEVALLOS - 22670358 Guajaló
82	ESCUELA FISCAL MIXTA VESPERTINA GALO BELTRAN VALDIVIEZO - 22492552 Cotocollao
83	ESCUELA FISCAL MIXTA REPUBLICA FEDERAL DE ALEMANIA -
84	ESCUELA AMABLE ARAUZ , CONOCOTO -2342110
85	ESCUELA FISCAL MIXTA VESPERTINA JUAN ISAAC LOVATO - 22295414 La Pulida
86	ESCUELA FISCAL MIXTA REPUBLICA FEDERAL DE ALEMANIA - 22580350 Vía Oriental
87	ESCUELA FISCAL ANDRES BELLO- 22048538 Tumbaco
88	ESCUELA FISCAL NOCTURNA NUEVE DE OCTUBRE - 22543814 Sodiro
89	ESCUELA FISCAL NIÑAS MARIA ANGELICA IDROBO - 22610775 Chiriacu
90	ESCUELA FISCAL PRIMARIA CARLOS AGUILAR - Cumbaya - 2895034
91	ESCUELA FISCAL REINO DE BELGICA VESPERTINA - 22432927 Iñaquito
92	ESCUELA FISCAL REPUBLICA DE IRAK - 23102808 Chilibulo
93	ESCUELA FISCAL DE NIÑAS CARMEN . HIDALGO - Cumbaya - 2895038
94	ESCUELA ROBERTO ARREGUI MOSCOSO - 22595307 La Ofelia
95	ESCUELA FISCAL VESPERTINA DE VARONES JORGE CARRERA - 22659895 Ferroviaria
96	ESCUELA FISCAL MANUEL QUIROGA - 22370994 Tumbaco
97	ESCUELA FISCAL UNION SOVIETICA - 22453029 Cochapamba
98	ESCUELA FISCAL COLOMBIA- Plaza Ayora- Sangolqui - 2389264
99	ESCUELA FISCAL CARLOS VEGA- Cerro Hermoso y Carlos Cadena - Sangolqui
100	ESCUELA FISCAL VESPERTINA CAMILO PONCE ENRIQUEZ - 22801826 La Rumiñahui

Fuente: Corporación Nacional de Telecomunicaciones

Elaborado por: Las Autoras

Anexo 10. Cronograma

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES					
PROYECTO ESCOLAR SECTOR NORTE PARA INCENTIVAR UNA CULTURA DE CONSUMO RESPONSABLE					
NIÑOS DE 6 A 10 AÑOS					
AÑO LECTIVO 2014-2015					
FACILITADOR	**N°**	**INSTITUCION EDUCATIVA**	**CHARLAS**		
			CHARLA 1	**CHARLA 2**	**CHARLA 3**
Alta Alta Kaya	1	ESCUELA ROBERTO ARREGUI MOSCOSO 22595307	06/09/2014	01/11/2014	10/01/2015
	2	ESCUELA FISCAL FEDERICO GARCIA LORCA - Guamaní	04/10/2014	13/12/2014	07/02/2015
	3	ESCUELA FISCAL MIXTA ERNESTO NOBOA Y CAAMAÑO- Av. Maldonado	07/03/2015	04/04/2015	02/05/2015
Andrade Calero María Denis	4	ESCUELA FISCAL VESPERTINA CAMILO PONCE ENRIQUEZ 2801826 - Rumiñahui	06/09/2014	01/11/2014	10/01/2015
	5	ESCUELA FISCAL VESPERTINA DE VARONES JORGE CARRERA ANDRADE 22659895 - Ferroviaria Alta	04/10/2014	13/12/2014	07/02/2015
	6	ESCUELA FISCAL MIXTA AYACUCHO - Quinche	07/03/2015	04/04/2015	02/05/2015
Arias Castro María Lorena	7	ESCUELA FISCAL REPUBLICA DE ITALIA22659895 Rumiñahui	06/09/2014	01/11/2014	10/01/2015
	8	ESCUELA FISCAL MIXTA LUIS RIVADENEIRA	04/10/2014	13/12/2014	07/02/2015
	9	Escuela Fiscal Selfina Castro - Aloag 22389200	07/03/2015	04/04/2015	02/05/2015
Arias Marciati Karla	10	ESCUELA FISCAL MIXTA LUIS STACEY 22416957 Amagasi del Inca	06/09/2014	01/11/2014	10/01/2015
	11	ESCUELA FISCAL MIXTA LUIS RIVADENEIRA 22648161 Luluncoto	04/10/2014	13/12/2014	07/02/2015

	12	ESCUELA FISCAL MIXTA LINEA EQUINOCCIAL CALACALI 22306309	07/03/2015	04/04/2015	02/05/2015
Arroyo Lasluisa Cristina Vanesa	13	ESCUELA FISCAL MIXTA LUZ Y VIDA 2031790 Calderon	06/09/2014	01/11/2014	10/01/2015
	14	ESCUELA FISCAL MIXTA NICOLAS GUILLEN 23073783 - lucha de los Pobres	04/10/2014	13/12/2014	07/02/2015
	15	ESCUELA FISCAL MIXTA PEDRO LUIS CALERO 22886157 Zambiza	07/03/2015	04/04/2015	02/05/2015
Cadena Guerrero María Amparo	16	ESCUELA FISCAL CONCENTRACION DEPORTIVA DE PICHINCHA	06/09/2014	01/11/2014	10/01/2015
	17	ESCUELA FISCAL DE NIÑOS CLARA JUDITH DE PAREDES - 22610241 Forestal	04/10/2014	13/12/2014	07/02/2015
	18	ESCUELA FISCAL MIXTA JORGE ICAZA - 22393501 Puembo	07/03/2015	04/04/2015	02/05/2015
Cárdenas Arguello Luis Alejandro	19	ESCUELA FISCAL "29 DE JUNIO" - 23436510 San Antonio de Pichincha	06/09/2014	01/11/2014	10/01/2015
	20	ESCUELA FISCAL FEDERICO GARCIA LORCA - 22696376 Guamaní	04/10/2014	13/12/2014	07/02/2015
	21	ESCUELA FISCAL M. FRANZ WARZAWA - 23614818 San Rafael	07/03/2015	04/04/2015	02/05/2015
Cortez Cazares Julio Alejandro	22	ESCUELA FISCAL 13 DE ABRIL - 22722242 Av. 10 de Agosto Luz de América	06/09/2014	01/11/2014	10/01/2015
	23	ESCUELA FISCAL CINCO DE JUNIO - 23081174 San Bartolo	04/10/2014	13/12/2014	07/02/2015
	24	ESCUELA FISCAL ABELARDO FLORES-22344345 Conocoto	07/03/2015	04/04/2015	02/05/2015
Cruz Rojas Lino Arturo	25	REINA DE LOS PAISES BAJOS - 22240490 Av.La Prensa	06/09/2014	01/11/2014	10/01/2015
	26	ESCUELA FISCAL DE NINAS NACIONES UNIDAS-22281479 El Tejar	04/10/2014	13/12/2014	07/02/2015

	27	ESCUELA FISCAL ANDRES BELLO- 22048538 Tumbaco	07/03/2015	04/04/2015	02/05/2015
Flores Mena Karen Sofia	28	ESCUELA FISCAL DE NINOS 6 DE DICIEMBRE - 22224062 Las Casas	06/09/2014	01/11/2014	10/01/2015
	29	ESCUELA FISCAL DE NINOS CLARA JUDITH DE PARED - 22666557 La Forestal Sur Quito	04/10/2014	13/12/2014	07/02/2015
	30	ESCUELA FISCAL DE NINAS CARMEN A HIDALGO - 22895038 Cumbaya	07/03/2015	04/04/2015	02/05/2015
Jacome Perez Adriana Paola	31	ESCUELA FISCAL GALO PLAZA - 22594952 La Rumiñahui	06/09/2014	01/11/2014	10/01/2015
	32	ESCUELA FISCAL DE NINOS VICENTE ROCAFUERTE - 22957810 Calle Loja Centro	04/10/2014	13/12/2014	07/02/2015
	33	ESCUELA FISCAL DE NINAS LUIS GODIN - 22777164 Yaruquí	07/03/2015	04/04/2015	02/05/2015
Lopez Carrillo Mishell	34	ESCUELA FISCAL FEMENINA ESPEJO - 22224707 Calle Luis Felipe Borja Centro	06/09/2014	01/11/2014	10/01/2015
	35	ESCUELA FISCAL DE VARONES "MANUEL CABEZA DE VACA" - 22661547 La Magdalena	04/10/2014	13/12/2014	07/02/2015
	36	ESCUELA FISCAL GUSTAVO VALLEJO LARREA - 23562053 Cumbayá	07/03/2015	04/04/2015	02/05/2015
Luzuriaga Vásquez Ronny	37	ESCUELA FISCAL HUMBERTO MATA MARTINEZ - 22651988 El Inca	06/09/2014	01/11/2014	10/01/2015
	38	ESCUELA FISCAL JAPON - 22281433 24 de Mayo	04/10/2014	13/12/2014	07/02/2015
	39	ESCUELA FISCAL JOSE MARIA VARGAS - 22607351 Puente 3	07/03/2015	04/04/2015	02/05/2015
Méndez Maldonado Johana Monserrat	40	ESCUELA FISCAL JOAQUIN GALLEGOS LARA - 22472270 Carcelén	06/09/2014	01/11/2014	10/01/2015
	41	ESCUELA FISCAL JOSE MIGUEL LEORO VASQUEZ -	04/10/2014	13/12/2014	07/02/2015

		22629196 Mena 2			
	42	ESCUELA FISCAL JOSE NICOLAS VACAS - 22052039 Tumbaco	07/03/2015	04/04/2015	02/05/2015
Navas Dávalos Carlos Daniel	43	ESCUELA FISCAL JOSE ENRIQUE RODO - 23303861 Av. Machala	06/09/2014	01/11/2014	10/01/2015
	44	ESCUELA FISCAL MIIXTA VICENTE CRESPO OCHOA - 22683304 Barrio Oriente Quiteño	04/10/2014	13/12/2014	07/02/2015
	45	ESCUELA FISCAL LUIS PASTEUR - 22368293 Guayallabamba	07/03/2015	04/04/2015	02/05/2015
Pacheco Sánchez Juan Carlos	46	ESCUELA FISCAL MANUEL ABAD - 22498082 La Roldós	06/09/2014	01/11/2014	10/01/2015
	47	ESCUELA FISCAL MIXTA ALFREDO PEREZ GUERRERO - 22664061 Ferroviaria	04/10/2014	13/12/2014	07/02/2015
	48	ESCUELA FISCAL MANUEL QUIROGA - 22370994 Tumbaco	07/03/2015	04/04/2015	02/05/2015
Pupiales Dávila Karla	49	ESCUELA FISCAL MIXTA 29 DE MAYO - 23432499 San Antonio de Pichincha	06/09/2014	01/11/2014	10/01/2015
	50	ESCUELA FISCAL MIXTA ANGEL ISAAC CHIRIBOGA - 22556931 Luis Godín	04/10/2014	13/12/2014	07/02/2015
	51	ESCUELA FISCAL MARIANO COYAGO - 22056250 Tumbaco	07/03/2015	04/04/2015	02/05/2015
Romero Ortega Marcela Karina	52	ESCUELA FISCAL MIXTA ABELARDO MONCAYO - 22830442 Llano Chico	06/09/2014	01/11/2014	10/01/2015
	53	ESCUELA FISCAL MIXTA BOGOTA - 23032851 Chillogallo	04/10/2014	13/12/2014	07/02/2015
	54	ESCUELA FISCAL MIXTA 24 DE LULIO - 22054083 Tumbaco	07/03/2015	04/04/2015	02/05/2015
Salas Chiriboga Julio Sebastian	55	ESCUELA FISCAL MIXTA CARCELEN - 22472077 Carcelén	06/09/2014	01/11/2014	10/01/2015
	56	ESCUELA FISCAL MIXTA CAPITAN ALFONSO ARROYO - 23081439 La Argelia	04/10/2014	13/12/2014	07/02/2015

	57	ESCUELA FISCAL MIXTA GENERAL OLEARY - 22588681 Urb. La Libertad	07/03/2015	04/04/2015	02/05/2015
Santana Armijos Deysi Gabriela	58	ESCUELA FISCAL MIXTA DOCE DE OCTUBRE - 23260291 El Inca	06/09/2014	01/11/2014	10/01/2015
	59	ESCUELA FISCAL CONCENTRACION DEPORTIVA DE PICHINCHA - 22663046 Cdla. Santa Anita	04/10/2014	13/12/2014	07/02/2015
	60	ESCUELA FISCAL MIXTA LUIS RIVADENEIR - 22648161 Luluncoto	07/03/2015	04/04/2015	02/05/2015
Simba Vaca Jhonny Fabian	61	ESCUELA FISCAL MIXTA GABRIEL GARCIA MARQUEZ - 22440473 Monteserrín	06/09/2014	01/11/2014	10/01/2015
	62	ESCUELA FISCAL MIXTA ECONOMISTA ABDON CALDERON MUNOZ - 23050565 Chillogallo	04/10/2014	13/12/2014	07/02/2015
	63	ESCUELA FISCAL MIXTA PEDRO LUIS CALERO - 22886157 Zámbiza	07/03/2015	04/04/2015	02/05/2015
Vargas Lariva David Alejandro	64	ESCUELA FISCAL MIXTA GRAL JUAN LAVALLE - 22232732 Las Casas	06/09/2014	01/11/2014	10/01/2015
	65	ESCUELA FISCAL MIXTA JORGE ROMERO PINTO - 23034947 Chillogallo	04/10/2014	13/12/2014	07/02/2015
	66	ESCUELA FISCAL MIXTA SIMON BOLIVAR - 22787354 Alangasí	07/03/2015	04/04/2015	02/05/2015
Vayas Tapia Lisbeth estefania	67	ESCUELA FISCAL MIXTA INTERCULTURAL BILINGUE JUAN CARLOS PERALTA - 23413111 Cotocollao	06/09/2014	01/11/2014	10/01/2015
	68	ESCUELA FISCAL MIXTA JUAN MONTALVO - 22950442 Toctiuco	04/10/2014	13/12/2014	07/02/2015
	69	ESCUELA FISCAL NICOLAS XAVIER GORIVAR - 23240456 Guápulo	07/03/2015	04/04/2015	02/05/2015
Cárdenas Cordero Karen	70	ESCUELA FISCAL MIXTA LILO LINKE - 22031362 Calderón	06/09/2014	01/11/2014	10/01/2015

Estefanía					
	71	ESCUELA FISCAL MIXTA LUIS FELIPE BORJA - 23412358 Atucho	04/10/2014	13/12/2014	07/02/2015
	72	ESCUELA FISCAL PISULI - 23380495 Pisulí	07/03/2015	04/04/2015	02/05/2015
Duque Jácome Karla Elizabeth	73	ESCUELA FISCAL MIXTA LUIS STACEY - 22416957 Amagasí del Inca	06/09/2014	01/11/2014	10/01/2015
	74	ESCUELA FISCAL MIXTA LUIS FELIPE BORJA - 23412358 Atucho	04/10/2014	13/12/2014	07/02/2015
	75	ESCUELA FISCAL RODRIGO DE TRIANA - 22384302 Pintag	07/03/2015	04/04/2015	02/05/2015
Fernández Dávila Alejandro Enmanuel	76	ESCUELA FISCAL MIXTA LUZ Y VIDA - 22031790 Calderón	06/09/2014	01/11/2014	10/01/2015
	77	ESCUELA FISCAL MIXTA NICOLAS GUILLEN - 23073783 Lucha de los Pobres	04/10/2014	13/12/2014	07/02/2015
	78	ESCUELA FISCAL VESPERTINA DE NINAS BENITO JUAREZ - 22048537 Tumbaco	07/03/2015	04/04/2015	02/05/2015
Galarraga Sanchez Monica Paulina	79	ESCUELA FISCAL MIXTA VESPERTINA EDUARDO SALAZAR - 22614647 Mariana de Jesús	06/09/2014	01/11/2014	10/01/2015
	80	ESCUELA FISCAL MIXTA OSWALDO GUAYASAMIN - 22624786 Mena 1	04/10/2014	13/12/2014	07/02/2015
	81	ESCUELA FISCAL MIXTA RAFAEL CRUZ CEVALLOS - 22670358 Guajaló	07/03/2015	04/04/2015	02/05/2015
Guarderas Luis Alejandro	82	ESCUELA FISCAL MIXTA VESPERTINA GALO BELTRAN VALDIVIEZO - 22492552 Cotocollao	06/09/2014	01/11/2014	10/01/2015
	83	ESCUELA FISCAL MIXTA REPUBLICA FEDERAL DE ALEMANIA -	04/10/2014	13/12/2014	07/02/2015
	84	ESCUELA AMABLE ARAUZ , CONOCOTO -2342110	07/03/2015	04/04/2015	02/05/2015

López Rosas Jose Miguel	85	ESCUELA FISCAL MIXTA VESPERTINA JUAN ISAAC LOVATO - 22295414 La Pulida	06/09/2014	01/11/2014	10/01/2015
	86	ESCUELA FISCAL MIXTA REPUBLICA FEDERAL DE ALEMANIA - 22580350 Vía Oriental	04/10/2014	13/12/2014	07/02/2015
	87	ESCUELA FISCAL ANDRES BELLO- 22048538 Tumbaco	07/03/2015	04/04/2015	02/05/2015
Medina Escudero Miguel Eduardo	88	ESCUELA FISCAL NOCTURNA NUEVE DE OCTUBRE - 22543814 Sodiro	06/09/2014	01/11/2014	10/01/2015
	89	ESCUELA FISCAL NIÑAS MARIA ANGELICA IDROBO - 22610775 Chiriacu	04/10/2014	13/12/2014	07/02/2015
	90	ESCUELA FISCAL PRIMARIA CARLOS AGUILAR - Cumbaya - 2895034	07/03/2015	04/04/2015	02/05/2015
Pazmino Jácome Miguel	91	ESCUELA FISCAL REINO DE BELGICA VESPERTINA - 22432927 Iñaquito	06/09/2014	01/11/2014	10/01/2015
	92	ESCUELA FISCAL REPUBLICA DE IRAK - 23102808 Chilibulo	04/10/2014	13/12/2014	07/02/2015
	93	ESCUELA FISCAL DE NIÑAS CARMEN . HIDALGO - Cumbaya - 2895038	07/03/2015	04/04/2015	02/05/2015
Rivadeneira Rodríguez Beatriz Eugenia	94	ESCUELA ROBERTO ARREGUI MOSCOSO - 22595307 La Ofelia	06/09/2014	01/11/2014	10/01/2015
	95	ESCUELA FISCAL VESPERTINA DE VARONES JORGE CARRERA ANDRADE - 22659895 Ferroviaria	04/10/2014	13/12/2014	07/02/2015
	96	ESCUELA FISCAL MANUEL QUIROGA - 22370994 Tumbaco	07/03/2015	04/04/2015	02/05/2015
Sáenz Tinoco Cesar Augusto	97	ESCUELA FISCAL UNION SOVIETICA - 22453029 Cochapamba	06/09/2014	01/11/2014	10/01/2015
	98	ESCUELA FISCAL COLOMBIA- Plaza Ayora- Sangolqui - 2389264	04/10/2014	13/12/2014	07/02/2015

	99	ESCUELA FISCAL CARLOS VEGA- Cerro Hermoso y Carlos Cadena - Sangolqui	07/03/2015	04/04/2015	02/05/2015
Sierra Botero Juan Antonio	100	ESCUELA FISCAL VESPERTINA CAMILO PONCE ENRIQUEZ - 22801826 La Rumiñahui	06/09/2014	01/11/2014	10/01/2015

Elaborado por: Las Autoras.